



INSTITUTIONEN FÖR
KULTURVETENSKAPER

PREKÄRA PIONJÄRER

En studie om nyetablerade entreprenörers roll i
omvandlingen av Gamlestaden

Karin Swahn

Uppsats/Examensarbete:	30 hp
Program och/eller kurs:	Masterprogrammet Kultur och demokrati: Examensarbete
Nivå:	Avancerad nivå
Termin/år:	Vt 2022
Handledare:	Helena Holgersson
Examinator:	Åsa Andersson



INSTITUTIONEN FÖR KULTURVETENSKAPER

Abstract

Uppsats/Examensarbete:	30 hp
Program och/eller kurs:	Masterprogrammet Kultur och demokrati: Examensarbete
Nivå:	Avancerad nivå
Termin/år:	Vt/2022
Handledare:	Helena Holgersson
Examinator:	Åsa Andersson
Nyckelord:	gentrifiering, entreprenörer, entreprenörsurbanism, profilering, kreativa näringar, Gamlestaden, BID Gamlestaden

In urban research into gentrification there has been a long schism between two perspectives: researchers who choose to look at the economic system that drives the fall and rise of prices in the city, and researchers who look at the consumption patterns of the middle class. In this master's thesis, I have combined these two perspectives and looked at how both economic and cultural capital are used to create gentrification in Gamlestaden. The study shows that there is a close collaboration between new "pioneering" entrepreneurs and property owners engaged in the public-private partnership BID Gamlestaden. This is a process that fills the entrepreneurs with excitement, pride and self-fulfilment as they feel that they are part of the evolution of a new, alternative neighbourhood. However, this is not an equal collaboration. Even though the "pioneering" entrepreneurs in many ways have a privileged position compared to old establishments in the area, they are also precarious as they depend on high self-exploitation, low rents and the accumulation of symbolic capital and heightened attractiveness that is expected to follow with the gentrification. Additionally, the thesis also discovers an underlying racist pattern in which entrepreneurs that are welcome to the area, and which establishments that are perceived as "matter out of place".

Tack

Tack till studiens informanter för alla intressanta intervjuer, jag hoppas att uppsatsen kan ge er något tillbaka. Tack och åter tack till min handledare Helena Holgersson för alla goda och konstruktiva råd, hjälp med att förstå och få fram min egen analys samt chansen att skriva i ett forskningsprojekt. Den här uppsatsen hade inte varit möjlig utan dig. Tack till Catharina Thörn för inledande inspirerande samtal vilka hjälpte mig att komma fram till uppsatsens utgångspunkt och ämne. Tack till Torun Österberg för att du hjälpte mig att ta fram och förstå statistiken i Gamlestaden. Tack till mina vänner Filippa Leitz och Karin Silverin för att ni har läst igenom och kommenterat mina ofärdiga utkast och varit mina ständiga bollplank. Jag vet inte vad jag hade gjort utan er. Tack till min familj för ert ständiga stöd, jag älskar er. Tack till alla vänner som funnits där, trott på mig och sagt att det inte gör något om jag misslyckas. Utan er är jag en liten lort. Sist men inte minst tack till mina klasskamrater som fått uppsatsprocessen att bli en gemensam process istället för en isolerad och ensam kamp. TACK!

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	1
1.1 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR.....	2
1.2 TIDIGARE FORSKNING	3
<i>Gentrifiering.....</i>	<i>3</i>
<i>Forskning om Gamlestaden.....</i>	<i>5</i>
<i>Kreativa näringar och gentrifiering.....</i>	<i>7</i>
2. BAKGRUND	9
2.1 GAMLESTADENS HISTORIA.....	9
2.2 BILDANDET AV BID GAMLESTADEN.....	10
3. TEORETISKT RAMVERK.....	13
3.1 DISKURSANALYTISKA KULTURSTUDIER.....	13
3.2 ENTREPRENÖRSURBANISM	14
<i>BIDs och andra entreprenörsurbanistiska strategier</i>	<i>15</i>
<i>Från varumärke till profil.....</i>	<i>17</i>
3.3 GENTRIFIERING.....	19
<i>Grundläggande definition.....</i>	<i>19</i>
<i>Räntegap och urbana fronter.....</i>	<i>21</i>
<i>Den kreativa klassen och autenticitet</i>	<i>23</i>
3.4 DEN KREATIVA EKONOMINS PREKÄRA VILLKOR	27
4. MATERIAL OCH METOD	29
4.1 ETT ETNOGRAFISKT ARBETSSÄTT	29
4.2 FÄLTARBETET	30
<i>Insamling av textmaterial.....</i>	<i>30</i>
<i>Genomförandet av intervjuer.....</i>	<i>31</i>
<i>Analysarbetet</i>	<i>35</i>
4.2 ETISK REFLEKTION	37
GAMLESTADSTORGET	39
GAMLESTADENS FABRIKER	40
SLAKTHUSET	41
CENTRALA GAMLESTADEN	42
5. EN DISKURSIV OMVANDLING	43
5.1 TRYGGA GAMLESTADEN.....	43

Trygghet i början av 2000-talet.....	44
Trygghetsarbetet idag	46
5.2 AUTENTISKA GAMLESTADEN.....	51
<i>En plats för innovation – Gamlestadens Fabriker</i>	51
<i>En "ruff" stadsdel – Slakthuset</i>	54
5.3 HÅLLBARA GAMLESTADEN.....	57
<i>Eko-reko</i>	58
<i>En likriktad heterogenitet värt ett besök</i>	59
5.4 AVSLUTANDE REFLEKTION	63
6. ENTREPRENÖRER SOM PIONJÄRER.....	65
6.1 I SYMBIOS MED FASTIGHETSÄGARNA	65
<i>Särskilt inbjudna entreprenörer</i>	66
<i>Profiler som stärker varandra</i>	69
6.2 RÄTT PLATS VID RÄTT TID	73
<i>En plats med potential</i>	73
<i>Chansen att bli pionjär</i>	76
6.4 COMMUNITYKÄNSLA PÅ GOTT OCH ONT	77
<i>Samarbeten och gemenskap</i>	77
<i>Ambivalenta känslor inför gentrifiering</i>	82
6.5 AVSLUTANDE REFLEKTION	85
7. ENTREPRENÖRERNAS SÅRBARHET	87
7.1 EN PREKÄR VÄNTAN	87
<i>Kreativitetens "frihet" och arbetsbörda</i>	88
<i>I väntan på en realiserad vision</i>	90
7.2 BORTTRÄNGNINGSTRYCKETS KONFORMERING	92
<i>Gentrifieringens baksida</i>	92
<i>Rätt och fel slags verksamheter</i>	96
<i>Obekvämt och oattraktiv mångfald</i>	98
7.3 AVSLUTANDE REFLEKTION	102
8. SLUTDISKUSSION	103
8.1 PIONJÄRSENTREPRENÖRERNA OCH VISIONERNA	103
8.2 PREKARITET OCH DISKURSIV BORTTRÄNGNING	106
8.3 FORSKNINGSBIDRAG OCH FRAMTIDA FORSKNING	107

KÄLLFÖRTECKNING	109
AKADEMISKA KÄLLOR	109
HEMSIDOR OCH MATERIAL	115
BILAGA A: INFORMATIONSBLAD	117
INFORMATIONSBLAD TILL ENTREPRENÖRER	117
INFORMATIONSBLAD TILL TJÄNSTEPERSON	117
INFORMATIONSBLAD TILL COACHERNA	118
BILAGA B: INTERVJUGUIDER	119
INTERVJUGUIDE ENTREPRENÖRER	119
INTERVJUGUIDE TJÄNSTEPERSON	121
INTERVJUGUIDE COACHERNA	122

1. Inledning

Det finns en plats, jag vet att ingen bryr sig om den.
Den är bara min.
Bakom ögonlocken, skulle tatt dig dit om vägen var rak.
Men vägen är skruvad, som en psykopat min vän.
Stig till toppen av världen, där änglar leker.
Res dig efter varje smäll, du har en ängel på din axel.
Din tid kommer, din tid kommer.

På fastighetsägaren Platzers hemsida får man veta att det bara tar sex minuter att åka från Centralstationen till Gamlestaden – samma tid det tar att lyssna på två låtar. Som förslag har de Josh Wilsons *3 minute song* och Håkan Hellströms *Din tid kommer*. Gamlestaden har en ny tid som kommer, och det är BID Gamlestaden, ett privat-offentligt partnerskap mellan fastighetsägare och kommunen, som ser den som sin egen.

Detta är en uppsats om gentrifiering i Gamlestaden, en stadsdel i nordöstra Göteborg mellan innerstaden och miljonprogramsförorterna, som länge karaktäriserats av landshövdingehus och gamla fabriksbyggnader i sten och tegel, men på senare tid även av nybyggda hus i samtida stil.¹ Fokus för studien är BID Gamlestadens stadsutveckling i området och hur denna omvandling genomförs med hjälp av en specifik sorts entreprenörer som har öppnat sina verksamheter i stadsdelen de senaste åren. Trots att dessa entreprenörer har olika verksamhetskoncept som matproduktion, konsthantverk och företagstjänster, framstår de ändå som mycket lika. De har en liknande estetik, arbetar med tydliga koncept, genomför gemensamma projekt och har dragits till Gamlestaden på grund av att det är en stadsdel som står inför en omfattande omvandling. Tillsammans med BID Gamlestaden arbetar de också för att göra Gamlestaden, som länge har varit en stigmatiserad arbetarstadsdel, till en attraktiv plats för alternativ konsumtion och upplevelser (jfr. Valli & Hammami 2021:6). I studier om gentrifiering brukar man kalla de första medelklassinvånarna som flyttar in i ett arbetarklassområde och höjer upp dess attraktivitet för pionjärer, jag har därför valt att kalla dessa företagare för *pionjärsentreprenörer*. Trots att pionjärsentreprenörerna på många sätt har en privilegierad situation i Gamlestaden så har det visat sig att de också är sårbara både för en avstanning av områdets attraktivitet och för hyreshöjningar. Även detta kommer att undersökas i uppsatsen tillsammans med deras prekära arbetsvillkor.

¹ Jag har inte undersökt hela Gamlestaden utan de områden som kallas för Slakthuset, Gamlestads torg, Gamlestadens fabriker och centrala Gamlestaden.

Arbetet med att höja områdets attraktivitet har en hög risk att tränga ut nuvarande boende i stadsdelen varav 20% år 2020 hade en låg ekonomisk standard. Samma år var också 64% av de boende förvärvsarbetare, 15% pensionärer och 3% fick ekonomiskt bistånd. Vidare hade 35% av de boende utländsk bakgrund (Göteborgs statistikdatabas). Detta är grupper som är särskilt sårbara för gentrifiering, speciellt vid tiden av denna uppsats författande då det råder lågkonjunktur och inflation. Många av områdets långtida boende och besökare lär inte heller känna sig välkomna i de nya hippa verksamheterna som säljer dyra livsstilsvaror till en alternativ och välbeställd del av medelklassen. Utöver detta lär också gentrifieringen drabba andra verksamma i området som inte passar in i ”nya” Gamlestaden. För att återgå till Håkan Hellströms låt som stadsdelens nya invånare uppmanas att lyssna på när de åker till stadsdelen så ska visserligen Gamlestaden stiga till toppen av världen, men det är bara vissa som kommer att kunna följa med.

Denna uppsats skrivs inom ramen för forskningsprojektet *För vem byggs staden? En studie av målkonflikter, flyttmönster och levnadsvillkor i den förtätade staden*. Forskningsprojektet finansieras av Formas och genomförs av Catharina Thörn, Helena Holgersson och Torun Österberg.

1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur ekonomiska och kulturella faktorer samverkar i den pågående omvandlingen av Gamlestaden. För att göra detta kommer jag mer specifikt att studera BID Gamlestadens visioner för området, samt vilken roll en utvald grupp nyetablerade småföretagare, som jag karaktäriserar som *pionjärsentreprenörer*, spelar i denna process. Ytterligare ett syfte för uppsatsen är att synliggöra några av de arbetsvillkor som denna grupp företagare har gemensamt. Mina frågeställningar är:

- Vilka huvuddrag går det att se i BID Gamlestadens omvandlingsvision för stadsdelen?
- Vad har lockat pionjärsentreprenörerna att etablera sig i Gamlestaden?
- Vilken roll spelar pionjärsentreprenörer i uppgraderingen av området och hur förhåller de sig till en potentiell gentrifiering?
- Hur ser arbetsvillkoren ut för dessa småföretagare som har fått och tagit på sig rollen att driva upp områdets attraktivitet?

1.2 Tidigare forskning

För att placera min studie i ett forskningssammanhang kommer jag här att gå igenom tidigare kritisk urbanforskning, framförallt med fokus på Göteborg där jag kommer att koncentrera mig på tre olika delar av staden – Haga, Kvillebäcken och centrala Göteborg. Jag kommer även att gå igenom urbanforskning som gjorts specifikt om Gamlestaden. Här har jag delat upp forskningen i tre teman: stadsdelens omvandling, BID Gamlestaden och Gamlestadens historia. Sist kommer jag att gå igenom tidigare forskning om det nya kreativa arbetslivet, till vilket de flesta av pionjärsentreprenörerna tillhör, tillsammans med forskning som tittat på relationen mellan kreativa arbetare och gentrifiering.

Gentrifiering

Det internationella forskningsfältet om gentrifiering sträcker sig ända tillbaka till 1960-talet och är ett brett och varierat fält. Att gå igenom ens kärnan av de viktigaste forskarna på fältet hade tagit mer plats än vad som hade varit rimligt här och jag tänker därför endast nämna de som varit viktiga för uppsatsen. Först vill jag nämna Neil Smiths (1996) forskning om gentrifieringens urbana fronter, Sharon Zukins (1995; 2010) forskning om hur medelklassens konsumtionspreferenser driver gentrifiering och Richard Floridas (2002; 2017) omdebatterade forskning om den kreativa klassen som städernas ekonomiska tillväxtmotor - dessa forskare kommer att presenteras mer noggrant i kapitlet ”Teoretiska ramverk”. För det andra vill jag nämna Loretta Lees, Tom Slaters och Elvin Wyllys lärobok *Gentrification* (2008) som på ett pedagogiskt och grundläggande sätt går igenom de största gentrifieringsteorierna på fältet. Denna bok har tillsammans med dess svenska motsvarighet *Gentrifiering* av Helena Holgersson och Catharina Thörn (2014a) varit en viktig källa för min förståelse av forskningsfältet. Lees har också skrivit boken *Planetary gentrification* (2016) ihop med Hyun Bang Shin och Ernesto López-Morales där de bland annat visar hur viktig den lokala kontexten är för hur gentrifieringen ser ut och genomförs. Inspirerad av Lees m.fl. (ibid.) kommer jag därför nu mer noggrant presentera forskning som gjorts om gentrifiering i andra delar av Göteborg i hopp om att ge en viss insikt i denna studies lokala kontext.

Jag kommer att börja denna lokala forskningskontext med omvandlingen av Haga då det kanske är stadens mest kända gentrifieringsprocess, mycket på grund av att den föregicks av uppmärksammade protester mot planerna att riva hela kvarteret under 1960-talets saneringsvåg. Två forskare som tittat på stadsdelens omvandling är Håkan Thörn (2013) och Ingrid Martins Holmberg (2006). I Thörns bok *Stad i rörelse* (2013) visar han bland annat hur

proteströrelsen, trots att den räddade stadsdelens utseende, ändå kan anses ha misslyckats. Stadsdelen hade innan saneringsbeslutet haft en slumstämpel och varit en plats för alternativkultur, politisk aktivism, missbrukare och arbetarklass. Men i och med att kommunen avbröt saneringsbeslutet och istället höjde områdets kulturhistoriska värden samt rustade upp husen så började området istället ses som ett karismatiskt bostadsområde. Detta gjordes fastän kommunen var medveten om den överhängande gentrifieringsrisken. Nya personer flyttade in och bostadspriserna gick upp, vilket till slut ledde till att de som kämpat för att bevara området inte längre hade råd att bo där.

I Martins Holmbergs avhandling *På stadens yta* (2006) undersöks istället hur bilden av Haga har förändrats under 150 år från och med mitten av 1800-talet. Martins Holmberg menar att de diskursiva representationerna av stadsdelen förändrades under 1970 och 1980-talet. Från att ha ansetts vara en ful, ohälsosam och gammal stadsdel som behövde rivas började det istället ses som en gammal och fin stadsdel värd att bevara. Detta visar att ett område inte behöver ändras särskilt mycket materiellt för att det ska ske en gentrifiering, utan att det räcker med att bilden och historiseringen av området förändras.

I det gamla industriområdet vid Gustaf Daléngsgatan, som 2010 fick namnet ”nya Kvillebäcken”, hade gentrifieringen nästan ett motsatt förlopp som i Haga. Här ansågs inga hus besitta kulturhistoriska värden och ingen proteströrelse skapades för att bevara dem. Istället revs hela området med bilverkstäder, småskalig handel och föreningsverksamhet till förmån för nya fastigheter med dyra lägenheter. Denna process har blivit väl dokumenterad och analyserad av Helena Holgersson och Catharina Thörn ihop med fotografen Katarina Despotović som visar hur gentrifieringen drevs av ett privat-offentligt samarbete. Detta partnerskap stigmatiserade det gamla området och dess användare samtidigt som det marknadsförde det nybyggda området som en hållbar och kreativ stadsdel. Efter omvandlingen fanns bara en av 52 verksamheter/ föreningar kvar i området. Det gamla rika utbudet av verksamheter och föreningar vilka hade besökare med olika etniska bakgrunder ersattes också med ett mer ensidigt konsumtionsutbud som riktade sig till en mer homogen grupp besökare bestående av främst vit medelklass. Liksom i Haga förändrades bilden av området, men här drevs den förändringen av ett privat-offentligt samarbete och i kombination med att alla gamla byggnader och de personer som varit aktiva i dem försvann från området (Thörn & Holgersson 2014a; Holgersson 2014, Despotović & Thörn 2015; Thörn & Holgersson 2016; Holgersson, 2022).

Någon som specifikt undersökt materialitetens roll i stadsomvandlingar är Joakim Forsemalm som i sin avhandling *Bodies, bricks and black boxes* (2010) beskrivit hur

stadsrummet kan bjuda gentrifiering motstånd. Till exempel tar han upp hur porrbutiker på Andra Långgatan kan fungera som hyresdämpare. Även om jag tror att Forsemalm har rätt i att till exempel porrbutiker har varit en bromsande faktor i gentrifieringen av Andra Långgatan vill jag mena att det snarare handlar om just en inbromsning och inte ett permanent motstånd.

Att gentrifiering inte alltid sker drastiskt utan istället diskret över tid är något som Mats Franzén, Nils Hertting och Catharina Thörn visar på i sin bok *Stad till salu* (2016) där de bland annat undersöker omvandlingen av Göteborgs innerstad. I sin studie visar de hur Göteborgs stadsutveckling har börjat präglas av entreprenörsurbanism (se förklaring i ”Teoretiska ramverk”). Som exempel tar forskarna upp Vallgatan och Magasingatan i centrala Göteborg som gjordes attraktiva med hjälp av småskaliga verksamheter som designbutiker och kaféer i en ”autentiskt” sliten miljö. Jämfört med i Kvillebäcken omvandlades området genom att flera små detaljer förändrades i stadsrummet och inte genom en storskalig rivning eller ombyggnation av området.

En annan forskare som också sett hur Göteborg stad har fått en mer entreprenöriell förhållning till staden är Erik Florin Persson som i sin avhandling *Film i stadens tjänst* (2021) undersökt hur marknadsföringen av staden har förändrats från år 1938 till 2015. Han visar bland annat hur det från och med början av 2010-talet blev viktigt för Göteborg & Co att marknadsföra Göteborg som en genuin, autentisk och hållbar stad med social mångfald - värden som han kopplar till en internationell trend om hur städer ska locka det som den omdebatterade urbanforskaren Richard Florida kallar för ”kreativ klass”.

Forskning om Gamlestaden

Det går inte att skriva en forskningsbakgrund om Gamlestaden utan att nämna antologin *I Trygghetens namn* (2010) med redaktören Ingrid Sahlin. I denna bok undersöker Sahlin och Ulla-Britt Wennerström bland annat Föreningen Fastighetsägare i Gamlestaden (föregångare till och medlem i BID Gamlestaden) och deras trygghetsarbete i stadsdelen. De kommer fram till att föreningen har använt trygghet som argument för åtgärder som egentligen mest har lett till en ökad attraktivitet i området, så som att få bort boende som dragit ner områdets status. Trygghetsmålet har alltså varit underordnat föreningens mål att höja fastighetspriserna i området. Sahlin och Wennerström har också kartlagt hur Föreningen Fastighetsägare i Gamlestaden uppstod och hur otrygghet blivit en viktig fråga för föreningen. Deras undersökning har varit grundläggande i min förståelse av föreningens omvandlingsarbete.

Föreningen fastighetsägare i Gamlestaden och BID Gamlestaden är även fokus för Chiara Valli och Feras Hammamis studie om Gamlestaden. I artikeln "Introducing Business Improvement Districts (BIDs) in Sweden" (2021) har de undersökt om partnerskapens arbete bidrar till en mer jämlik stad eller inte. Genom att bland annat intervjua tjänstepersoner, medlemmar i BID Gamlestaden, stadsplanerare, fastighetsägare, verksamhetsägare, socionomer och hyresgäster kommer de fram till att BID Gamlestaden har brister när det kommer till social rättvisa då de har en odemokratisk representation i beslutsprocesser, utför disciplinering av personer i stadsdelen och använder sig av gentrifiering som strategi. Vidare menar de att BID-modellen privilegierar fastighetsägarnas, bostadsrättsföreningarnas samt de rikare invånarnas intressen medan hyresgästernas och låginkomsttagarnas intressen ignoreras (se förklaring av BID i "Teoretiska ramverk"). I kapitlet "'Cleaning up' Heritage in the Post-Industrial City" (2022) undersöker de istället hur omvandlingen i Gamlestaden använder sig av en selektiv historisering där områdets gamla industrier romantiseras medan andra delar av historien göms. Valli har även tillsammans med Dragan Kusevskis och Maja Stalevska skrivit artikeln "The Business of Improving Neighborhoods" där de undersökt BID Gamlestaden ihop med andra liknande BID-inspirerade partnerskap. Här kommer de bland annat fram till att BID-liknande samarbeten i Sverige tenderar att dyka upp i stigmatiserade områden där det också finns en stor vinstmarginal om området skulle gentrifieras.

En forskare som undersökt Gamlestaden med ett annat perspektiv är doktoranden Anders Westerström som i sin masteruppsats *Stadens förändrade funktion* (2013) använde omvandlingen i Gamlestaden som ett exempel på hur städer har gått från en fordistisk till postfordistisk stadsplanering. Bland annat menar han att uppgraderingen av Gamlestaden behöver förstås i kontexten av att städer i den postfordistiska tiden anses behöva locka till sig lokalt och globalt kapital i formerna av "kunskapsintensiva" företag och kreativ klass. Han tar också upp att befolkningsammansättningen i området ändrades påtagligt från 1996-2010.

Ännu ett annat forskningsperspektiv om Gamlestaden går att finna i antologin *Berättelser från Gamlestaden* som publicerades år 2015 i samband med arkeologiska utgrävningar av Gamlestadens föregångare Nya Lödöse. Syftet med boken är att berätta delar ur Gamlestadens historia utifrån ett kulturarvsperspektiv. I denna antologi mänskliggörs Gamlestadens historia och de personer och berättelser som riskerar att glömmas bort. I boken finns det flera bra kapitelförfattare varav jag vill nämna följande: Thomas Hjelt som kartlägger Gamlestadens segregeringshistoria som har sina rötter i 1800-talet; Lisa Kettil som genom intervjuer med fyra personer skriver fram personliga porträtt av hur det var att leva i Gamlestaden under 1970 och 1980-talen; Jonas Ruud som undersöker hur olika människor

känner sig hemma, trygga och önskade i Gamlestaden varav en av de platserna är en undanskymd bod där man kan dricka alkohol och umgås ifred; och sist Fredrik Nordin och Jessica Siljelid som undersöker arbetskraftsinvandringen under 1950 och 1960-talen, bland annat genom att prata med personer med italienskt påbrå som bott i stadsdelen.

Kreativa näringar och gentrifiering

Denna uppsats intresserar sig för en specifik del av gentrifieringen i Gamlestaden, nämligen vilken roll pionjärsentreprenörer spelar i att höja stadsdelens attraktivitet. Jag vill därför presentera Angela McRobbies bok *Be Creative* (2016) som undersökt konstnärers, stylisters, modedesigners och sociala entreprenörers arbetsvillkor i ”den nya kreativa ekonomin” som bygger på tillfälliga projektanställningar och egenföretagande. I denna bok visar hon hur ”att jobba med sin dröm” ofta också innebär en prekaritet i form av långa arbetsdagar och försämrade ekonomisk trygghet. Någon som också har undersökt designers arbetsvillkor men i en svensk kontext är Philip Warkander (2019). I sin artikel ”I make no money, I’m broke” lägger även han märke till prekära villkor inom det kreativa arbetslivet så som dålig ekonomi och ledighet som när som helst kan ställas in för ett nytt jobb. Samtidigt menar han att det finns en stor variation i hur bra eller dåliga villkor designers har och att det bland annat beror på hur länge de varit i branschen och vilka typer av kapital som de har tillgång till.

Någon annan som intervjuat personer som arbetar med ”sin dröm” är Chiara Valli (2021) som i sin artikel ”Artistic careers in the cyclicity of art scenes and gentrification” har undersökt varför konstnärer i Bushwick (New York) söker sig till områden som gentrifieras och varför de deltar i gentrifierande aktiviteter fastän de är medvetna om att det tränger bort dels tidigare boende och verksamma i området, dels sannolikt även dem själva efter några år. Hon ser i sin studie att det finns en tydlig koppling mellan konstnärernas egna karriärer och områdets ökade status och kommer fram till att konstnärer ackumulerar symboliskt kapital genom gentrifiering. Lisa Wiklund har gjort en närbesläktad studie i sin avhandling *Kreativa liv*. I studien undersöker hon japaner som flyttat till Williamsburg (New York) för att arbeta med kreativa sysselsättningar. I likhet med McRobbies studie lägger dessa personer en stor vikt vid att de drivs av ”kärlek till konsten” och ett fritt skapande i sina arbetsliv snarare än pengar. Och i likhet med Vallis konstnärer är dessa personer också medvetna om att de bidrar till områdets gentrifiering.

Den kanske mest kända forskaren som skrivit om konstnärers och småföretagares roller i gentrifiering är Sharon Zukin, bland annat har hon skrivit den kända boken *Loft Living*

(1982) där hon undersöker hur en stark koncentration av konstnärer i SoHo har gjort området attraktivt. I en senare bok, *Naked city*, undersöker hon istället hur småföretagare som riktar sig till medelklassen använder en konstruerad form av ”autenticitet” och hur detta bidrar till höjda bostadspriser (se mer i kapitlet ”Teoretiska ramverk”). En forskare som också sett på detta fenomen är Guillaume Sirois (2021) som undersökt estetiken i småskaliga designers butiker i Montreal och hur den bidrar till stadens gentrifiering.

I en svensk kontext är *Stad till Salu* av Mats Franzén, Nils Hertting och Catharina Thörn (2016) en av få studier som undersökt småföretagare (som kan anses ingå i den kreativa ekonomin) och deras roll i gentrifieringsprocesser. Här ser de bland annat hur fastighetsägare initialt var helt beroende av småföretagare för att få till rätt stämning i områden som de ville gentrifiera. Paradoxalt nog blev det också tydligt att fastighetsägarna var beredda på att höja hyrorna när området sedan blivit attraktivt även om det betydde att småföretagarna behövde flytta. Småföretagarna som först känt sig välkomnade av fastighetsägarna startade också under forskarnas studie en proteströrelse mot fastighetsägarnas strategier. Utöver denna studie finns det i princip inga andra svenska forskningsstudier som undersökt och intervjuat inflyttade entreprenörer i områden som gentrifieras. Detta är enligt mig en stor kunskapslucka i gentrifieringsforskningen som jag hoppas delvis kan fyllas med hjälp av denna uppsats.

2. Bakgrund

Nedan kommer jag att kortfattat gå igenom Gamlestadens historia från 1400-tal till idag, följt av en genomgång av hur Föreningen fastighetsägare i Gamlestaden och BID Gamlestaden startades. Jag kommer i denna genomgång också kortfattat skriva om några av de arbeten partnerskapen genomfört under åren.

2.1 Gamlestadens historia

Gamlestaden är Göteborgs äldsta stadsdel och anlades mellan åren 1473-1474 under namnen Nya Lödöse och Nylöse. Området har sedan 1700-talet varit starkt präglad av industrialismens framfart och många av fabriksbyggnaderna finns kvar än idag. Den äldsta bevarade byggnaden uppfördes av Sahlgrens sockerbruk 1733 och togs i mitten av 1800-talet över av textilföretaget Gamlestadens Fabriker som även gett det omkringliggande området sitt nuvarande namn (Bengtson Rylander m.fl., 2015:11; Richardson & Stenström, 2015:36; Borelius och Wennerström, 2010:42). År 1905 byggdes i Gamlestaden Sveriges andra kommunala slakteri. Slakteriets låga gula tegelbyggnader finns fortfarande kvar och området har på senare år döpts till Slakthuset (Slathusetgbg, u.å.:a). Gamlestaden är dock mest känt för att industriföretaget SKF (Svenska Kullagerfabriken), som också ligger bakom företaget Volvo, startades i området år 1907. SKF växte snabbt och byggde i början av 1900-talet flera arbetarbostäder, framförallt landshövdingehus som även idag är den dominerande hustypen i centrala Gamlestaden (Bengtson Rylander m.fl., 2015:12).

På grund av en hög bostadsbrist byggde Göteborgs kommun flera nödbostäder i Gamlestaden under åren 1917-1924. Enligt Thomas Hjelt (2015:73) valde kommunen att placera dessa nödbostäder i perifera industriområden som Gamlestaden dels på grund av att bostadsbristen var som störst där men också för att det höll fattigdomen utanför stadens centrala delar. Hjelt (ibid.:79) visar vidare hur kommunen även utförde andra åtgärder som koncentrerade fattiga och utsatta människor i områden som Gamlestaden vilket så småningom ledde till att Göteborg kom att bli en av de mest bostadssegregerade städerna i Sverige under mellankrigstiden (ibid.:67, 79). Gamlestaden var under denna tiden en typisk arbetarstadsdel där arbetarrörelsen hade ett starkt fäste, bland annat startades de första svenska hyresgästföreningarna här (Westerström 2013:52f). Under 1940-1970-talen behövde SKF fler arbetare till sin fabrik, vilket ledde till att Gamlestaden även fick en hög arbetskraftsinvandring från bland annat Finland, Italien, Lettland, Polen, Ungern och forna

Jugoslavien. De italienska invandrarna gjorde särskilt avtryck på området då de koncentrerades till en plats som i folkmun kallades för Milanokolonin (Bengtson Rylander m.fl., 2015:12; Nordin och Siljelid, 2015:137).

I mitten av 1900-talet var flera landshövdingehus i dåligt skick vilket ledde till att flera gamlestadsbor trängdes bort från området. Många fick också sina lägenheter rivna under 1960-talets saneringsvåg även om det revs färre hus i Gamlestaden än i många andra delar av Göteborg (Bengtson Rylander et al., 2015:12; Kinlund, 2015:89; Kettil, 2015:106). De låga hyrorna på husen ledde under 1970-talet till att Gamlestaden fortsatte vara ett område dit många människor i socioekonomisk utsatthet kunde bo, och det flyttade även in personer med alternativa livsstilar så som konstnärer och hippies (Bengtson Rylander m.fl., 2015:12; Kettil, 2015:103ff). Kommunen placerade också under 70-talet ett högt antal sociala boenden i området inklusive boenden för nyanlända flyktingar. Under 1980-1990-talen var därför Gamlestaden ett av de områden som hade högst koncentration av arbetslöshet, personer med försörjningsstöd och första generationens invandrare i Göteborg (Valli & Hammami, 2021:6). År 2010 var andelen utlandsfödda i Gamlestaden 29 procent vilket var 8 procentenheter högre än medelvärdet i Göteborgs kommun. Vidare var utbildningsnivån något lägre än genomsnittet i Göteborg och medelinkomsten hela 70 000 kronor lägre. Arbetslösheten och andelen hushåll med försörjningsstöd var dock ungefär lika stor som genomsnittet i Göteborg (Borelius & Wennerström, 2010: 44). Som jag kommer visa är detta dock resultatet av att personer med försörjningsstöd hade trängts bort från området. Enligt Chiara Valli och Feras Hammami (2021:6) ledde den postindustriella lågkonjunkturen och stadens segregation till socioekonomiska utmaningar i stadsdelen så som kriminalitet och utanförskap. Detta utgjorde också basen för en hård stigmatisering av området i media.

2.2 Bildandet av BID Gamlestaden

Upptakten till bildandet av Föreningen fastighetsägare i Gamlestaden (hädanefter FFG) / BID Gamlestaden (hädanefter BIDen) började enligt Sahlin och Wennerström (2010:257ff) redan under slutet av 1990-talet då Gamlestaden var ett av flera bostadsområden som fick så kallade ”Blommanpengar” av kommunen i syfte att motverka segregationen i staden. Pengarna skulle motverka segregeringens negativa effekter i stadsdelen samt utveckla de mångkulturella inslagen som höjde Gamlestadens attraktivitet för resursstarka hushåll (jfr Integrationsverket 2000:29). 1997 bildades det i projektet ett beslutsfattande samrådsorgan som kallades *Gamlestadsrådet*. Detta var ett av flera projekt i Göteborg som byggde på privat-offentlig

samverkan, något som blev allt vanligare inom stadsutvecklingen efter 1990-talskrisen (jfr Franzén m.fl., 2016:35). I partnerskapet fanns det bland annat representanter från Göteborg stad, fastighetsägare, Hyresgästföreningen och polisen. Rådet delades upp i fyra projektgrupper varav en av dem hette *Brukar- och ägargruppen* vilken kom att spela en viktig roll i hur framtida samarbeten sedan utvecklades (Integrationsverket, 2000:29; Sahlin & Wennerström, 2010:259). När Gamlestadsprojektet avslutades vid sekelskiftet skapades istället *Gamlestadens samverkansgrupp* vars sammanställning liknade det föregående projektet. Det inledande målet med samverkansgruppen var att ge alla som bor och verkar i området förutsättningar för ett bättre liv genom ökad gemenskap och förebyggande av sociala problem, men detta ändrades relativt snabbt till att handla om trygghet och brott (Sahlin & Wennerström, 2010:258). Detta skifte mot trygghet och brott spårar Sahlin och Wennerström (ibid.,259) till just Brukar och ägargruppen som redan under Gamlestadsrådets tid hade börjat koncentrera sig på vissa fastigheter med koncentrationer av boende med försörjningsstöd och/eller missbrukarproblematik. Det blev projektgruppens mål att få bort dessa boenden.

Det kommunala bostadsbolaget Poseidon som var aktiv redan i dessa tidiga projekt anställde vid sekelskiftet en trygghetskonsult på vars inrådan man 2001 startade FFG. Denna ideella förening bestod av ett 40-tal lokala fastighetsägare, bostadsrättsföreningar och utvecklare och fortsatte den nya inriktningen som projektet innan hade tagit. Det uttryckliga syftet var att höja områdets fastighetsvärden, skapa säkerhet och trygghet samt höja Gamlestadens attraktivitet och status. För att göra detta gjorde man insatser som att sätta upp galler till många av landshövdingehusens gårdar, installera elektroniska portlås, förbättra belysning på vissa gator, privatisera och reglera parkeringar, anlita vakter och anordna trygghetsvandringar (Borelius och Wennerström, 2010:45; Sahlin, 2010:24; Valli och Hammami, 2021:6). Ett annat viktigt mål för föreningen var att minska antalet hyresgäster med sociala problem då detta ansågs leda till mer trygghet och höjda fastighetsvärdena (Sahlin, 2010:24; Borelius & Wennerström, 2010:45).

Under perioden 2001-2018 var Göteborg stad inte en officiell partner till FFG, men Valli och Hammami (2021:6ff) har visat att det fanns ett inofficiellt samarbete. Kommunen informerades till exempel regelbundet om föreningens aktiviteter och FFG var involverade i utvecklingen av en ny översiktsplan för Gamlestaden som utformades 2002-2006, bland annat bjöds FFG in till kommunens möten som lokala konsulter. FFG tjänade mycket på den nya översiktsplanen då denna innefattade ett nytt resecentrum vid Gamlestads torg, en fördubbling av antalet boende i området, ett nytt hotell och en satsning på shoppingområden med affärer och service. Allt detta har underlättat FFGs mål att höja områdets attraktivitet och

fastigheternas värden. 2018 blev samarbetet mellan FFG och kommunen officiellt då föreningen tillsammans med åtta kommunala förvaltningar och bolag startade Sveriges första BID (*Business Improvement District*, se förklaring i ”Teoretiska ramverk”) under namnet BID Gamlestaden. 2021 förnyades samarbetet med ytterligare fyra parter, varav en var den lokala polismyndigheten. I och med startandet av BIDen fick FFG en säker tillgång inte bara till kommunala resurser utan också kommunal makt över stadsrummet (ibid.; FFG, 2021). Konsulten som initierade starten av FFG har också anställts som tjänsteperson i rollen att leda BIDen och har intervjuats inom ramen för denna uppsatsstudie.

FFG:s partnerskap med kommunen innebär att de får än större inflytande över stadsdelen vilket märks i deras aktivitetsplan från år 2021 (FFG, 2021). Där står det att de ska arbeta med allt ifrån stadsutveckling, nybyggnation, företagsutbud och hållbara transporter till stärkt lokal identitet, communitybyggande, trygghet, brottsbekämpning, kommunikation och forskning. Det verkar som att ingen del av Gamlestadens utformning ligger utanför BIDens arbetsbord. Partnerskapet ska inte bara delta i utvecklingen av områdets detaljplaner utan arbetar också för att forma Gamlestadens sociala sammansättning, stadsdelens identitet och de lokala företagens estetik (ibid.; jfr Franzén m.fl., 2016). Bland annat har de ett projekt som kallas *Levande Gamlestaden* som handlar om att utveckla Gamlestaden till en attraktiv och ”levande” stadsdel med hjälp av lokala företag (FFG, 2021:3). Som ledare för projektet anställdes 2019 två coacher av FFG/ BIDen som har uppdraget att ”coacha och lyfta lokala näringsidkare” samt skapa ett ”community” mellan dem (FFG, 2021:4). Detta arbete fokuserar på verksamheter på gatuplan och bygger på att coacherna söker upp och kontaktar de ”verksamheter som de [coacherna] tycker behöver förändras” (ibid.). Till hjälp har de sin strategi nya-lyfta-flytta-avlägsna som i korthet går ut på att attrahera rätt typ av *nya* verksamheter till stadsdelen, *lyfta* existerande verksamheter i Gamlestaden så att de kan fortsätta vara kvar, *flytta* verksamheter som inte ”behöver” skyltläge/ saknar tydliga koncept från bottenplanslokaler och *avlägsna* verksamheter som inte tillför någon service till området eller sannolikt bedriver ”ljusskygg verksamhet” (FFG, 2020:7). Framförallt har coacherna hittills arbetat med ”lyfta” där de bland annat försöker hjälpa äldre verksamheter med att få en bättre ekonomi och utvecklas ”på ett sätt så att de bidrar på ett positivt sätt till livet i stadsdelen” (FF, 2021:4f). Intervjuer med coacherna ingår i studien.

3. Teoretiskt ramverk

Jag kommer här att presentera de teorier som uppsatsens analys bygger på. Först presenteras uppsatsens forskningsfält kulturstudier och vad det innebär att ha en diskursanalytisk ingång till forskning. Sedan kommer jag att presentera teorin om entreprenörsurbanism med fokus på privat-offentliga samarbeten och städers profilering. Detta följs av en förklaring av och bakgrund till begreppet gentrifiering. Här kommer jag visa på två olika perspektiv som finns inom kritiska urbanstudier, en som ser på de ekonomiska drivkrafterna bakom gentrifiering och en som ser på de kulturella drivkrafterna. Sist kommer jag att göra en kort genomgång av några teorier om dagens kreativa ekonomi och dess prekära arbetsvillkor.

3.1 Diskursanalytiska kulturstudier

Forskningsfältet kulturstudier, till vilken denna uppsats tillhör, kommer ur en vilja att bryta mot akademins elitistiska och likriktade perspektiv för att istället undersöka samhällets marginella röster på ett maktkritiskt och självreflexivt sätt. Det är en forskningstradition som inte bara vill beskriva världen, utan också förändra den (Hall, 1990; Couldry 2000:1, 22). Det handlar alltså om att ställa frågor om sin egen samtid, vilka värden vi tar för givet (och inte), vilka maktdynamiker vi upprätthåller och hur sambanden mellan kultur och samhälle ser ut (Couldry 2000:1, 22). För att kunna ställa dessa frågor på ett självkritiskt sätt har jag ett diskursanalytiskt förhållningssätt till min forskning. Det innebär att jag ser all kunskap som socialt konstruerad då vi genom språket producerar en bestämd förståelse av verkligheten (Börjesson & Palmblad, 2007:9ff; Laclau & Mouffe, 2001:107, Sahlin, 1999:84f). Att arbeta med diskursanalys handlar alltså inte om att se hur saker och ting står till *egentligen*, inte heller handlar det om att ifrågasätta *om* saker och ting existerar, istället handlar det om att se på *hur* vi förstår det som händer. Jag har till exempel inte undersökt *om* det sker en omvandling i Gamlestaden utan *hur det talas* om den omvandlingen. Man brukar inom teorin tala om en diskursiv lins som begränsar och möjliggör vilka förståelser som är tillgängliga för personerna som ingår i diskursen. En diskurs är alltså något som sker *mellan* människor och består av de förståelser vi skapar tillsammans. Eftersom världen är komplex går det dock aldrig att skapa en allomfattande förståelse av den, vilket gör att det alltid finns paradoxer och ”luckor” i en diskurs. Vidare påverkar varje uttalande eller handling vad som tas för givet eller ifrågasätts i diskursen, vilket gör att diskursen konstant omförhandlas och förskjuts. En diskurs är alltså, för att sammanfatta det, varken personlig, helt omfattande eller statisk, utan

den är kollektiv, ofullständig och mer eller mindre rörlig (Börjesson & Palmblad 2007:10ff, Sahlin 1999:88ff).

När en diskurs når hegemoni, det vill säga när den accepteras av en majoritet på fältet, tänker vi inte på att den finns där vilket gör att den framstår som neutral eller det ”enda sättet” att tänka (Mouffe 2008:25f). Det finns dock, som Chantal Mouffe (ibid.) skriver, alltid alternativa diskurser som kan utmana den hegemoniska diskursen. Det uppstår då en diskursiv kamp (Börjesson & Palmblad 2007, s.13). Min diskursanalytiska ingång innebär att jag inte syftar till att återspegla själva informanterna som deltar i studien utan *hur de reproducerar diskursiva uttalanden och handlingar* (jfr Börjesson & Palmblad, 2007:12).

Det finns enligt Ingrid Sahlin (1999:83f) ofta en rädsla hos forskare och studenter att använda sig av diskursanalys för att det är ett begrepp som både förstås och genomförs på olika sätt. Samtidigt menar Sahlin (ibid.) att diskursanalysen måste avdramatiseras då vi som analyserar mänsklig kultur oftast arbetar diskursanalytiskt oavsett om vi skriver ut det eller inte. Jag har därför valt att, liksom Sahlin (ibid.:88), definiera diskurser på det enkla och breda sättet ovan utan att fördjupa mig i specifika diskursteoretiska skolor (som det finns många av). Denna diskursanalytiska ingång har gjort att jag har undersökt BIDens arbete och omvandlingen av Gamlestaden som en diskursiv kamp på tre olika nivåer (jfr Despotović & Thörn, 2015:246). I första analyskapitlet visar jag hur BIDen försöker ändra bilden, det vill säga den diskursiva förståelsen, av Gamlestaden genom att arbeta med tre olika visioner för området. I andra analyskapitlet visar jag hur denna diskurs reproduceras av entreprenörer som hjälper till med att förverkliga dessa visioner och i sista analyskapitlet visar jag hur entreprenörerna trots sin privilegierade position i diskursen ändå utsätts för risk och sårbarhet.

3.2 Entreprenörsurbanism

År 1989 skrev David Harvey sin kända artikel ”From Managerialism to Entrepreneurialism” där han visar hur den offentliga makten i västvärlden under 1970- och 80-talen har gått från att ha en förvaltande roll med social välfärd som mål, till att ha en entreprenöriell roll med ekonomisk tillväxt som mål. Detta skifte kom i och med den industriella krisen som även skapade en kris i den fordistiska politiken (Harvey, 1989:5, Franzén m.fl. 2016:8,ff).² Samtidigt innebar globaliseringen under samma period att enskilda länder fick mindre kontroll över multinationella pengaflöden och att staterna blev mer beroende av att locka till

² Fordism är en styrform som kombinerar en stark välfärdsstat med industribaserad kapitalism.

sig internationellt finanskapital. I allt fler länder besvarades den fordistiska krisen med en nyliberalistisk (också kallad postfordistisk) politik som vände sig till marknaden och dess logiker som lösning (Harvey, 1989:5; Franzén m.fl. 2016:8ff). Detta skapade också enligt Henri Lefebvre (2003, refererad i Lees m.fl., 2016:33) ett ekonomiskt skifte från industriell produktion till spekulationer i fastigheter som ekonomins viktigaste inkomstkälla. Göteborgs ekonomiska tillväxt sker till exempel numera främst genom service, turism och exploatering av mark (Despotović & Thörn, 2015:237). Dessa förändringar har enligt Harvey (1989) lett till att den offentliga makten har börjat ingå i allt fler partnerskap med privata aktörer med syfte att förvandla staden till en attraktiv tillväxtmotor. Harvey (1989) kallar denna stadsplaneringspolitik för *entreprenörsurbanism* (jfr. Lees m.fl., 2008:xix; Franzén m.fl., 2016:18).

Entreprenörsurbanism handlar om att sälja eller sälja in staden på sådana sätt att den kan ge ekonomisk tillväxt. Staden förvandlas i detta tänk till ett varumärke som står i konkurrens med andra städer både inom och utom landet. Det gäller därför att profilera staden som unik. Lyckade städer drar åt sig investeringar, företag, medelklass och turism vilket ger högre skatteunderlag, medan städer som misslyckas lämnas åt smala budgetar, arbetslöshet och fortsatt degradering (Franzén m.fl., 2016:13, 17; Harvey, 1989:13). Mats Franzén, Nils Hertting och Catharina Thörn (2016:16; jfr Lees m.fl. 2008:xix) skriver att entreprenörsurbanismen är ett försök att på stadens nivå lösa fordismens kris, men att dess praktik innebär spekulativa, snabba och tillfälliga lösningar som dessutom uppmuntrar till gentrifiering.

BIDs och andra entreprenörsurbanistiska strategier

Karaktäristiskt för entreprenörsurbanistisk stadsplanering är att den sker punktvis i privat-offentliga partnerskap så som BIDs (*Business Improvement Districts*). Ett *BID* är en privatstyrd men offentligt sanktionerad organisation som under en lång tid arbetar i ett specifikt område för att höja dess attraktivitet och fastighetsvärden. Typiska arbetsområden för ett *BID* är den upplevda tryggheten, det offentliga rummets estetik och det kommersiella utbudet. Man brukar också utföra en regelbunden utvärdering av lokala fastighetsägare och företag (Hoyt och Gopal-Agge, 2007, refererad i Valli & Hammami, 2021:2). I de flesta länder där *BID*-samarbeten är mer etablerade finns det lagstiftning om dessa vilket saknas i Sverige. Det hindrar dock inte att en rad *BID*-liknande samarbeten har genomförts i landet sedan 1990-talet, till exempel räknas FFG som en *BID*-inspirerad organisation (Franzén m.fl.,

2016:34; Sahlin, 2010:259). Det finns vissa saker som särskiljer BID-liknande samarbeten i Sverige från dess internationella motsvarigheter, bland annat brukar de verka i särskilt socioekonomiskt utsatta områden med potential att få höjda fastighetsvärden, och de domineras ofta av ett fåtal stora kommunala fastighetsägare (Staveska & Kusevski, 2018, refererad i Valli & Hammami 2021:5). BID-samarbeten uppfattas ofta vara positiva och flexibla stadsutvecklingsprojekt men mycket forskning har istället visat att de är politiskt kontroversiella och riskerar att kompromissa med demokratiska och sociala värden till förmån för ekonomisk vinst för dess medlemmar (Valli & Hammami 2021:12).

Entreprenörsurbanistiska samarbeten brukar enligt Franzén m.fl. (2016:149, 191) arbeta med en dubbel strategi för att göra områden attraktiva. Dels försöker man hålla stadsdelen ren från element som kan störa attraktiviteten, dels försöker man med olika medel estetisera och profilera den aktuella stadsdelen efter medelklassens smak. En viktig renhållande strategi inom entreprenörsurbanismen är *Broken Windows Theory* som presenterades av James Q. Wilson och George Kelling på 1980-talet (Wilson & Kelling, 1982). Denna teori går bland annat ut på att få bort skräp, graffiti och skadegörelse från en stadsdel, men också få bort vissa sociala kategorier av människor som kan uppfattas som otrygga så som hemlösa eller alkoholister (Wilson och Kelling, 1982: jfr Franzén m.fl., 2016:32). För att estetisera det offentliga rummet arbetar man också mycket med den byggda miljön genom att bland annat bygga spektakulära hus eller reovera om gamla industribyggnader. Vidare försöker man också samordna stadsdelars handel och evenemangsplatser så att de bidrar till stadsdelens varumärke och lockar rätt typ av besökare till platsen (Harvey 1989:7, 14; Franzén m.fl., 2016:24f).

Detta fokus på varumärkestärkande områden gör att det uppstår ett överflöd av platser vigda åt nöje och dyr livsstilskonsumtion vilket i sin tur leder till en ensidig och exklusiv användning av våra städer (Franzén m.fl., 2016:386). På grund av att städer alltmer betraktas som nöjesplatser ställer sig Harvey den välciterade frågan: "How many successful convention centers, sports stadia, Disney-worlds, harbor places and spectacular shopping malls can there be?" (1989:12). Harvey pekar här mot entreprenörsurbanismens största paradox: trots att dess strategier säger sig skapa unika miljöer så imiterar de ofta lyckade koncept i andra städer eftersom det ger mer säker vinst (ibid.; jfr Florin Persson, 2021:254). Harvey fokuserar här på spektakulära lösningar inom entreprenörsurbanismen så som sportarenor och shoppinggallerior, men detta stadsutvecklingstänk kan också leda till andra attraktiva miljöer som smågator med specialiserade kaféer, exotiska eller specialiserade restauranger, detaljhandel, konstgallerier och undergroundevenemang. Sharon Zukin har vikt stora delar av

sin forskningskarriär åt dessa ”autentiska” miljöer som även dem imiterar varandra. Hon ställer sig därför en liknande fråga som Harvey: “How many shopping streets have been transformed by cafés, bars and gourmet cheese stores for people who want to consume differently from the mainstream culture?” (2010:19; jfr Franzén m.fl., 2016:24). Båda dessa citat synliggör hur entreprenörsurbanismen, oavsett utformning, tenderar att skapa likformighet (jfr Peck, 2005:749). Vidare påpekar både Harvey (1989) och Zukin (1995:286) att städernas omvandling till medelklassens nöjesfält sker på bekostnad av deras demokratiska och jämlika funktion som platser där alla delar av samhället ska kunna bo, verka och vistas (jfr Franzén m.fl. 2016:8).

Chiara Valli och Feras Hammami (2021:2) riktar en liknande kritik mot den entreprenörsurbanistiska strategin BIDs och menar att den tydligt bryter mot den svenska socialdemokratiska traditionen att utveckla städer i offentlig regi med utgångspunkt från inkludering och välfärd. I sin forskning visar de bland annat att BID Gamlestaden har tydliga demokratiska brister när det kommer till representation i beslutsprocesser, etiska tillvägagångssätt och jämlik möjlighet att bo kvar. Vidare menar de att BID Gamlestadens arbete innehåller många klassiska karaktärsdrag för hur gentrifieringsdriven bortträngning brukar se ut i Sverige. Några av dessa är att stadsutvecklingen sker ovanifrån med mycket nybyggnation, att bostadsformer förändras (t.ex. att sociala boenden görs om till studentlägenheter eller hyresrätter till bostadsrätter), att allmännyttan privatiseras och marknadsanpassas och att det finns ett bortträngningstryck mot allmännyttans hyresgäster som skapas genom bostadsrenoveringar, förändring av områdets kommersiella utbud och förändringar i det offentliga landskapet (ibid.:11f; jfr Westerström, 2013:69; Zukin, 1995:285f). Som Franzén m.fl. (2016:243) påpekar så har det dock i Göteborg länge funnits en tradition av privat-offentligt samarbete som kallas för *Göteborgsandan* som går ut på att kommunen på olika sätt har underlättat näringslivens närvaro i staden. Denna anda har också enligt dem skiftat till att ge fastighetsägare en mer central roll i stadsutvecklingen. Därför är det kanske inte så konstigt att Sveriges första BID uppstod i just Göteborg.

Från varumärke till profil

För att förstå varför entreprenörsurbanismens imiterade miljöer fortsätter att produceras och på vilka sätt status skapas i ett varumärke har jag vänt mig till filosoferna Hans-Georg Moellers och Paul J. D’Ambrosios nyutkomna bok *You and Your Profile* (2021). Enligt dem finns det tre olika sätt att uppfatta identiteter som har varit mer eller mindre dominerande

under olika tider – den innerliga identiteten (*sincerity*) där vi anpassar oss efter den roll som samhället gett oss (till exempel rollen som mamma); den autentiska identiteten (*authenticity*) där vi försöker hitta ett inre autentiskt jag som vi sedan avspeglar utåt; och sist den profilistiska identiteten (*proficiency*) där vi har flexibla identiteter som förändras utifrån sammanhang och behöver marknadsföras utåt. Alla dessa sätt att förstå identiteter finns idag men profilitet är dominerande sedan början av 2000-talet. Även om denna teori framförallt handlar om subjektiva identiteter så har den varit användbar för att förstå den diskursiva omvandlingen och marknadsföringen av Gamlestaden som jag menar präglas av profilitet. Jag kommer därför inte heller skriva om Gamlestadens *varumärke* utan om Gamlestadens *profil* då Moeller & D'Ambrosio (ibid.:29) menar att varumärken innebär ett autenticitetstänk som utgår från en produkts inneboende kvalitet och sociala status medan en profil är mer interaktiv, flexibel och instabil.³

Grunden för Moeller och D'Ambrosios teori är att vårt samhälle numera präglas av det sociologen Niklas Luhmann (2013, refererad i Moeller & D'Ambrosio 2021:15) kallar för andrahandsobservationer (*second-order observations*), det vill säga att vi inte ser personer, händelser eller stadsdelar direkt utan vi *ser hur de ses* av andra. Det innebär i uppsatsens kontext att vi numera tenderar att bedöma en stadsdel utifrån dess profil, både i hur mycket status den har och hur den bekräftar vår egen profil. Det är alltså *bilden av området* och vad den associeras med som är det viktiga och det som vi laddar med värde (Moeller & D'Ambrosio 2021:34). Exempelvis behöver inte en stadsdels profil *representera* något inneboende unikt och autentiskt för stadsdelen utan endast *presentera bilden av* det som *uppfattas* som autentiskt (jfr., ibid.) Jag kommer att utveckla detta under rubriken ”Den kreativa klassen och autenticitet”.

Det finns två andra viktiga aspekter av profiliteten som jag vill uppmärksamma här. Den första är att en profilistisk profil behöver ständig bekräftelse från en så stor massa av främlingar som möjligt. Om en profil inte bekräftas tappar den sin giltighet, eller sitt symboliska kapital, vilket gör den sårbar och instabil. Denna instabilitet leder oss till den andra viktiga aspekten vilket är att profilerna, för att hålla sig aktuella och bekräftas av så många personer som möjligt också är föränderliga. En profil är inte en sammanhållen och logisk konstruktion utan motsägende, flexibel och skiftande (Moeller & D'Ambrosio, 2021). I stadens kontext innebär detta för det första att stadsplaneringen har gått från att utgå från de lokala medborgarnas behov till den internationella marknadens och de potentiella besökarnas

³ Jag har konsekvent bytt ut ordet varumärke till profil i min användning av andra teorier för att skapa en sammanhängande analys.

önskemål (jfr *ibid.*:2, Harvey, 1989:7). För det andra innebär det att ett område för att vara attraktivt hela tiden behöver marknadsföras, uppmärksammas, laddas med värde och anpassas i vad den associeras med för att fortsätta vara aktuell (Moeller & D'Ambrosio 2021:29, 47). Som jag kommer att visa i analysen verkar detta också gälla i Gamlestaden.

För att förstå hur en stadsprofil laddas med värde har jag, inspirerad av Chiara Vallis (2021) artikel om hur konstnärer bidrar till gentrifieringen i Bushwick (New York), använt mig av sociologen Pierre Bourdieus begrepp *symboliskt kapital*. Det finns enligt Bourdieu (1986:243, 248f; Bourdieu 1991:72; Thompson 1991:14) olika slags kapital – *ekonomiskt* (som kan ta formen av pengar, fonder, aktier och äganderätter), *kulturellt* (som kan ta formen av kunskap, färdigheter och utbildning), *socialt* (som kan ta formen av nätverk eller grupperingar och enskilda personers status i dessa) och *symboliskt* (som är den ackumulerade prestige, eller erkännandet, man har i respektive kapital). Dessa kapital kan sedan omvandlas till varandra, till exempel kan Gamlestadens profils symboliska kapital omvandlas till ekonomiskt kapital genom att rikare personer vill bo i området (jfr Zukin 1995:ix).

3.3 Gentrifiering

En av uppsatsens viktigaste teoretiska begrepp är *gentrifiering*, ett kritiskt teoretiskt begrepp som blivit känt även utanför akademien där det både förstås som en negativ process som leder till bortträngning och segregering, men också som en positiv stadsutveckling som levandegör ”döda ytor” eller omvandlar problematiska stadsdelar till lugna medelklassområden (Slater, 2014; Lees m.fl., 2008:165). Enligt Katarina Despotović och Catharina Thörn (2015:246) har gentrifiering till och med blivit ”en dominerande ideologi inom ramen för stadsutveckling” även om ordet ofta byts ut mot ord som ”stadsförnyelse”, ”omvandling”, ”attraktivitet”, ”inkludering”, ”hållbarhet”, eller ”blandstad” (*ibid.*:236, 246). Enligt Franzén m.fl. (2016:27) är också gentrifiering ett viktigt entreprenörsurbanistiskt redskap i arbetet med att höja städernas attraktivitet. I denna uppsats ska dock gentrifiering förstås som en våldsam och odemokratisk process i linje med hur Ruth Glass (University College London & Glass, 1964), som myntade begreppet på 1960-talet, menade det att vara.

Grundläggande definition

Glass (1964, refererad i Thörn & Holgersson, 2014b) såg hur arbetarklasskvarteret Barnsbury i Islington (London) hade invaderats av medelklass, och hur denna process både trängde bort områdets ursprungliga arbetarklassinvånare samt ändrade stadsdelens sociala karaktär.

Begreppet gentrifiering kommer från att Glass fyndigt kallade de som flyttade in för ”the gentry”, en anspelning till Englands socialt ängsliga lägre adel som, liksom den nyinflyttade medelklassen i Islington, behövde häva sin status genom att bland annat behöva bo på *rätt* plats. Glass skarpsynta analys var startskottet för ett nytt forskningsfält som förändrats mycket sedan dess (ibid.).

Jag kommer, liksom Loretta Lees, Hyun Bang Shin och Ernesto López-Morales (2016:9) att utgå ifrån Eric Clarks (2005, refererad i ibid.) definition av gentrifiering som en process som ändrar på vilka människor som använder ett område på det sättet att de nya användarna har en högre socio-ekonomisk status än de tidigare användarna som trängs bort (direkt eller indirekt). Samtidigt sker en återinvestering i fast kapital så som byggnader och infrastruktur (det vill säga att det sker en förändring i den fysiska miljön). Ju större socio-ekonomisk skillnad det är mellan de nya och gamla användarna desto mer märks processen. Det spelar ingen roll var eller när detta sker. Denna definition innebär att även ”tomma” områden (som industrimark) eller kommersiella områden (som shoppinggator) kan gentrifieras och att bortträngningen inte bara gäller personer som bor i området utan även personer som verkar och rör sig i området samt personer som potentiellt hade kunnat använda eller bo på platsen (ibid.; Lees m.fl., 2008:xv, 131, 158; Slater, 2014). Jag kommer därför att använda mig av ordet *landanvändare* för att betona att även de som verkar och använder en plats kan trängas bort (jfr Clark, 2005, refererad i Lees m.fl. 2016:74).

Slutsatsen att även nybyggda områden eller återanvändning av industrimark kan skapa gentrifiering kommer ur Peter Marcuses (1985, refererad i Slater, 2014:119) definition av bortträngning. Definitionen innefattar inte endast direkta bortträngningsformer där hyresgäster måste flytta i anslutning till en ombyggnation på grund av kraftiga eller gradvisa hyreshöjningar utan också två former av indirekt bortträngning. Den första av dessa är *bortträngningstryck* vilket är när hyresgäster känner sig alienerade och ovälkomna i sina egna bostadsområden och därför väljer att flytta. Den andra är *exkluderande bortträngning* vilket är när låginkomsttagare hindras från att flytta in i ett område för att det inte finns några billiga bostäder eller verksamhetslokaler i området. Ombyggnad av tom industrimark och nybyggnationer kan alltså klassas som gentrifiering om omvandlingen endast görs med medel- och överklass som tänkta användare. Som Despotović & Thörn (2015:237) påpekar är dessutom industriområden som uppfattas som öde och tomma ofta tvärt om platser där personer med låga ekonomiska tillgångar kan umgås och spendera sin fritid. Gentrifieringens effekter stannar inte heller i industriområdena utan skapar en värdeökning i omkringliggande bostadsområden där all slags bortträngning kan ske (Lees m.fl., 2008:140). Denna definition

innebär också att så kallad ”styckrenovering”, det vill säga att lägenheter renoveras upp med syfte att höja hyran varje gång en hyresgäst flyttar ut, också är en form av gentrifiering eftersom det (om än långsamt) ser till att minska områdets utbud av lägenheter för låginkomsttagare.

Räntegap och urbana fronter

I de flesta samtal jag har om gentrifiering med personer utanför akademien möter jag en förståelse av gentrifiering som något naturligt eller oundvikligt. I denna uppsats, liksom i gentrifieringsforskningen överlag, ser jag istället gentrifiering som en process som driver på och kommer ur den nyliberala omorganiseringen av vårt samhälle. Den är alltså tätt sammankopplad med en förändring av vår ekonomi, politik och kultur (Thörn & Holgersson 2014b:12f).⁴ Jag vänder mig här till Neil Smith som i sin kända bok *The New Urban Frontier* (1996) försöker kartlägga de mekanismer som möjliggör och driver på gentrifiering. Grunden för hans teori är att mark inte bara har ett nuvarande värde utan också ett potentiellt värde. Mellan dessa två värden finns det ett *räntegap* (*rent gap*) och det är när räntegapet är som störst som också risken för gentrifiering är det (Smith, 1996). När de första stegen för gentrifiering tas etableras vidare något som Smith kallar för en *urban front*, en slags rörlig krigslinje för gentrifieringens framfart (Despotović & Thörn, 2015:236). Om gentrifieringen faktiskt kommer ge det förväntade potentiella markvärdet är dock inget säkert utan ett spekulativt projekt (Smith, 1996).

Att det kan uppstå räntegap beror på att det finns en cyklisk gång i bostadsmarknaden, där områden omväxlande gentrifieras och *filtreras*. Denna cykliska gång ser förenklat ut som så att efter att kapital har investerats i en plats byggnader och infrastruktur är det ”fast” där och sårbart för allt som kan förändra platsens urbanekonomiska omständigheter. Investeringarnas initialt höga avkastning kommer oundvikligen att gå ner då byggnader och infrastruktur åldras och behöver fortsatta investeringar för underhåll och reparation, men dessa investeringar upprätthåller avkastningen snarare än att öka den. Med varje år kommer man med sannolikhet se en ökad skillnad mellan det faktiska markvärdet och det potentiella markvärdet. Det potentiella markvärdet stiger dock bara om stadsregionen överlag har en kombination av ökat invånarantal, arbetskraftexpansion och teknologisk innovation (Lees m.fl., 2008:52). Denna nergång i värde på platsen gör att fastighetsägare börjar tänka efter

⁴ Nyliberalism, också kallad postfordism, är ett begrepp som används för att ringa in de senaste decenniernas avreglering av välfärdsstaten tillsammans med en allmän kommersialisering, privatisering, marknadsanpassning av inte bara offentlig sektor utan också alla delar av samhället.

innan de investerar mer pengar på den åldrande markanvändningen vilket gör att de utför allt mindre underhåll, vilket till exempel var det som hände i Gamlestaden under 1970-talet. Förfallet tenderar sedan att accelerera vilket gör att de som har råd och möjlighet flyttar därifrån och ersätts av fattigare hyresgäster som inte kan välja att bo någon annanstans. Det var i detta stadiet av nedåtgående investeringar som Gamlestaden befann sig i på 1990-talet när projekten som förekom FFG genomfördes. Samtidigt som markvärdet går ner, går dock den potentiella markräntan upp vilket gör området sårbart för gentrifiering (ibid.:53). När FFG startade 2000 påbörjades också arbetet med att etablera en urban front i området. En av de viktigaste slutsatserna med denna teori är att gentrifiering inte kan finnas utan filtrering, vilket vidare innebär att gentrifiering inte är en lösning för varken filtrering eller segregering. Istället upprätthåller och förvärrar gentrifieringen städernas uppdelning av rika och fattiga på de fattigas bekostnad (Despotović & Thörn 2015:236).

Smith (1996:68f) fokuserar framförallt på kapitalägarnas roll i gentrifieringen och motsätter sig andra gentrifieringsforskare som ser individuella konsumentpreferenser hos medelklassen som de drivande faktorerna för att priserna går upp i ett område. Istället menar Smith (ibid.) att gentrifiering är en kollektiv social aktion som sker genom ojämlika och skiftande investeringsprocesser i våra städer där vissa områden får ett överflöd av investeringar medan andra förfaller i en frånvaro av investeringar. Även om jag håller med Smith om detta kommer jag även att se på hur entreprenörer som flyttar in till området bidrar till att realisera markräntan. Jag menar dock att dessa entreprenörer inte hade kunnat skapa gentrifiering om staden inte redan hade denna kapitalistiska cykel i markräntan.

En viktig del i Smiths teori om gentrifiering är att det finns en ”myt”, eller vad jag skulle kalla ett diskursivt språkbruk, kring *urbana fronter* som gör att dessa exploateringsbara områden framstår som urbana ”vildmarker” som behöver ”civiliseras” genom gentrifiering. Despotović & Thörn (2015:5) beskriver en frontlinje som följande:

Frontlinje är ett politiskt och geografiskt område nära eller bortom en gräns. En front kan också beteckna ett gränsland vid utkanten av ett bebott område. I den nordamerikanska historien används termen för att beteckna de platser dit pionjärer flyttade och därmed utvidgade gränserna för ”civilisationen”. Som ett militärt begrepp inbegriper ordet front både operation och demarkationslinje. Strategiska krigshandlingar mutar in och skapar gränzoner och förändrar landskapet. (Despotović & Thörn, 2015:5)

I denna frontlinjens diskurs anser man att civilisering sker genom en inflyttning av medelklass som likt urbana pionjärer ser till att skapa en renässans i området (Despotović & Thörn, 2015:238; Smith, 1996:17f; Lees m.fl., 2008:39ff). Smith (1996) menar att denna diskurs är *revanschistisk*, det vill säga har en aggressiv underton mot arbetarklassen som anses ha ”tagit

över” staden och vara anledningen bakom dess förfall (jfr Lees m.fl., 2008:53). Vidare menar Lees m.fl. (2008:53f) att eftersom det finns en stark koppling mellan klasstillhörighet, hudfärg och religion så präglas ofta denna revanschism av rasism och xenofobi. De påpekar vidare att dessa hyresgäster först har råd att flytta in *efter* att ett område har blivit filtrerat, det vill säga efter att de med kapital (till exempel fastighetsägare och kommunen) har slutat investera i området och socioekonomiskt starkare grupper har flyttat ut (ibid.). Det är alltså inte de fattiga invånarnas ”fel” att ett område hamnar i förfall utan det är en effekt av vårt ekonomiska system som går ut på att skapa räntegap.

Diskursen om att stadsdelar behöver räddas av medelklassen är enligt Smith (1996:23) en rationalisering som döljer det faktum att gentrifiering innebär en våldsam bortträngning av arbetarklass på ekonomiska grunder. Att denna odemokratiska process neutraliseras i diskursen märks inte minst i orden som ofta används i revanschistiska stadsomvandlingsprojekt. Till exempel används sällan ordet *civilisering* utan istället används ord som ”uppgradering”, ”modernisering”, ”trygghet” eller ”stadsmässighet” (Despotović & Thörn, 2015:238). Däremot benämns fortfarande de första gentrifierarna, de som inleder ”räddningsinsatsen” av området, ofta som banbrytare, nybyggare eller pionjärer. Denna terminologi är enligt Smith arrogant då den ”implicerar en stad som ännu inte är bebodd” och gör arbetarklassen som trängs bort till ”ociviliserade” (Smith, 1996, översatt i Despotović & Thörn, 2015:238; Smith, 1996:17f). Detta språkbruk liksom skillnaderna i välstånd mellan de som trängs bort från platsen och de som flyttar in påminner vidare om kolonialismens mekaniker. Likheten stärks också i att gentrifieringen tenderar att premiera vithet på svartas bekostnad (Lees m.fl., 2008:167). Diskursen om pionjärer är trots det fortfarande aktiv idag och jag har därför valt att kalla entreprenörerna i min studie för *pionjärsentreprenörer* eftersom deras roll just är att etablera en ny front och få området att bli attraktivt för resten av medelklassen.

Den kreativa klassen och autenticitet

Jag kommer nu att presentera en annan och delvis kompletterande inriktning inom gentrifieringsforskningen som istället fokuserar på kulturens roll i att höja städernas attraktivitet. I detta forskningsfält är geografen Richard Florida en viktig nyckelperson då han i början av 2000-talet fick ett stort inflytande i stadspolitiken med sina idéer om *den kreativa klassen*. Grundtanken i Floridas tes är att det numera är kreativitet som driver ekonomin och att städer som vill få ekonomisk tillväxt behöver locka vad han kallar för *den kreativa klassen* (Florida

2002, s.xiii, Franzén m.fl., 2016:130). Den kreativa klassen består inte bara av personer med traditionellt kreativa yrken som konstnärer, skådespelare och designers, utan även andra yrken där man använder kreativitet och nytänkande så som entreprenörer, programmerare, ingenjörer, forskare, arkitekter och akademiker (Florida, 2002:xiii; Holgersson & Florin Persson, 2018). Den kreativa klassen liknas ofta med David Brooks begrepp ”bobos” (bourgeois bohemians), det vill säga personer som uppskattar den bohemiska stilen men har den borgerliga klassens arbetsmoral och pengabegär (Lees m.fl. 2008:xix; Florin Persson, 2021:266).

Enligt Florida behöver lockandet av kreativ klass vara våra städers högsta prioritering då företag vill etablera sig där de finns: ”What ultimately makes a location attractive to industries are the clusters of talent that it has on hand.” (Florida, 2017:198). Vad lockar då den kreativa klassen? Jo de dras till blandade, hållbara och livliga miljöer med inslag som kulturevenemang, historisk arkitektur, kaféer, midnattsöppna restauranger, rullskridskor och cyklister. Stadsrummet ska kännas frigörande, vibrerande och i framkant, men också gärna alternativt, småskaligt och ”autentiskt”. Kort och gott ska städerna ha profiler som stärker den kreativa klassens profiler (Florida 2002:xvii; Lees m.fl., 2016:133; Florin Persson, 2021:266). Som minnesregel för städernas stadsutvecklare har Florida tre T:n som enligt honom behövs för att en stad ska få ekonomisk tillväxt: teknologi, talang och tolerans (Florida, 2017:198). De städer som saknar rätt miljöer för dessa tre T:n måste istället skapa dem, till exempel kan gamla fabriker och kulturhus omvandlas, områden förtätas och infrastruktur anpassas (Florida, 2000, citerad i Franzén m.fl., 2016:130). Som Franzén m.fl. (2016:130) skriver så handlar alltså Floridas teorier om att anpassa både samhället och stadsstrukturen efter denna nya samhällsklass vars livsstil och smak ska prägla de miljöer som de rör sig i.

Floridas teori har blivit hårt kritiserad då den anses uppmuntra till entreprenörsurbanistisk gentrifiering och på ett tydligt sätt söker anpassa staden efter de välbeställdas smak och behov på bekostnad av arbetarklassens (Franzén m.fl., 2016:131). Bland annat har forskaren Jamie Peck (2005) riktat kraftig kritik mot Florida då han menar att hans lösningar på städers ekonomi ser ut att handla om kulturell innovation, tolerans, modernisering och kreativa strategier men egentligen stärker en nyliberal stadsutveckling med intern konkurrens, marknadsdriven utveckling, gentrifiering och normaliserad segregering (jfr Franzén m.fl., 2016:139). Med Smiths ord uppmunar alltså Florida städer att använda den kreativa klassen som gentrifieringspionjärer. Florida (2017) har också själv kritiserat sina strategier för att de visat sig uppmuntra till gentrifiering vilket omvandlar miljöer som tidigare varit vibrerande och kreativa till sterila och homogena. Med en stark inflyttning av den

kreativa klassen följer nämligen höjda fastighetsvärden och en bortträngning av låginkomsttagare, oavsett om dessa är konstnärer eller inte (jfr. Franzén m.fl., 2016:131). Trots kritiken har Floridas recept varit framgångsrikt och spridits så pass effektivt att den har fått ett eget liv i många städers stadsplanering (Peck, 2005:742; Florida, 2017: 202). Florida nämndes till exempel i Göteborgs stads översiktsplan 2009 och har sedan dess haft en vad Helena Holgersson och Erik Florin Persson (2018) kallar för ”dröjande närvaro” (lingering precense) i stadens utveckling.⁵ Politiken som förs i Göteborgs stadspolitik är till och med närmare Floridas ideal nu än vad den var 2009 när han nämndes med namn (ibid.).

En teoretiker som undersökt kopplingen mellan kultur och städer med en mer kritisk blick än Florida är Zukin. Hon ser i likhet med de andra teoretikerna i detta kapitel ett ekonomiskt skifte under 1970-talet där fastigheter, finanskapital och kulturindustrin blev motorer för en ny symbolisk ekonomi (Zukin, 1995:260). Hennes fokus ligger sedan på hur detta har fått städer att börja basera sina ekonomier på symbolisk produktion och hur detta i sin tur har lett till att allt fler platser vigs åt konsumtion, nöje och kultur (ibid.:ix, 260; Zukin, 2010:xiii). Zukins forskningsområde har framförallt koncentrerat sig på symbolisk produktion av ”alternativa” eller ”autentiska” platser och hon har, liksom jag, undersökt de personer och verksamheter som är med och skapar detta symboliska kapital. På ett sätt kan man säga att hon vigt sin forskning åt att förstå hur kultur har blivit gentrifieringens verktyg (jfr Zukin, 2010).

Ett viktigt begrepp i Zukins teori är *autenticitet* som hon menar blev allt viktigare i början av 2000-talet i och med att våra identiteter blev mer instabila och performativa (vad Moeller och D’Ambrosio skulle benämna som profilistiska identiteter) (Zukin, 2010:xii). I sin bok *Naked City* (2010) ser hon hur det har uppkommit en bild av hur en ”autentisk” stadsdel ska se ut, vilket på många sätt stämmer överens med de områden som beskrivs som attraktiva i Floridas böcker. Det är områden med små butiker, ”etniska” restauranger och alternativ livsstilskonsumtion. Dessa verksamheter markerar också sin ”autenticitet” genom igenkännbara markörer så som ”bits and pieces of cultural references: artfully painted graffiti on a shop window, sawdust on the floor of a music bar, an address in a gritty but not too thoroughly crime-ridden part of town” (Zukin, 2010:xiif). Vad som är viktigt att se här är att denna ”autenticitet” är konstruerad, och enligt mig profilistisk då det handlar om att skapa en bild av autenticitet som också liknar andra bilder av autenticitet. Det vill säga att den ”autentiska” stilen inte *representerar* de personer eller aktiviteter som funnits på platsen innan

⁵ Florida är en av få akademiker som refereras i översiktsplanen

medelklassen kommit dit, utan *presenterar* en profil av ”autenticitet”. Vi kan till exempel besöka en kaffebar med kala tegelväggar och stilren inredning som serverar lättrostat kaffe med toner av jordgubbe och säga att det känns ”autentiskt” fastän vi känner igen konceptet från en rad andra liknande kaféer som vi besökt både i andra städer och länder. Det viktiga är alltså att kaféets profil *ses* som ”autentisk”, inte att kaféet *är* autentiskt i sig själv (jfr Moeller & D’Ambrosio, 2021:15; Zukin, 2010).

Denna ”autenticitet” uppstår enligt Zukin (2010) ofta när medelklassen flyttar in i arbetarklassområden och står i bjärt kontrast till den autenticitet som redan finns på platsen sedan innan. I Gamlestaden är platsens ”autentiska autenticitet” till exempel en tobaksaffär som startades av en italiensk arbetskraftsinvandrare, en bar med en lokal trubadur och stammisar samt en butik som startade sin verksamhet med att sälja parabolter till de många invandrare som kom under 1990-talet men som numera lagar smartphones. Det är gamla skyltar på olika språk som tillhört butiker som inte finns längre, inofficiella mötesplatser och sociala nätverk. De till synes oskyldiga ”autentiska” verksamheterna som till exempel säljer lokalrostat kaffe och lokalproducerat vin skapar vad Zukin (2010) kallar för områdets ”nya början” (new beginnings). Gradvis förändras stadsdelens sociala klimat allteftersom verksamhetsutbudet anpassar sig efter de nya, mer välbärgade, invånarna. En efter en försvinner verksamheterna som stödjer de gamla landanvändarnas sätt att leva. En bar kan ersättas av en cocktailbar och en tobaksbutik kan ersättas av en ekologisk matbutik. Denna process är inte storslagen eller spektakulär utan vad Zukin beskriver som ”a more ordinary domestication by cappuccino” (2010:3).

Problemet, enligt Zukin (2010), är inte att medelklassen har en egen ”autenticitet” som de för med sig när de flyttar in i arbetarklassområden, utan att medelklassens konsumtionspreferenser tenderar att tränga bort områdets gamla arbetarklassautenticitet. Till skillnad från Smith menar hon alltså att gentrifieringen inte bara drivs på grund av stadens ekonomiska förhållanden utan också på grund av att medelklassens kulturella kapital och konsumtionssmak höjer områdets attraktivitet. Vidare tenderar också endast en slags ”autenticitet” anses autentisk, och det är oftast de med mest kapital vars ”autenticitet” får ta plats i stadsdelen:

artists displace manufacturers in live-work lofts, and are displaced in turn by lawyers and media moguls who buy these lofts as luxury condos; a gourmet cheese store or quirky coffee bar replaces a check-cashing service or take-out food shop, and is in turn displaced by a chain store that pays many thousands of dollars each month for the location. (Zukin, 2010:3)

”Autenticitet” har alltså blivit ett maktmedel med vilket man kan omforma staden och kontrollera vilka som känner sig välkomna där och inte. Detta, menar Zukin (2010:3.), är en

kombination av ekonomisk och kulturell makt. Processen där nya smaker ersätter gamla går också ihop med städernas tillväxtretorik med målet att bli en ren, trygg, förutsägbar och rolig stad för medelklassen, eller det Florida skulle kalla den kreativa klassen. För att återgå till Smiths (1996) teori (även om han motsätter sig teorin att gentrifiering drivs av konsumtionspreferenser), så kan etableringen av en ny ”autenticitet” som skapar en ”ny början” (Zukin, 2010) på en plats också ses som pionjärernas etablering av en urban front. Det är dessa pionjärsentreprenörer jag undersöker.

3.4 Den kreativa ekonomins prekära villkor

Kultur, kreativitet och autenticitet är alltså viktiga drivkrafter bakom gentrifiering, men det är också viktiga drivkrafter i en allt större grupp av medelklassens karriärer. Angela McRobbie ser i sin bok *Be Creative* (2016:12ff) hur det uppkommit ett imperativ att ”vara kreativ” i sitt arbetsliv och att detta har skapat en gradvis arbetsreform där de gamla sätten att arbeta, som skyddas av arbetsrätt och ekonomisk trygghet, förkastas till förmån för tillfälliga projektanställningar och egenföretagande. Viljan att få arbeta med sin dröm eller passion får unga arbetare att åsidosätta rättigheter som ekonomisk ersättning, rimliga arbetsdagar och framtida ekonomisk säkerhet i form av pension och sjukersättning (jfr. Wiklund, 2013:106ff). Det kreativa arbetslivet präglas kort och gott av prekära arbetsförhållanden (ibid.). Detta är något som även etnologen Elias Mellander (2018:134) lägger märke i sin studie av etnologers arbetsliv. Enligt honom är prekära arbetsförhållanden en växande tendens såväl i Sverige som internationellt och beror på ett skifte till en kunskapsbaserad ekonomi och nyliberal logik där de enskilda individerna ska ta ansvar över sin egen situation utan hjälp från staten.

Både Mellander och McRobbie hänvisar tillbaka till Judith Butler (2015:15) som även hon ser en koppling mellan temporära arbetsformer, en allmän prekarisering och entreprenöriell mentalitet (om att varje individ ska maximera sitt eget marknadsvärde). Butler ser vidare även hur kravet på självständighet och prekaritet hör samman: “The more one complies with the demand of ‘responsibility’ to become self-reliant, the more socially isolated one becomes and the more precarious one feels”. Isabell Lorey (2015, refererad i McRobbie, 2016:14) gör en liknande koppling och ser hur den ökade prekariseringen sker med ett löfte om frihet. Till exempel kan McRobbie (2016) se hur hennes informanter ser sig privilegierade som är ”fria” och kreativa i sitt yrke trots att det innebär ett själv-exploaterande arbete med långa timmar, parallellarbeten och liten ekonomisk utdelning (jfr. Jakob, 2012). Vidare kan McRobbie (2016) se hur ett kreativt arbetsliv uppfattas som ett självförverkligande vilket

nästan slår ut den medföljande prekära osäkerheten, ”or at least, the risk is written into the excitement of the undertaking” (ibid.:15).

Det kreativa arbetslivet har dock inte bara blivit ett sätt att nå självförverkligande, frihet och självständighet, utan också ett sätt att göra motstånd mot ett traditionellt och konservativt liv. Det är alltså ett sätt att uttrycka sin identitet och kan enligt McRobbie ge en euforisk känsla av att slippa undan traditionella och tråkiga sätt att leva. Sammanfattat upplevs alltså denna ”kulturella kapitalism” som mjuk fastän den i praktiken innebär ett bakslag för arbetsrätten. Det är denna ekonomi som Floridas kreativa städer bygger på (Florida, 2002).

4. Material och metod

I detta kapitel kommer jag att gå igenom uppsatsens material och metod – det vill säga vad jag analyserat, hur det materialet kommit till och hur det har bearbetats ihop med teori för att bli en analys. Kapitlet inleds med en förklaring av mitt etnografiska förhållningssätt till forskning och materialinsamlande.

4.1 Ett etnografiskt arbetsätt

Empirical, ethnographic research with real people is messy, it's hard. /.../ In this type of work, we test what people tell us, what we see, what we feel, against the theories that develop in the process. (Jones m.fl., 2014:7)

Denna uppsats bygger på ett etnografiskt arbetsätt vilket innebär att jag har använt kvalitativa metoder, varit på platsen jag undersökt och haft ett öppet förhållningssätt till vad som kommer vara uppsatsens syfte, frågeställningar och fokus (jfr. Arvaston & Ehn, 2009:19). Det är inte den enklaste arbetsmetoden att genomföra eller förklara då det, som Hannah Jones, Emma Jackson och Alex Rhys-Taylor (2014) skriver ovan, är ett stökigt och inte helt strukturerat arbete. Det är ett öppet sökande på fältets villkor.

Etnografisk forskning bygger oftast på både kvalitativa intervjuer och observationer, men jag har främst arbetat med intervjuer. Däremot genomförde jag alla intervjuer i informanternas verksamhetslokaler förutom tre som genomfördes med hjälp av videosamtal (en av de informanterna hade jag dock träffat på plats innan). Till och från intervjuerna tog jag långa promenader där jag hade en etnografisk blick som innebar att jag koncentrerade mig på sinnesintryck, fotade miljön och försökte få en "känsla" för Gamlestaden som fält. Även om det saknas täta miljöbeskrivningar i denna uppsats vill jag mena att det hade varit omöjligt för mig att förstå och relatera till mina informanternas berättelser och situationer om inte jag hade sett och upplevt området och deras verksamhetslokaler själv.

I det etnografiska arbetet är forskaren sitt eget bästa verktyg (Jones m.fl., 2014:7). På grund av detta, och uppsatsens diskursanalytiska förhållningssätt, har jag aktivt försökt att skriva fram min egen röst i uppsatsen för att markera att kunskapen i denna uppsats, liksom all kunskap, är situerad (jfr. Haraway, 1988, Hughes Tidlund & von Unge, 2022:49). Med det menar jag att analysen har påverkats av mina erfarenheter och ingångar till fältet, hur informanterna har förhållit sig till mig och hur jag har förstått samt representerat det de har sagt (Couldry, 2000:12; jfr van Maanen, 2011:xiii). Det innebär inte att analysen är oriktig

eller att jag sållar mig till en relativistisk syn på kunskap, utan att uppsatsen hade sett lite annorlunda ut om en annan person hade skapat och analyserat materialet, eller om materialet hade analyserats med andra teorier och forskningsfrågor. Med denna logik följer att jag har producerat materialet i denna uppsatsen och inte bara ”samlat in” neutrala data som analyserats på ett objektivt sätt (Ahrne & Svensson, 2015:19; jfr Hall, 1990:15; van Maanen, 2011:7). På grund av detta försöker jag nedan på ett så transparent sätt som möjligt beskriva de val, arbetssätt och förhållningssätt jag gjort och haft under uppsatsprocessens gång.

4.2 Fältarbetet

Fältarbetet började med en inledande observation redan i december 2021. Jag åkte då tillbaka till vad som brukade vara mitt närmsta centrum under åren 2015–2016 när jag bodde i Kviberg. Sedan dess har området har förändrats en hel del. I denna observation koncentrerade jag mig framförallt på husen i området och försökte orientera mig mellan Gamlestadens olika delar. Materialet för denna observation har inte använts i uppsatsen men var en bra start på det fältarbete som sedan påbörjades i februari.

Insamling av textmaterial

Det första och största textmaterialet som samlades in var från BIDens hemsida där jag kunde hitta nyhetsbrev som gick tillbaka till FFGs startår. Jag valde att främst koncentrera mig på nyhetsbreven från och med 2014 då jag upplevde att satsningen på att locka verksamheter kom efter detta år. Jag förlitade mig också på att kunna använda delar av Ingrid Sahlins (2010) studie om Gamlestaden för att få en uppfattning om FFGs tidiga år. Jag kompletterade dock materialet med tidigare nyhetsbrev när jag till exempel ville få en bild om när ord som ”autenticitet” eller ”slakthuset” började användas. På BIDens hemsida kunde jag också hitta gamla aktivitetsplaner, rapporter och Powerpoints från möten. Detta material har gjort det möjligt för mig att få en uppfattning om BIDens visioner och arbetssätt samt hur de har förändrats under åren. I uppsatsen används framförallt aktivitetsplaner, rapporter och Powerpoints från 2019 och framåt eftersom det är dessa som varit mest aktuella för fältet idag. BIDens hemsida har efter fältarbetets avslutande gjorts om och en del av materialet så som Powerpoints och gamla rapporter finns inte längre tillgängliga för utomstående. Jag har dock sparat dessa dokument under fältarbetet och skrivit upp när de hämtades i litteraturlistan.

En annan viktig källa för textmaterialet har varit hemsidor som fastighetsägarna har gjort för områdena Slakthuset och Gamlestadens fabriker, samt information om Gamlestaden

på fastighetsägarnas egna hemsidor. Hemsidornas texter och bilder kopierades över till Worddokument tillsammans med datumen de hämtades ner. Detta marknadsföringsmaterial har gett mig en god insyn i hur fastighetsägarna vill att området ska uppfattas samt vilka de vill ska flytta in och lockas till området. För att få en större insyn i detta har jag även undersökt kompletterande material så som marknadsföringsvideor om Gamlestaden, byggföretags och arkitekters presentationer av sina arbeten i Gamlestaden samt lägenhetsannonser för nybyggda lägenheter i området. Vidare har jag läst Göteborgs stads information om stadsutvecklingen i Gamlestaden inklusive delar av detaljplaner och investeringsbeslut. Detta material har inte använts i någon större utsträckning men visat mig att kommunen till stor del stödjer BIDens visioner. Utöver detta har jag även läst tidningsartiklar om Gamlestadens omvandling för att se medias bild om omvandlingen, detta har dock inte heller använts i uppsatsen.

Genomförandet av intervjuer

Urvalet av informanter i denna studie är inte helt oproblematiskt. Kulturstudieämnet kommer ur viljan att lyfta upp röster, berättelser och erfarenheter som annars skulle ha passerat obemärkta på grund av deras marginaliserade positioner i samhället (Back, 2007:1). Jag har istället valt att undersöka personer ur medelklassen som redan är synliga och blir hörda i samhället. Jag, liksom Nick Couldry (2000:22), menar dock att *om* kulturstudier går ut på att förstå vår kultur, behöver vi också förstå hur makt reproduceras och hur de som reproducerar ojämlika villkor förhåller sig till detta. Relationen mellan småföretagare och gentrifiering är också understuderad i Sverige vilket jag menar är en tydlig kunskapslucka i vår förståelse av hur och varför gentrifiering fortgår (jfr Zukin, 2010:3). Med utgångspunkt från Michel Foucault (2002:98) som skrivit att makt endast är uthärdlig om ”den maskerar en betydande del av sig själv” har jag också velat synliggöra maktdynamikerna som pionjärsentreprenörerna ingår i (jfr Mouffe, 2008). Detta leder dock till en annan problematik, nämligen att syftet från början har varit att rikta kritik mot hur dessa informanter bidrar till gentrifiering. På grund av detta bestämde jag mig från början att alla informanter skulle anonymiseras så mycket som möjligt, det vill säga att varken fingerade namn, ålder, personliga pronomen, avslöjande verksamhetsbeskrivningar eller något annat utmärkande skulle stå med (jfr Hughes Tidlund & von Unge, 2022:57). Detta var också ett sätt för mig att uppfylla Vetenskapsrådets (2002) konfidentialitetskrav. Jag kommer att diskutera detta mer

ingående under ”Etiska reflektioner” men kommer under denna rubrik visa hur detta påverkade min kontakt med informanterna.

För att hitta potentiella informanter gick jag igenom alla registrerade företag i området och skapade en lista med de som verkade ha startat eller flyttat till området från och med 2015. Utifrån denna lista valde jag sedan ut de företag som verkade passa in på BIDens visioner för området och antingen var småföretag eller större företag med sin kärnverksamhet i Gamlestaden. Totalt genomfördes 12 intervjuer med entreprenörer. Det var inte alltid lätt att ta reda på när företagen startades och några av informanterna jag fick kontakt med var äldre än vad jag hade trott. Den äldsta verksamheten som ingår i studien startades 2008 men de flesta av verksamheterna kom till 2017 eller senare. De entreprenörer som varit i området lite längre visade sig dock vara värdefulla för studien då dessa kunde se en utveckling (eller brist på utveckling) i stadsdelen som de yngre företagarna inte kunde se. Vidare var det två av de intervjuade vars företag visade sig vara utanför BIDens visioner. Dessa intervjuer har inte kunnat användas lika mycket som de andra intervjuerna men skapade en kontrast mot vilken de välkomna pionjärentreprenörerna blev än mer synliga. Några av de ”oinbjudna” entreprenörernas perspektiv är också med i sista analyskapitlet där jag diskuterar entreprenörernas prekaritet. Sista var det en intervju som inte transkriberades då den inte tillförde något till analysen utifrån uppsatsens kunskapsmål.

Min första kontakt med alla informanter var via deras verksamhetsmail eller Facebook. Till mitt meddelande bifogade jag ett informationsblad där uppsatsens syfte och forskningsprojektet ”För vem byggs staden?” presenterades tillsammans med information om vilka slags frågor som kunde komma under intervjun samt hur de skulle anonymiseras (se bilaga A). Informationsbladets syfte var att ge informanterna tillräckligt med information för att kunna ge ett informerat samtycke. Att ge tillräcklig information om studien och villkoren för medverkan är också det som krävs för att uppfylla Vetenskapsrådets (2002) informationskrav. I informationsbladet undvek jag dock att skriva ordet gentrifisering då jag inte ville avskräcka deltagare genom att använda ett laddat och omdebatterat ord så tidigt i kontakten.

Det var förvånansvärt många informanter som ville bli intervjuade. Utöver de som i slutändan intervjuades var det också några entreprenörer som först svarade ja men sen uteblev med svar när jag försökte att boka in en tid. Jag valde att inte följa upp dessa personer med ytterligare ett mail eftersom jag redan hade så många intresserade. Många entreprenörer svarade inte alls men endast ett fåtal personer svarade nej, oftast med motiveringen att de inte hade tid. Sylvie Tissot (2015:18ff) upplevde en liknande lätthet att få informanter till sin

kritiska studie av Bostons övre medelklass och deras engagemang i lokala medborgarorganisationer. Hon reflekterar att den höga viljan att delta dels kunde bero på att dessa föreningar hade hög status bland informanterna, dels för att informanterna hade ett stort intresse för föreningarnas sakfrågor. Jag tror att det kan finnas liknande anledningar till varför många av entreprenörerna i min studie var villiga att delta – de var passionerade över sina egna verksamheter och som jag kommer visa i det andra analyskapitlet är det också hög status att ha inflytande i områdets utveckling. Vidare finns det också en etablerad kultur av att ”hjälpa till” i Gamlestaden som jag tror spillde över i att de även ville hjälpa mig (jfr med kapitlet ”Entreprenörer som pionjärer”).

Trots att jag både i mailet, informationsbladet och under intervjun försökte att vara tydlig med varifrån jag kom och syftet med uppsatsen var det vissa informanter som delvis hade missförstått vad intervjun skulle användas till. Vissa förväntade sig att verksamheterna skulle nämnas med namn och bidra till deras marknadsföring fastän jag gjort det tydligt att de skulle vara helt anonyma. Andra var istället rädda för att deras citat skulle kopplas till dem (jfr Hughes Tidlund & von Unge 2022:51). På grund av denna risk för missförstånd började jag därför varje intervju med att läsa upp informationsbladet och fråga om de hade några frågor. I alla intervjuer frågade jag också informanterna hur de själva förhöll sig till kritiken att området gentrifieras för att de skulle få en tydligare bild om min ingång till omvandlingen samt få en chans att själva reflektera över fenomenet. Jag skickade också de transkriberade intervjuerna till informanterna så att de skulle ha en chans att läsa igenom det dem hade sagt. Härmed anser jag också att jag uppfyller Vetenskapsrådets (2002) samtyckeskrav. Intervjuerna var semistrukturerade vilket innebar att jag ställde frågor utifrån vilka teman informanten pratade om samtidigt som jag hade en frågelistan som jag då och då återkom till för att se till att jag inte glömde fråga om något (se frågelistan i bilaga B).

Det var också några informanter som trodde att jag kom från fastighetsägarna eller BIDen, eller att jag skulle hjälpa dessa aktörer med att utveckla stadsdelen. Även Tissot (2015:22) upplevde vad hon beskriver som ”falskhet” gentemot hennes informanter som ibland missförstod att hon hade ett kritiskt perspektiv. Tissot (ibid.:24) valde att inte rätta sina informanter när de antog felaktiga saker om hennes perspektiv med motivationen att riskerna av svek och instrumentalisering inte kan bedömas med samma etiska principer när man undersöker en privilegierad grupp som när man undersöker en marginaliserad grupp. I hennes fall hade informanterna en högre klass än henne själv och hon frågade sig därför om dessa personer som redan hade en kombination av ekonomisk rikedom och moralisk aktning dessutom behövde bli förstådda av en akademisk auktoritet? Även om mina informanter inte

alls har samma privilegium eller höga klass som Tissots informanter så är de inte heller av en markant lägre klass än mig eller särskilt utsatta i samhället. Snarare upplever jag det som att majoriteten av mina informanter liksom jag tillhör medelklassen även om vissa kan ha varit i den lägre medelklassen och andra i den övre (själv placerar jag mig i den övre medelklassen). Mitt förhållningssätt till entreprenörerna har därför varit att vara tydlig med varifrån jag kommer och vara ärlig med mina kritiska perspektiv om de frågat, men jag har också låtit mig att gå in i den sociala situationen med en bekräftande och uppmuntrande attityd (jfr Ahrne & Svensson, 2015:45; Back, 2007:23).

Det var också svårt att inte vara bekräftande i mötet med entreprenörerna då jag själv länge har drömt om att ha en lokal där jag kan anordna evenemang av olika slag. De flesta av intervjuerna var därför trevliga och vissa möten kändes från min sida som att de hade kunnat leda till vänskap om det inte hade varit så att vi sågs som forskare och informant. Några få intervjuer snuddade även till nätverkande och en slutade med att jag fick ett jobberbjudande från informanten vilket jag av etiska skäl tackade nej till. Liksom Sharon Zukin (2010:x) vill jag varken här eller då under intervjun låtsas som att jag är annorlunda än dem jag undersöker. Med detta menar jag inte att jag förstår dem helt och fullt ut, snarare handlar det om att jag är medveten om att jag också är en person i medelklassen som bidrar till gentrifiering genom mina drömmar, fritidsintressen och bostadsval. Att tillåta mig att känna likhet med mina informanter har alltså varit ett sätt att praktisera det Ruth Behar (1996) kallar för antropologisk sårbarhet (jfr Davids, 2014). Genom att låta mig se delar av mig själv i de jag intervjuat har jag inte kunnat hålla dem på armlängds avstånd utan istället behövt hantera deras citat med sympati. Jag har haft ett kritiskt förhållningssätt men inte en dömande eller objektifierande blick (Davids, 2014). Detta var också möjligt på grund av min teoretiska ingång som fick mig att rikta kritiken mot ett system av gentrifiering snarare än enskilda personers handlande.

Andra intervjuer var dock mindre bekväma, jag upplevde framförallt detta med en informant som verkade missta mig för journalist fastän jag upprepade gånger sa att jag var student och inte skulle nämna hans verksamhet vid namn. Denna intervju blev bara 14 minuter lång jämfört med de andra intervjuerna som brukade vara runt 1-1,5 timme. Trots det visade den sig innehålla många värdefulla citat medan andra långa och trevliga intervjuer knappt har använts alls i den färdiga analysen. En annan intervju önskar jag att jag hade avbrutit för att ta upp en annan dag då den genomfördes genom videosamtal när informanten skulle hämta sitt barn på förskola vilket både skapade brytningar i samtalet men också en stark oro från min sida över hans körning. Det blev också i detta samtal tämligen svårt att läsa

av känslöstämningar och nyanser i informantens svar (jfr Jobarteh & Wiklund Moreira, 2022:116f).

Intervjuerna med coacherna och tjänstepersonen skiljde sig från intervjuerna med entreprenörerna. Den stora skillnaden finns i att de intervjuades i sina yrkesroller vilket innebar att de inte kunde anonymiseras på samma sätt som entreprenörerna. Jag ställde därför endast frågor som utgick från deras arbete jämfört med entreprenörerna som också fick mer personliga frågor. Jag har dock valt att inte ta med deras namn för att hindra uppsatsen från att dyka upp om någon skulle göra ett personsök på dem, istället benämns de som ”coacherna” och ”tjänstepersonen”. Av stilistiska skäl har jag valt att använda pronomen hen även för dessa personer.

Tjänstepersonen hade redan blivit intervjuad av andra forskare om BIDens arbete och hade därför en tydlig bild av den typ av kritik som skulle riktas mot hens arbete i min studie. Denna intervju som genomfördes genom videosamtal var därför relativt formell och hen var mer avvaktande i sina svar än resten av informanterna. Coacherna verkade i kontrast vara positiva till min studie fram tills att jag under intervjun visade att jag hade ett kritiskt perspektiv på det dem gjorde. Denna intervju avslutades med vad jag uppfattade som irritation från deras sida och frustration samt skuldkänslor från min som ifrågasatt deras arbete. Trots dessa besvärliga känslor upplevde jag att min bild av deras arbete blev mer rättvis och nyanserad på grund av intervjun. Att dessa tre informanter kanske har känt sig missförstådda och möjligen upplevde känslor av obehag och frustration är såklart otacksamt då de gett mig både tid och förtroende att förvalta det de sagt. Samtidigt gav intervjuerna dem möjlighet att själva förklara omvandlingen från deras perspektiv och försvara sig mot kritiken att de bidrar till en gentrifiering av området (de menar dock att det inte sker en gentrifiering där).

Analysarbetet

Det första steget i analysarbetet var att transkribera intervjuerna. Jag gjorde väldigt noggranna transkriberingar där jag skrev ner stakningar, upprepningar och ljud som ”mm” och ”eh”. Jag skrev också ut talpausernas längd, suckar, skratt, hostningar, om något sades på inandning med mera (jfr Bäckman & Ekström, 2022:264; Klein, 1990). Tanken med detta var från början att jag skulle analysera tystnader och känslor i materialet. Jag insåg dock senare i processen att detta varken var möjligt eller etiskt då många av dessa reaktioner hade behövt förstås i samband med vem som yttrade dem. Många tveksamheter, upprepningar och småord har därför korrigerats bort i citaten som är med i uppsatsen för att de ska vara läsbara. Jag har

dock valt att behålla skratt, suckar och vissa tvekingar när de bidragit till analysen, levandegjort informanten eller visat på stämningen under intervjun. I urvalet av citat i analysen valde jag bort citat som kunde röja informantens identitet och anonymiserade detaljer i andra citat för att göra dem svårare att koppla till personen. Det finns trots det en risk att insatta i området kan gissa vem som sagt vissa citat. Här blir min anonymiseringsmetod viktig då entreprenörerna inte kommer presenteras som enskilda personer utan som en kör av röster. Eventuellt avslöjande citat kommer därför inte kunna kopplas till andra citat som samma informant har sagt.

Att analysera etnografiskt material är, som Jones m.fl. (2014:7) skrev i inledningen av detta kapitel, ett svårt och stökigt projekt. Under en lång period kände jag mig överväldigad av allt material och det tog lång tid innan jag förstod hur jag skulle förvandla abstrakta tankar och flera hundra sidor med text till en förståelig och hanterbar analys. Jag har sedan länge varit inspirerad av Alecia Jackson och Lisa Mazzeis (2012:6ff) metafor där empiri och teori ses som två rum som möts på en tröskel. På tröskeln konstituerar de varandra med hjälp av forskaren och i det mötet skapas också nya analytiska frågor. Jag brukar göra detta genom att göra en inledande översiktlig tematisering där jag sätter in citat från materialet, relevanta teorier och citat från tidigare forskning under olika rubriker. När jag gjort det brukar jag sedan göra mer noggranna tematiseringar inom respektive tema med hjälp av underrubriker (jfr Kaijser & Nylund Skog, 2022:279; Ingridsdotter & Silow Kallenberg, 2022:251f).

Denna gången var dock materialet och teorierna så oöverblickbara att jag gick vilse. Jag arbetade inledningsvis endast med det första analyskapitlet och gjorde flera olika utkast som antingen var för mycket i ena eller det andra rummet. Jag skrev analyser som mest redovisade empirin för att sedan skriva abstrakta teoretiska analyser som knappt hänvisade till materialet. Jag skrev och skrev om, skrev och skrev om. I skrivandet skapades det alltså en pendelrörelse mellan rummen vilket jag i efterhand insåg behövdes för att jag skulle lära känna min empiri, teori och tidigare forskning. Som en vän sa till mig: ”du måste ju skapa rummen först” (jfr Gunnarsson Payne & Öhlander, 2022:37; Bäckman & Ekström, 2022:262, Kaijser & Nylund Skog, 2022:278). Skrivandet fungerade alltså som en tänkande akt, och när jag väl hade konstruerat hur respektive rum skulle se ut kunde jag med hjälp av min handledare ge form åt mitt första analyskapitel (jfr van Maanen, 2011:3, 7; Ingridsdotter & Silow Kallenberg 2022:238). När jag väl hade förstått uppsatsformen och mitt material kunde jag arbeta på de andra kapitlen med större lätthet, jag hade hittat min tröskel.

Genomgående i analysprocessen har jag försökt att ha ett öppet letande efter både mönster och motsägningar, problemformuleringar och logiker, det som stämmer med tidigare

forskning och det som går emot den (jfr Kaijser & Nylund Skog, 2022:278). Jag har alltså försökt att applicera vad Les Back (2007:7) beskriver som ett ”öppet lyssnande”, det vill säga att inte bara lyssna på det som sägs högst utan också det som sägs tyst eller inte alls. Detta har dock varit svårt på grund av det ambitiösa syftet att både analysera BIDens visioner och entreprenörernas förhållningssätt till dessa, ett kunskapsmål som egentligen hade behövt mer plats och tid än denna uppsats har möjlighet att ge mig. Jag hoppas dock att jag framförallt i det andra och tredje kapitlet har lyckats visa på komplexitet, ambivalens och olikheter hos fältets aktörer (jfr Couldry 2000:3). I tredje kapitlet försöker jag till exempel följa Backs (2007:9) råd om att beskriva ”the outside story that is part of the inside story” genom att ta upp röster som både passar in i visionerna och ändå inte. Jag har också försökt att ta vara på empirins komplexitet genom att vara flexibel i min teorianvändning som har anpassats efter vad jag har hittat i empirin (jfr van Maanen 2011:51f). Detta öppna lyssnande har vidare delvis ändrat uppsatsens teoretiska fokus som från början endast låg på urbana fronter till att också handla om profiler, symboliskt kapital och det kreativa arbetslivets prekaritet (jfr Gunnarsson Payne & Öhlander, 2022:23).

4.2 Etisk reflektion

Loss, mourning, the longing for memory, the desire to enter into the world around you and having no idea how to do it, the fear of observing too coldly or too distractedly or too raggedly, the rage of cowardice, the insight that is always arriving late, as defiant hindsight, a sense of the utter uselessness of writing anything and yet the burning desire to write something, are the stopping places along the way. At the end of the voyage, if you are lucky, you catch a glimpse of a lighthouse, and you are grateful. (Behar, 1996:2f)

Som antropologen Ruth Behar (1996) skriver är uppsatsskrivande en känslofylld och ostrukturerad process fylld med oväntade stopp, etiska rädslor och ångest inför skrivandets makt och begränsningar. Även organisationsteoretikern Johan van Maanen (2011:73) har beskrivit hur etnografiskt skrivande är en komplex och inte helt oproblematiserad process där forskaren tar en mängd strategiska val kring vad som ska få vara med och hur det ska presenteras. Många av dessa strategiska val har etiska följder i hur de som intervjuats i studien kommer att förstås. För mig har det stora etiska dilemma som återkommande gjort sig relevant i studien varit hur jag ska förhålla mig till och presentera studiens informanter på ett rättvist, etiskt och respektfullt sätt och samtidigt kunna genomföra en kritisk analys av rollerna de har i gentrifieringen av Gamlestaden. Detta har också påverkat min studie på två stora fronter. För det första ledde det till att jag, av rädsla för att skapa enkla politiska poänger över deras medverkan till gentrifieringen, blev intresserad av att också undersöka

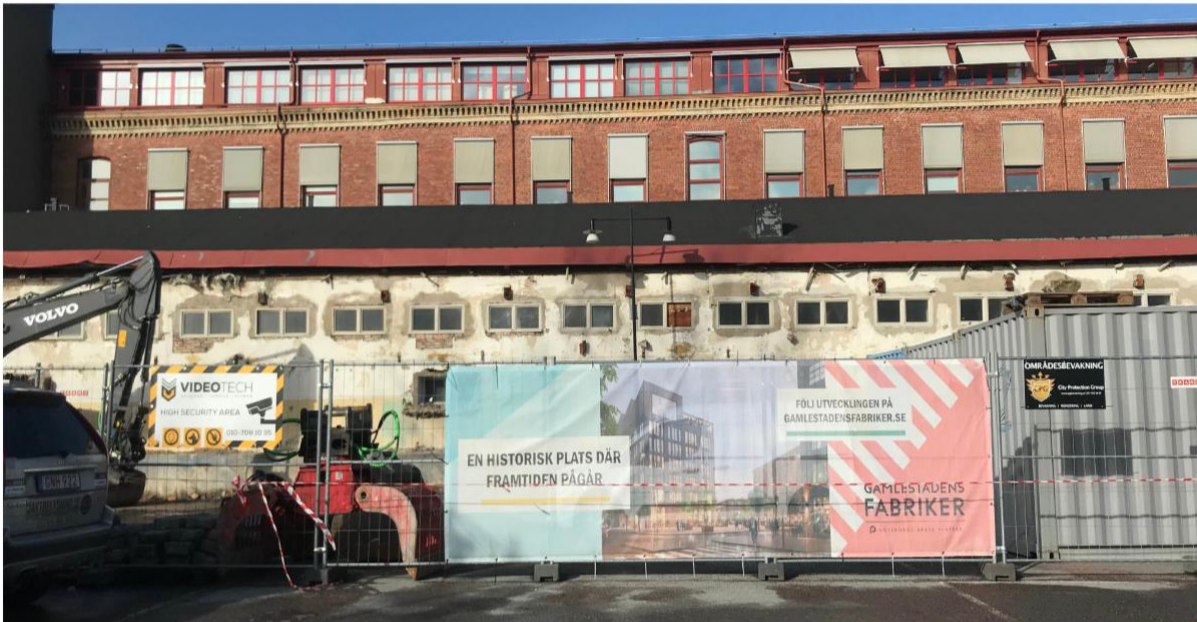
informerarnas prekära arbetsvillkor och hur dessa kan ses som en anledning till varför de bidrar till gentrifieringen.

För det andra begränsade anonymiseringen min möjlighet att göra täta, deskriptiva och levandegörande porträtt av mina informanter och deras verksamhetslokaler. Flera forskare, bland annat Back (2007:16f), har riktat kritik mot forskning som min där individerna anonymiseras så mycket att de endast representeras av lösryckta citat utan kontext då det avhumaniserar personerna som ingår i studien och tenderar att skapa generaliserande analyser (jfr van Maanen 2011:xvii; Kaijser & Nylund skog, 2022:279). Vidare menar Martyn Hammersley (2014) att det finns en etisk problematik med att utföra diskursanalys på intervjumaterial då det finns ett glapp mellan hur informanter tror att intervjuerna kommer att användas och hur de faktiskt används. Med detta menar han att informanterna oftast tror att de intervjuas som experter med upplevelser, erfarenheter och åsikter medan diskursanalysen ser dem som representanter för diskursiva praktiker. Enligt Hammersley är alltså min studie också avhumaniserande på grund av den använda teorin. Jag vill dock mena att det i min uppsats, där det riktas kritik mot en process som informanterna deltar i, istället är tvärt om. Analysens brist på detaljerad kontext och diskursanalysens intresse för strukturer istället för individer skapar här ett etiskt skydd för studiens informanter (jfr Kaijser & Nylund Skog, 2022:279). Jag vill utifrån Tine Davids (2014:53f) också mena att diskurser kan ses som en kontext i sig. På ett sätt kan man därför se nästföljande analyskapitel som en diskursiv miljöbeskrivning. För att kompensera för bristen på täta beskrivningar av miljöerna i Gamelstaden har jag dock valt att här under lägga in bilder från mina promenader i området för att ge någon slags uppfattning om miljön mina informanter befinner sig i.

Gamlestadstorget



Gamlestadens Fabriker



Slakthuset



Centrala Gamlestaden



5. En diskursiv omvandling

Building a city depends on how people combine the traditional economic factors of land, labor, and capital. But it also depends on how they manipulate symbolic languages of exclusion and entitlement. The look and feel of cities reflect decisions about what – and who – should be visible and what should not, on concepts of order and disorder, and on uses of aesthetic power. (Zukin, 1995:7)

När man pratar om stadsomvandling tänker de flesta att det är en materiell process där en stadsdel byggs om. Men stadsomvandling handlar i lika hög grad om att skapa *en ny bild* av ett område. I stadsdelar där den nya bilden skiljer sig markant från den gamla bilden skapas det en diskursiv kamp om vad området ska associeras med och vilka som ska känna sig välkomna där. Jag vill mena att BIDen är en central aktör i den pågående diskursiva kampen om Gamlestaden. I detta kapitel kommer jag därför att presentera den bild, eller profil, som BIDen försöker implementera i Gamlestaden. Denna profil är entreprenörsurbanistisk vilket innebär att den är menad att sälja in stadsdelen hos potentiella nya landanvändare från medelklassen. Den är också präglad av profilism vilket innebär att den laddas med i viss mån olika värden och visioner beroende på vilken del av Gamlestaden som BIDen och dess medlemmar vill sälja eller omvandla. Jag har i denna profil hittat tre olika huvudvisioner - *Trygga Gamlestaden*, *Autentiska Gamlestaden* och *Hållbara Gamlestaden*. Dessa tre visioner är delvis överlappande och kompletterande, men också delvis motsägande varandra. Alla bidrar de dock till Gamlestadens nya, mer attraktiva, profil som syftar till att höja stadsdelens markvärde. De inbegriper också alla entreprenörsurbanistiska strategier som i den kritiska urbanforskningen kopplas ihop med exkludering och bortträngning.

5.1 Trygga Gamlestaden

Den första visionen som jag ska redogöra för har jag valt att kalla *Visionen om trygga Gamlestaden*. Den dominerade det första decenniet i FFGs arbete, men finns fortfarande kvar. Visionen om trygga Gamlestaden är inspirerad av den internationellt väl använda teorin *Broken Windows theory* vilken James Q. Wilson och George Kelling (1982) presenterade på 1980-talet (jfr Valli & Hammami, 2021:20). Teorin menar att polisen behöver arbeta med att skapa en känsla av trygghet lika mycket som den ska bekämpa brott, vilket man ska göra genom att dels ta bort störande element som fulla människor, högljudda ungdomsgäng eller missbrukare, dels genom att se till att stadsdelen är ren och hel. Om ett fönster till exempel krossas och inte lagas direkt, menar Wilson och Kelling (1982) att det kommer följas av en

nedåtgående spiral där till slut alla fönster har krossats. När alla fönster är krossade kommer det vidare att locka till sig kriminalitet och att hela grannskapet i slutändan förstörs. Teorin har fått mycket kritik inom urbanforskningen som menar att strategin leder till gentrifiering och slår hårdast mot samhällets mest utsatta grupper så som fattiga och hemlösa (Lees m.fl., 2016:125; Ruud, 2015:129f; Sahlin, 2010).

Trygghet i början av 2000-talet

Trygghet var inte bara den dominerade visionen i början av FFGs arbete utan också det som ansågs vara drivkraften till att föreningen blev till. I Ingrid Sahlin & Ulla-Britt Wennerströms (2010:253ff) studie där de intervjuat flera av föreningens medlemmar får de höra att föreningen uppstod som en reaktion ”på en ökad otrygghet, kriminalitet och ett allmänt socialt utanförskap i stadsdelen, som därmed fått dåligt rykte” (ibid.:254). De fick till exempel i en intervju höra att det var en situation där en av de boende blev hotad av en ”knarkare” som blev startskottet till bildandet av föreningen som sedan dess gjort Gamlestaden till en mer trygg och vacker plats. I denna solskenshistoria blir föreningen en gräsrotsrörelse som med hjälp av det kommunala fastighetsbolaget Poseidon samlat fastighetsägarna i ett lyckat motstånd mot brott och otrygghet. Sahlin och Wennerström har dock hittat en alternativ och mer komplicerad uppkomsthistoria där föreningen snarare kom ur en rad olika privat-offentliga samarbeten i vilka trygghet inte var en särskilt stor fråga (se ”Bakgrund” för en mer detaljerad beskrivning av dessa samarbeten). Faktum är att ordet trygghet inte nämns i något dokument från av samarbetena under 1990-talet utan först dök upp vid millennieskiftet, även om problem med nedskräpning och dåligt underhållna fastigheter kunde dyka upp då och då (ibid.:261).

Trygghetsfrågan verkar snarare enligt Sahlin och Wennerström (2010:261ff) ha blivit viktig i samarbetet som föregick FFG först när Poseidon anställde en konsult vid sekelskiftet som utförde en ”trygghetsenkät”. Detta var startskottet för en återkommande trygghetsutredning vilket i sin tur gjorde ”trygghet” till en stående punkt på partnerskapets och sedan FFGs samverkansmöten. Som Sahlin och Wennerström (ibid.) konstaterar fick alltså trygghetsfrågan en gradvis större betydelse, men det är svårt att veta om det avspeglade en ökad otrygghet hos boende i stadsdelen eller om det var på grund av att samverkansgruppen lade en större vikt på trygghetsarbete. Oavsett går det att se att Gamlestadens problem allt mer ansågs vara ”otrygghet” vid sekelskiftet och blev den dominerande frågan vid FFGs etablering 2001.

På det konstituerande mötet för FFG i september 2001 inledde ordföranden mötet med att visa tidningsrubriker om skjutningar och mordförsök ”som syftade till att poängtera betydelsen av att fastighetsägarna går samman för att förebygga brott och öka tryggheten” (citat från FFGs mötesanteckning i Sahlin & Wennerström, 2010:264). Att använda ett fåtal spektakulära mord för att legitimera en omfattande omvandling är inget okänt grepp, till exempel kunde Catharina Thörn och Helena Holgersson (2016:678) se att man hade en liknande strategi i omvandlingen av Kvillebäcken. De ser med hjälp av Allan Preds (2000, refererad i *ibid.*) forskning om strukturell rasism i Sverige att dessa isolerade händelser användes som ett sätt att stigmatisera hela området och dess invånare. Stigmatiseringen legitimerade i sin tur en rivning av hela området och bortträngning av i princip alla dess landanvändare (Thörn & Holgersson, 2016). Jag vill mena att FFGs uppkomsthistoria också utför en liknande stigmatisering av Gamlestaden som legitimerar det hårda trygghetsarbete som präglade FFGs första år.

I arbetet med att göra stadsdelen trygg arbetade FFG med två huvudområden: att få bort landanvändare som kunde upplevas otrygga och att göra ingrepp i den fysiska miljön. FFG arbetade därför kontinuerligt med att till exempel omplacera personer med försörjningsstöd och få bort alkoholister och ungdomar från det offentliga rummet. 2003 omplacerades till exempel ett höghus med sociala boenden i centrala Gamlestaden, dessa lägenheter gjordes om till studentbostäder (Westerström, 2013:69; jfr Ruud, 2015). Förutom att personer med socialt boende vräktes från sina hem arbetade FFG också för att få bort ensamstående män som bodde i andrahand. Alla dessa grupper ansågs dra ner på Gamlestadens status och tryggheten i området (Sahlin och Wennerström, 2010:259; Sahlin, 2010:31). Utöver det arbetade FFG med att få bort fastighetsägare som inte var med i föreningen och därför riskerade att hyra ut till ”fel” personer eller inte sköta sina fastigheter på ett önskat sätt (Sahlin, 2010:194, 260; Ruud, 2015:129; Kusevski, 2022:17). I den fysiska miljön klippte man ner buskar, installerade gallergrindar i ingångarna till landshövdingehusens innergårdar och såg till att bilar som lämnats i stadsdelen identifierades och togs bort (för att förebygga att fler bilar skulle lämnas i stadsdelen började man också ta betalt för boendeparkering). Man lade även ner mycket arbete på belysningen i området. 2002 har föreningen till exempel beställt en rapport, *Ljus i Gamlestaden* (FFG 2002), där en arkitekt ger belysningsförslag. Målen i rapporten är bland annat att skapa en mer enhetlig belysning som kan visa områdets identitet och karaktär, ge trygghet och skapa skönhetsupplevelser. Belysningsarbetet handlar alltså lika mycket om trygghet som att lyfta stadsdelens attraktivitet. FFG utförde också mer övervakande trygghetsarbete som trygghetskontroller av bostadshusen, tillsynsvandringar där man bland

annat dokumenterade klotter, trasiga lampor och skräp men också förde bort kundvagnar och trygghetsvandringar. Man anställde också tidigt patrullerande vakter (Sahlin, 2010:45).

Sahlin och Wennerström (2010:31) kommer i sin studie fram till att trygghetsmålet legitimerade FFGs arbete men trots det alltid har varit underordnat föreningens mål att öka fastigheternas värde. De poängterar också att brottsligheten som i början av FFGs arbete hade minskat efter några år gick upp till en nivå högre än innan trygghetsarbetet (ibid.). Att trygghet inte nödvändigtvis går ihop med brottsnivån är också föreningen medveten om, bland annat säger en intervjuad konsult i föreningens nyhetsbrev att det är signaler om trygghet och otrygghet som avgör om man känner sig trygg, snarare än den faktiska brottsligheten (BID Gamlestaden, juni 2009). Detta är helt enligt Broken Windowsteorin som handlar om att skapa en *känsla* av trygghet och som Kelling och Wilson (1982:30) skriver uppstår denna trygghetskänsla om området är rent och helt samt om man slipper störas av ”disorderly people. Not violent people, nor, necessarily, criminals, but disreputable or obstreperous or unpredictable people: panhandlers, drunks, addicts, rowdy teenagers, prostitutes, loiterers, the mentally disturbed” (ibid.). Detta arbete fortsätter än idag.

Trygghetsarbetet idag

Under mitt fältarbete har jag mött samma solskenshistoria om föreningens bildande som Sahlin och Wennerström (2010). På årsmötet 2022 visas till exempel samma tidningsrubriker som på det konstituerande mötet tjugo år tidigare samtidigt som en representant från BIDen säger ”det här var min vardag då. Det var mina grannar det sköts på, det sprängdes videobutiker och... eh ja, det va spännande tider. Men som sagt, jag är ju kvar här!”.⁶ Det finns en känsla av triumf, eller revanschism som Neil Smith (1996) hade sagt, i denna beskrivning om att ha lyckats vara kvar i området och motat bort de kriminella.

Tjänstepersonen som leder BIDen berättar också en liknande berättelse om hur området har räddats från kriminalitet i vår intervju:

För 20 år sedan var det ju verkligen en stor *sorg* hos många människor som bodde i Gamlestaden, varav en del bor kvar... (suckar) Eh, över hur att den här stadsdelen hade tagits om hand väldigt illa och att det fanns väldigt stora problem som hade bara fått växa till här. Och i att man inte hade någon gemensam problemhanteringsförmåga. Så liksom därifrån kommer ju behovet [av samverkan och utveckling] naturligtvis.

⁶ Bilder på tidningsrubrikerna finns på BID Gamlestadens hemsida under fliken organisation → bakgrund. <https://bidgamlestaden.se/syfte-och-mal/bakgrund/>

Citatet är inte långt ifrån hur Smith (1996) beskriver den revanschistiska staden där medelklass ska rädda och ta tillbaka staden från arbetarklassen som ses som anledningen till städernas förfall. Detta blir än tydligare när tjänstepersonen i en annan del av intervjun säger att det är ”några som har tagit makten över den offentliga platsen”, och att det är BIDens moraliska ansvar att se till att ”alla” ska kunna använda det offentliga rummet utan att bli rädda. Formuleringen att det ska bli tryggt för ”alla” återkommer i materialet, men jag vill mena att det egentligen handlar om att få medelklass att känna sig trygg och att det är socioekonomiskt svaga eller marginaliserade människor som generellt anses skapa otrygghet.

Det finns också en revanschistisk berättelse om Gamlestadens fysiska miljö. Till exempel berättar tjänstepersonen vid flera tillfällen hur misskött och förfallet Gamlestaden var innan startandet av FFG och hur detta drabbade de boende i området som tvingades flytta därifrån. Detta menar hen också beror på ”slumfastighetsförvaltning” där fastighetsägare lagt ner så lite pengar så möjligt på sina fastigheter och därför dragit in på underhåll, samt att kommunen har ”slarvat” med sitt ansvar i området. Det tjänstepersonen beskriver kallas inom urbanforskningen för filtrering och hen sätter det i motsats till privat-offentligt driven omvandling som hen anser vara lösningen på filtreringsproblemet. Enligt Dragan Kusevski, Maja Stalevska och Chiara Valli (2022:24f) så är det vanligt att BID-liknande samarbeten beskriver gentrifiering som det enda som kan rädda ”slumifiering” men som jag redan förklarat i teorin är filtrering och gentrifiering tätt sammankopplade i en process där stadsdelar omväxlande får låga och höga markvärden med syfte att skapa ekonomisk vinst. Att göra ett område attraktivt och dyrt är alltså inte en lösning på filtrering utan tvärt om något som fortsätter skapa segregering och ojämlik resursfördelning i staden (Smith, 1996:69).

Det är inte bara i intervjun med tjänstepersonen som man kan se spår av revanschism, bland annat har fastighetsägaren Platzer (u.å.:a) i sin marknadsföring en rubrik som lyder ”Nybyggt och nybyggaranda” vilket är ord som ingår i det pionjerande språkbruket som Smith har kritiserat för att det implicerar att området var tomt eller ociviliserat innan pionjärernas ankomst. Att Gamlestaden upplevs som tomt eller öde märks också genomgående i BIDens nyhetsbrev och visionsplaner samt i fastighetsägarnas marknadsföring där det skrivits att Gamlestaden ska bli levande. Coachernas projekt *Levande Gamlestaden* beskrivs till exempel som följande i ett av föreningens nyhetsbrev 2021:

Att stärka de lokala näringsidkarna och utveckla stadsdelens olika platser är viktiga delar av det arbetet. *En stadsdel blir ju levande när människor rör sig på gator, platser och torg.* De som bor och arbetar i stadsdelen ska kunna gå och äta, men också utträtta många av de ärenden de behöver på hemmaplan. (BID Gamlestaden, september 2021. Min kursivering)

Att människor har rört sig, ätit och utträttat ärenden i stadsdelen sedan länge görs i citatet osynligt, eller som Smith (1996:33) har formulerat det så är det inte värt att notera. Det går också att se hur centralt näringslivet är i BIDens strategi för att "levandegöra" området.

Som jag nämnde i föregående avsnitt är Broken Windows-teorin fortsatt relevant i BIDens arbete idag. De som nu ska föras bort från platsen är dock inte längre boende med försörjningsstöd utan störande personer i det offentliga rummet. De som upplevs som mest problematiska är personer som misstänks sälja, köpa eller bruka narkotika samt alkoholpåverkade personer. Det finns dock också andra som stör känslan av trygghet. I en Powerpoint om Levande Gamlestaden (BID Gamlestaden, mars 2020) står det till exempel att problemen i området förutom narkotikahandel, öppet missbruk och otrygghet även är "normlöst beteende". Vidare står det i ett av BIDens nyhetsbrev att områdets ordningsvakter kan "anvisa folksamlingar som ibland koncentreras vid exempelvis allmänna hållplatser till platser där de inte upplevs lika störande" (BID Gamlestaden, juli 2020). Vad som anses störande verkar i dessa formuleringar vara relativt godtyckligt. Att uppnå trygghet för en liten välbärgad grupp "genom kontroll och exkludering av redan marginaliserade grupper" är enligt Sahlin (2010:17) numera en vanlig strategi i städernas trygghetsarbete. Att det är *känslan* av vad som är störande eller skrämmande som styr vilka som får vara i det offentliga rummet gör enligt Sahlin (ibid.:18) att man till exempel vill få bort inslag som högljudda ungdomar eller berusade personer (ibid.). De "störande inslagen" förstör enligt Franzén m.fl. (2016:361) inte bara en visuell illusion om en välmående stad utan påminner också om att det finns sociala spänningar på platsen. Genom att få bort dessa "störande" personer skapar man alltså en bild av en lyckad och oproblematisk stadsdel (ibid.; jfr Zukin, 1995:25).

Samtidigt kan samma personer som man vill få bort från det offentliga rummet också vara de man vill rädda. Bland annat säger tjänstepersonen i vår intervju att kommunen och fastighetsägare behöver arbeta för att få bort personer som skapar otrygghet från stadsdelen för kvinnorna i missbrukarkretsars skull. Hen berättar också att dåliga fastighetsägare och kriminalitet har kunnat vara kvar i Gamlestaden då de med lägre socioekonomisk status inte säger ifrån på samma sätt som de med hög socioekonomisk status gör. Detta då de senare...

...kanske har en röst medialt, kanske har starka kontakter inne i beslutsfattarled, kanske ställer sig o skriker innan det ser ut som det gör i Gamlestaden. Och i Gamlestaden så är det inte samma socioekonomiska status generellt hos människor. /.../ Och då blir det ju ännu mer nödvändigt. Du kan inte lita på att folk ringer ner Axel Josefsson eller Jonas Atenius och skäller på dem tills man, nån kommer hit o löser problemet. Utan man lever med den problembild som är eller så kanske man, om man kan så flyttar man då.

Att argumentera för att medelklass behöver flytta in i ett område för att de är bättre på att strida för att få in resurser till området är enligt Nicholas Schoon (2001, refererad i Lees 2014: 76) vanlig i den politiska debatten för social blandning. Denna retorik gömmer dock enligt Loretta Lees (2014:76) att man vill uppnå social rensning. Vidare skriver hon (ibid.:91) att ökad social blandning i filtrerade områden ofta riskerar att försämra livskvaliteten för områdets socialekonomiskt utsatta boende. Till exempel kan det skada existerande stödnätverk och skapa olika slags bortträngningstryck.

Liksom FFGs tidigare arbete arbetar även BIDen med stadsdelens miljö i syfte att skapa en känsla av trygghet. Det handlar dock inte längre bara om nedskräpning och belysning utan också lokala verksamheters utseende och skyltning. Detta ingår i coachernas arbetsområde som i vår intervju berättar att vissa verksamheter upplevs som otrygga på grund av att deras skyltfönster täcks av skyltar.

C1: [M]an ska förstå vad som pågår innanför dörrarna. Det ska vara tydligt. /.../ Alltså inte ens öppettiderna är tydliga, det kan liksom vara tre olika skyltar med olika öppettider.

C2- Inte täcka för fönster

C1- Man täcker för fönster vilket skapar otrygghet. Det är ju flera gånger vi har gått in i verksamheter där du och jag har sagt såhär: "här hade jag ju aldrig gått in! Om inte vi hade haft det här uppdraget", så det handlar ju mer om att göra näringsidkarna tillgängliga, att de också marknadsför sig på rätt sätt.

Franzén m.fl. (2016) menar att det i entreprenörsurbanismen finns en renhållande praktik där stadsrummet ska rengöras från "störande inslag" på det sättet Broken windows-teorin uppmanar städer att göra. I detta citat, men också genomgående i BIDens arbete, går det att se att det inte bara är nerskräpning, smuts eller trasiga inslag som upplevs som störande eller otrygga, utan också fel estetik som för många skyltar i ett skyltfönster. Att inte känna att butiken riktar sig till coacherna själva verkar också associeras med otrygghet. En trygg butik är alltså en butik som riktar sig till "rätt" kundgrupp, har "rätt" typ av skyltning och "rätt" typ av marknadsföring eller skyltning. I ett nyhetsbrev som rapporterar om ett BID-möte om problemlösning kan man till exempel läsa att:

Lokaler i bottenplan och uteserveringar behöver hanteras så att de bidrar till trivsel trygghet och ger mer levande platser. Kan en gemensam estetik vara en del av lösningen – och som också bidrar till entreprenörers förmåga att kunna leva på sin affärsidé? Kan vi nu ta nästa steg i frågan med allt från skyltning till belysning? (Wennerström, december 2021)

Detta arbete kan ses som en fortsättning av det Sahlin (2010) identifierade som strategier för att höja Gamlestadens markvärde i trygghetens namn. Ett annat exempel på hur trygghet används i syfte att ändra stadsrummet återfinns i FFGs/ BIDens aktivitetsplan för 2020 (FFG, 2020). Där står det att coacherna bland annat ska avlägsna lokalhyresgäster som "ockuperar attraktiva lägen men som inte tillför lokal service till boende och arbetande och som sannolikt

också döljer en mer ljusskygg verksamhet” (ibid.:7), samt flytta verksamheter utan tydliga affärsidéer från bottenplan till andra lokaler. I intervjun poängterade dock coacherna att det inte handlade om att avlägsna ”kassa affärsidéer” utan de som är kriminella.⁷ Som både coacherna och tjänstepersonen berättar för mig är det dock svårt att bevisa att en verksamhet är kriminell. När jag frågar om nya-byta-lyfta-avlägsna-strategin och hur de har kategoriserat vilka som ska få hjälp med sina verksamheter, vilka som ska byta läge och vilka som ska avlägsnas från området svarar de att de inte har gjort det än, men de har en *känsla* om vilka som är vilka.

BIDen arbetar också med att bekämpa reell kriminalitet, men jämfört med den historiska kriminaliteten som ansågs komma från stadsdelen själv, anses kriminaliteten efter föreningens bildande ofta vara en del av Göteborgs allmänna kriminalitet eller komma utifrån stadsdelen. Bland annat kunde man 2005 läsa att ”[b]rottskurvan går upp och ner” och ”[s]jett över längre tid är det inte ovanligt att brottsutvecklingen varierar en del från år till år” (BID Gamlestaden, mars 2005). 2021 kunde man i ett annat nyhetsbrev läsa att ”[b]erusade och drogpåverkade personer och öppen narkotikahandel har under lång tid varit ett problem i Gamlestaden – liksom i stora delar av Göteborg” (Wennerström, december 2021). Även tjänstepersonen pratar om en ”ansamling av narkotikahandel” i centrala Gamlestaden som stör de som *bor* i området. Kriminaliteten kopplas alltså till personer utifrån som stör områdets invånare som behöver skyddas av BIDen. På flera ställen i materialet beskrivs också kriminalitet som en utmaning som ”finns kvar” (BID Gamlestaden, juni 2021), det vill säga att det inte tillhör det nya Gamlestaden som håller på att skapas. Kriminaliteten används också som motiv till varför vissa utpekade platser, som fortfarande är ”eftersatta”, behöver omvandlas (ibid.).

Det är viktigt att poängtera att trygghet i BIDens diskurs inte handlar om trygghet i att kunna behålla sin bostad utan risk att hyran blir för dyr eller att vräkning står bakom dörren för att man har ett socialt boende (Sahlin, 2010:114; Ruud, 2015:134). Istället handlar tryggheten i Gamlestaden enligt Sahlin (2010:114) om att boende ska skyddas från brott och störande grannar. Jag vill också mena att det numera också handlar om att skydda Gamlestadens nya landanvändare från personer eller estetik som upplevs som främmande eller möjligen skrämmande. Det handlar inte bara om att ”slippa” se missbruk i det offentliga rummet utan också att slippa se butiker där delar av skyltfönstret täcks eller butiker som riktar

⁷ Paradoxalt nog är det dock just ”kassa affärsidéer” coacherna arbetar med att få bort från området även om själva personerna bakom verksamheten kan få stanna om de anpassar sig till coachernas tips.

sig till en annan målgrupp. Detta, vill jag mena, är ett resultat av att FFGs huvudsakliga mål är höjda fastighetsvärden (Kusevski m.fl., 2022:15; jfr Holmberg 2009:137).

5.2 Autentiska Gamlestaden

Under år 2014 blir det tydligt att visionen om trygghet inte längre är den viktigaste i FFGs arbete då föreningen detta år byter namn på sitt nyhetsbrev och sin vision från *Trygga Gamlestaden* till *Hela Gamlestaden*. Det nya namnet ska syfta till att visionen gäller hela Gamlestaden, såväl nya som gamla delar, men också att föreningen ska hela, som i läka, stadsdelen (Valli & Hammami, 2021:7). Parallellt med visionen om trygghet har det nämligen dykt upp en annan vision som jag döpt till *visionen om autenticitet*. Den autentiska visionen bygger liksom den trygga visionen på en entreprenörsurbanistisk strategi, men här handlar det inte om renhållning utan estetisering (jfr Franzén m.fl., 2016). Denna nya profil använder sig av den konstruerade "autenticiteten" som Sharon Zukin (2010) påvisat ofta uppstår på platser där det sker gentrifiering. Denna känsla av "autenticitet" hör också ihop med Richard Floridas strategier som uppmanar städer att skapa spännande och inspirerande platser i syfte att locka kreativ klass. Bland annat försöker man skapa kluster av talangfulla entreprenörer, kultur och restauranger (jfr Florida, 2014:198). Som jag redan gått igenom i uppsatsens teoretiska kapitel har Floridas teorier mötts av stark kritik, vilket verkar ha lett till att han inte längre nämns vid namn i Göteborgs stadsutveckling trots att den numera ligger närmare hans ideal och strategier än vad de någonsin gjort innan (Holgersson & Florin Persson, 2018). Helena Holgersson och Erik Florin Persson benämner detta som en *dröjande närvaro* (a lingering presence) av Florida i stadspolitiken. På samma sätt ser jag en dröjande, eller snarare outtalad, närvaro av Florida i FFGs/ BIDens arbete.

En plats för innovation – Gamlestadens Fabriker

What ultimately makes a location attractive to industries are the clusters of talent that it has on hand. And what attracts smart talented people to a place are its natural, cultural, and built amenities, everything from its architecture to its prestigious knowledge institutions - and most of all, the presence of other talented people. (Florida, 2014:198)

Gamlestadens Fabriker verkar ha varit den första platsen där FFG/ BIDen försökt implementera den autentiska visionen. Redan 2003 skrevs det ett nyhetsbrev om området med rubriken "Intressant historia och spännande framtid" (BID Gamlestaden, mars 2003). Artikeln skiljer sig markant från de flesta andra nyhetsbrev från den tiden som mest handlade om

trygghet och kriminalitet. Här skrivs det istället om Gamlestadens positiva historia, bland annat att Ace of Base spelade in sitt första album i området och att den första Volvon kan ha skapats i ett av husen. Den dåvarande förvaltaren i området berättar vidare att de anställt en byggnadsantikvarie som ska skriva om områdets historia (ibid.). Fyra år senare blir dessa historiska berättelser tillsammans med säljande framtidsvisioner plötsligt vanliga i nyhetsbreven. Detta sammanföll med att Göteborgs stads stadsbyggnadskontor lyfte Gamlestads torg som en av fem strategiska knutpunkter i sin översiktsplan. I och med det anser jag att det fanns incitament för fastighetsägarna att på riktigt börja lägga kapital i stadsdelen och börja arbetet med att skapa miljöer att locka den kreativa klassen med. Vid den här tiden var också Göteborg stad inspirerad av Florida som bland annat nämndes i kommunens översiktsplan 2009 (Holgersson & Florin Persson, 2018; Florin Persson, 2021).

I och med den autentiska visionen börjar BIDen också arbeta med att skapa en ny historisering av Gamlestaden (Valli & Hammami, 2022). Historien behövs för att den nya kultur och estetik som ska locka andra, mer välbärgade, landanvändare till platsen också ska kännas ”autentisk” och cool (Zukin, 2010). Detta är dock en väldigt partiell fabricering där urvalet sker utifrån säljbarhet (Valli & Hammami, 2022; jfr Holgersson, 2022). Som Helena Holgersson (2022) skriver så skapas denna sort av ”storytelling” i nybyggda områden för att nya landanvändare ska kunna göra platsens historia till en del av sin egen livs- eller verksamhetsberättelse (jfr Zukin 2010:xii, 19f; Valli & Hammami, 2022). Att detta är en önskad utkomst märks till exempel i en av Platzers marknadsföringsintervju med en industridesigner i området:

För oss handlar det mycket om Storytelling. Det blir en del att knyta an vårt varumärke, en hävd, en plats som Gamlestaden då. För oss funkar detta väldigt bra att vi som produktutvecklare kan vara en del av Göteborgs industrihistoria. (Platzer, 2016)

I Gamlestadens Fabriker verkar man använda sin storytelling för att diskursivt omvandla stadsdelen till en plats med ”teknologi och talang”, det vill säga två av tre T:n i Floridas teori om vad som lockar kreativ klass (Florida, 2014:198). I marknadsföringen kan man läsa att det är en plats för ”innovatörer och kreatörer”, ”en hemvist för uppfinnarjockar”, och en plats dit ”du beger dig när du har en bra idé” (Platzer, u.å.:b). För att ladda denna vision med autenticitet kopplar man detta till platsens industrihistoria:

Gamlestadens Fabriker är ett unikt möte mellan *autentisk industrihistoria* och *myllrande framåtanda*. Området har blivit ett populärt entreprenörskvarter med verksamheter inom bland annat e-handel, tv-produktion, textildesign och inkubatorverksamhet, tack vare dess strategiska läge och *unika karaktär – en industrimiljö i framtiden*. (Platzer, u.å.:a Min kursivering)

I citatet görs entreprenörskvarteret ”autentiskt” genom att det befinner sig i en industrihistorisk miljö. Det finns dock också mer kreativa exempel på hur man försöker få det att verka som att den nya visionen för området bara är en fortsättning på platsens traditionella användning. Bland annat kan det användas moderna entreprenöriella ord i historiska återblickar:

Gamlestaden har *alltid varit ett drivhus för innovation*. Det var här Gustav II Adolf kom på att man skulle flytta staden Nya Lödöse till en plats närmare handel och sjöfart. Detta var 1621 och den nya staden fick heta Göteborg. Hundra år senare började bröderna Sahlgren förädla socker i Gamlestaden. *Startupen flög*, och ganska snart var Sahlgrenska sockerbruket *ett av Europas största*. (Platzer, u.å.:b. Min kursivering).

Att det är helt andra människor som arbetar i de nuvarande entreprenörsdrivna verksamheterna jämfört med de gamla industrierna, eller att kung Gustav II Adolf knappast hade kallat sig för innovatör försvinner här helt – arbetarklassarbetare, kungar och företagsledare blir alla till entreprenörernas föregångare. Områdets politiska arbetarklass- och invandrarhistoria samt att platsen fortsatt är en hemvist åt arbetarklass och personer med invandrabakgrund är ingenting som märks i marknadsföringen (jfr Valli & Hammami, 2022).

En av Floridas viktigaste poänger är att det som lockar kreativ klass till ett område är andra kreativa och talangfulla människor men också själva platsen som behöver erbjuda ett fritt, effektivt och kreativt liv (Florida, 2002; Florida, 2014). Det är därför inte konstigt att man kan läsa att det i Gamlestaden finns ”ett färgstarkt och dynamiskt nav” med en blandning av ”struktur och kreativitet” (Platzer, u.å.:b). I marknadsföringsbilderna kan man också se vad man kan anta ska föreställa framgångsrika entreprenörer i t-shirts och kostymer som skrattar och dricker en kaffe på träbänkar med planteringar, pratar i telefon bredvid Säveån, står i kö foodtrucks och har ett samtal framför en tegelvägg. Det går här att se paralleller till marknadsföringen i Kvillebäcken som Thörn och Holgersson (2016:678) la märke till innehöll helt andra personer (vit medelklass) som gjorde helt andra saker än de personer som fanns på platsen innan omvandlingen. Även om det finns rasifierade personer i Gamlestadens marknadsföring så representerar de en högre socio-ekonomisk klass än dagens landanvändare.

Det finns i marknadsföringen också flera miljöbilder på fabriks husen som spelar en viktig roll i att området ska upplevas som ”autentiskt” och spännande. Robert Willim (2008:4) har skapat begreppet *industrial cool* för att beskriva fenomenet där industribyggnader estetiseras till exotiska och fantasieggande miljöer (jfr Despotović & Thörn, 2015:237). Som Jamie Peck (2005:745) skriver så är också denna typ av historiska byggnader viktiga för platser som vill locka kreativ klass. Byggnadernas betydelse för att bekräfta den ”autentiska” och innovativa miljön märks också i hur området beskrivs i materialet. I ett av FFGs

nyhetsbrev står det till exempel att ”Gamlestadens Fabriker och Turitzhuset söder om Säveån är klassiska Gamlestadsmiljöer. Det går nästan inte att förstå hur viktiga dessa fastigheter har varit i framväxten av Göteborgs näringsliv” (BID Gamlestad, maj 2015). På Platzer's hemsida finns en liknande formulering som kopplar arkitekturen till den innovativa atmosfären, men med den viktiga skillnaden att det egentligen är andan av industrin som är viktig och inte själva väggarna: ”I Gamlestadens sitter utveckling och förnyelse i väggarna. Här började resorna för SKF, Volvo och Åhléns. I samma anda fortsätter nu resan, men med nya väggar och nya möjligheter” (Platzer, u.å.:c).

En ”ruff” stadsdel – Slakthuset

Sometimes it seems that every derelict factory district or waterfront has been converted into one of those sites of visual delectation – a themed shopping space for seasonal produce, cooking equipment, restaurants, art galleries, and an aquarium. (Zukin, 1995: 22)

I Slakthuset försöker man etablera en annan ”autentisk” identitet än i Gamlestadens Fabriker. Här är fokus inte på företag utan på nöje och upplevelser. Området har taglinen ”En mer genuin upplevelse” fastän konceptet paradoxalt nog är kopierat från ett internationellt framgångsrikt koncept som startade i New Yorks Meat Packing District. Konceptet innebär att man gör om ett gammalt slakthusområde till en hipp och exklusiv plats för shopping, matmarknader, restauranger och nattliv. Det vill säga den typ av verksamheter som anses sporra en stads symboliska ekonomi (jfr Zukin 1995:1). Några andra exempel på liknande områden är Købbyen i Köpenhamn, Slagthuset i Malmö och Slakthuset i Stockholm. Platserna heter ungefär (eller exakt) likadant och innehåller ungefär samma slags alternativa verksamheter. Kort och gott kan man säga att de har en konstruerad och kopierad genuinitet.

Att härma framgångsrika koncept och samtidigt ta vara på platsens egna unika kvalitéer är något Florida ofta föreslår, det handlar om att skapa *en bild* av en bevarad och unik urban miljö som också har en positiv och vibrerande känsla (Peck, 2005:747). Det är även en vanlig entreprenörsurbanistisk strategi (Harvey, 1989:12). Trots att konceptet så tydligt har blivit härmat framhäver de som arbetar med konceptet att det är unikt, bland annat säger marknadschefen för en av områdets fastighetsägare i en intervju i Göteborgsposten: ”Vi jobbar absolut inte med att försöka efterapa något annat. Vi kommer försöka skapa något eget som är unikt för Göteborg.” (Yousuf, 9 november 2019). Som både Zukin (2010:3) och Hans-Georg Moeller och Paul J. D’Ambrosio (2021) påpekar är dock inte det intressanta om något *är* autentiskt eller inte utan vad den hävdade autenticiteten gör. I detta fall verkar det som att

hävdandet av autenticitet är ett sätt att legitimera en entreprenörsurbanistisk omvandling som har det slutgiltiga syftet att höja platsens markpriser.

Det går dock inte att skapa ett Slakthus-koncept utan rätt verksamheter. Jämfört med Gamlestadens Fabriker så är det inte uppfinnare och innovatörer som ska slå ner sina verksamheter i området utan hantverkare, matproducenter och restauranger. Dessa ska i sin tur locka besökare och turister till området:

Målsättningen är en plats för experimentlusta och kreativitet med platsens DNA i fokus – mat och matproduktion. Småskalig produktion av mat, dryck och design, restauranger och kultur. Ett möte mellan gammalt och nytt, återblick och nytänkande. En självklar destination för göteborgare och besökare. Något som inte finns i Göteborg idag, men där platsens själ finns kvar. (Higab, u.å.)

Liksom som i Gamlestadens Fabriker använder man i Slakthuset områdets industrihistoria för att skapa en känsla av autenticitet, men här läggs inte fokus på framgångshistorier utan på produkten som producerats där (det vill säga kött). Utöver detta används också delar av områdets arbetarhistoria. På områdets hemsida (som drivs av fastighetsägarna) kan man till exempel läsa den romantiserande rubriken ”en historia om kött, hårt slit och kamratskap” (Slakthuset, u.å.:a). Under rubriken kan man läsa en intervju med tre pensionärer som arbetat i slakterierna där de berättar om ett hårt och illaluktande arbete som vägdes upp av en stark sammanhållning och möjlighet att klättra i företaget. Dessa berättelser gör att den nuvarande småskaliga produktionen av dyra lyxprodukter upplevs som genuina och laddade med göteborgsk arbetaranda.

En annan viktig del av slakthusområdets nya profil är att det ska upplevas som ”rufft”, bland annat kan man läsa citatet ”rough and perfect” (Slakthuset, u.å.:b) på förstasidan av Slakthusets hemsida. Citatet, liksom alla rubriker på hemsidan, står i ett vitt och lite avskavt typsnitt mot en svart bakgrund som drar tankarna till en använd svart tavla. Att ett område ska vara intressant, ruffigt eller äkta är enligt Zukin (2010:20) ett kriterium som personer i medelklassen ofta ställer sig när de besöker ett område. Hon beskriver ett rastlöst sökande efter rätt typ av miljöer där vi förförs av områdets utseende och antaganden vi gör utifrån detta utseende. Att ett område har en ruff estetik sänder ut alternativa och ”autentiska” signaler. Denna ruffa känsla kan tyckas gå emot den trygga visionens renhållning av stadsdelen men som Zukin (2010:7) skriver så kan medelklassen tolerera smuts i det offentliga rummet så länge de känner sig trygga och det inte stör deras bekvämlighet. Även om området beskrivs som ruffigt och använder sig av berättelser från arbetarklassen så riktar marknadsföringen sig till en välbeställd medelklass. De arbetare som intervjuats på hemsidan eller personer i likvärdiga arbetaryrken idag hade gissningsvis inte heller känt sig välkomna i de exklusiva och dyra verksamheterna som flyttat in där. Det är inte dem som är de tilltänkta

gästerna till området, även om deras berättelser gärna får finnas med. Som det står på hemsidan: ”I Slakthuset vill vi ha kvar känslan av historien och samtidigt erbjuda något helt nytt” (Slakthuset, u.å.:c). Precis som i Gamlestadens Fabriker görs området om från arbetarstadsdel till en stadsdel för entreprenörer, småföretagare och kreativ klass.

Även i Slakthuset finns byggnader som klassas som *industrial cool* vilket framhävs på slakthusets hemsida:

En plats som Slakthuset har en genuin atmosfär som nya byggnader inte har. Här har människor arbetat med matproduktion i över hundra år och det finns otaliga berättelser i de vackra tegelfasaderna. (Slakthuset, u.å.:c)

Jämfört med Gamlestadens fabriker vars reklambilder var soliga, trevliga bilder med kontorsklädda personer är bilderna här svartvita eller med stora färgkontraster. På bilderna ser man kala glödlampor, en tatuerad skäggig man som flamberar i ett restaurangkök, en blond person med hatt som kastar rosa och blå färg mot kameran och ett publikhav. Industrimiljöerna här är än mer än i Gamlestadens fabriker estetiserade för upplevelsens skull (Willim, 2008:5; jfr Valli & Hammami, 2022). Zukin (1995) benämner denna typ av stadsutveckling för *disneyfieri*ng – det handlar om att göra stadens offentliga rum till säkra men fantasieggande nöjesfält för medelklassen.

Den industriella estetiken märks också i ett nybyggt hus i området som är gjort i rostliknande corténstål. Sådan estetiserande och nyromantisk användning av stål och rost är enligt Willim (2008, s.5), som refererar till Peter Aronsson, en segergest mot den gamla industrin som de nya branscherna och livsstilarna har slagit ut. Det är dock inte alla byggnader som kan bli *industrial cool*. I Kvillebäcken fanns det till exempel främst oansenliga industribyggnader i plåt, vilka enligt Holgersson i jämförelse med tegelfabriker från 1800-talet snarast kunde beskrivas som *industrial uncool*. Det verkar även finnas ”ocoola” byggnader i Slakthuset. En fastighetsägare säger till exempel i ett nyhetsbrev att de ”vill riva en del av det som har byggts till under åren och som har förstört karaktären på några av de fina gamla husen i området” (BID Gamlstaden, november 2014).

I Slakthuset finns det förutom mat-profilen även ett projekt finansierat av Göteborg stad för att få dit kulturevenemang och konsthantverk. Att använda estetisk kultur är också en vanlig strategi för att höja områdets attraktivitet som spreds under 1990-talet och som uppmuntrats av Florida. Flera forskare som undersökt kulturdriven stadsomvandling har dock kopplat det till gentrifiering (jfr Zukin, 1989; Valli, 2021; Kalichman & Rufino, 2021:96). Kulturen skapar ett högt symboliskt kapital i området och en spännande atmosfär som sedan kan omvandlas till ekonomisk vinst hos fastighetsägarna (Valli, 2021; Zukin, 2010). I

politiken anses de dock som positiva och opolitiska projekt som gynnar alla i samhället (Peck, 2005:743ff; Kalichman & Rufino, 2021:96). Det kulturen gör är dock att de attraherar personer till platsen som har intresse och möjlighet att ta sig an de nya kulturella platserna, samtidigt som personer som saknar rätt kulturellt kapital känner sig obekväma och undviker dem (Kalichman & Rufino, 2021:96; Valli 2021).

5.3 Hållbara Gamlestaden

År 2021 lanserar coacherna som anställts av BIDen ett nytt koncept som de kallar *Eko-reko* för att, vad de säger i intervjun, ”skapa en helhet” i Gamlestadens verksamhetsutbud. Detta koncept ligger som grund för den tredje och sista vision som jag identifierat i arbetet med omvandlingen i Gamlestaden. Denna vision som jag kallar för *visionen om hållbarhet* har syftet att göra området ekologiskt, men också socialt och ekonomiskt hållbar. Dessa är också de tre klassiska arbetsområden som kommunal stadsutveckling brukar arbeta med (Tahvilzadeh, 2015:1). Inom stadspolitikerna innebär ekonomisk hållbarhet om att skapa tillväxt i form av investeringar i stadsbyggnation och infrastruktur för att attrahera kapital och högspecialiserad befolkning; social hållbarhet om att omfördela resurser med syfte att skapa ökad jämlikhet mellan olika grupper i samhället genom tillhandahållande av välfärd och motverkande av segregation och marginalisering; och ekologisk hållbarhet om att minska stadens negativa påverkan på natur och klimat genom ekologisk modernisering så som energieffektiva, funktionella och täta områden med t.ex. cykelstråk (Tahvilzadeh, 2015:1ff; Lees m.fl., 2008:xix).

Nazem Tahvilzadeh (2015:1ff) menar att dessa tre hållbarhetsområden anses komplementära, men att det i praktiken har visat sig finnas skarpa målkonflikter mellan dem. Trots att man arbetat länge med hållbar stadsutveckling och har en ökad ekonomisk tillväxt så når vi till exempel inte våra miljömål och vi fortsätter att ha en ökad social ojämlikhet med en påföljande marginalisering och en socioekonomisk samt etnisk segregation (ibid). Inom kritisk urbanforskning ser man vidare att ekologisk hållbarhet ofta leder till gentrifiering, det är till och med ett så vanligt förekommande fenomen att det fått begreppet *ecogentrification*. I detta kapitel kommer jag att titta närmare på eko-reko satsningen och arbetet för att bevara och renodla ”heterogeniteten” i området.

Eko-reko

I FFGs/ BIDens aktivitetsplan 2021 står det att konceptet *Eko-reko* innebär ett fokus ”på hållbarhet, återanvändning, tjänster och möten” (FFG, 2021:4). Visionen ska vara vägledande i coachernas coachning av verksamheterna men också i fastighetsägarnas val av vilka nya verksamheter de ska hyra ut till. Konceptets värdeord är dock relativt vaga, framförallt kan man tycka att alla slags butiker arbetar med ”tjänster och möten”. I intervjun med coacherna får jag dock en delvis annorlunda definition av eko-reko. Först beskriver de eko-reko som en värdegrund som handlar om hållbarhet, cirkularitet och schyssta villkor. Sedan väljer de att läsa upp en definition som de tagit fram i samtal med ”invånare, näringsidkare och allmänheten” där eko-reko istället beskrivs som ”urban gemenskap, där mångfalden möts i det lokala, det kontinentala, det kulturella och det industriella. Gamlestaden, det nya sedan 1473”. Som jag skrev i inledningen är visionerna i Gamlestadens profil delvis överlappande, och det går här att se hur den autentiska visionen nästan är mer framträdande i denna definition än den hållbara visionen. Man kan också i nämmandet av mångfald se spår av Floridas tredje T-ledord för en attraktiv miljö, nämligen tolerans. Moeller & D’Ambrosio (2021:29) menar att en skillnad mellan varumärken och profiler är att profiler har en dynamisk natur som hela tiden behöver kommuniceras och interageras med allmänheten för att etablera ”social validation feedback loops” (ibid.). Detta kan förklara varför eko-reko byter innebörd beroende på om man läser i aktivitetsplanen, hör coachernas spontana förklaring eller hör den definition som tagits fram med andra aktörer. Det är också coachernas jobb att se till att konceptet fortsätter att vara relevant och integrerat med de verksamma i området.

Eko-reko är framförallt ett koncept som riktas mot verksamheter. Coachernas arbete är också koncentrerat i centrala Gamlestaden som de på BIDens årsmöte 2022 berättar saknar en stark profil. Vidare berättar de att det där finns en koncentration av äldre verksamheter som ”inte hängt med i utvecklingen” och som behöver hjälp. I intervjun med coacherna och under deras presentation på årsmötet förstår jag att det inte räcker att en verksamhet arbetar med reparationer och återanvändning för att den ska passa in i Eko-reko – den måste också profileras på ”rätt” sätt. På årsmötet berättar coacherna till exempel skämtsamt att de hjälpt en företagare genom att få bort galler från skyltfönstren, lärt hen att använda Swish och också föreslagit att hens verksamhet borde byta till ett mer fyndigt namn som syftar på återbruk. Det sista verkar dock inte entreprenören gått med på vilket de skämtsamt kommenterar med ”vi jobbar på det fortfarande”. Ett annat exempel är att de under intervjun berättar att de paketerat en verksamhet till ”ett vintagekoncept snarare än begagnat”. Karin Bradley (2009:228ff)

menar att hållbarhet inte bara handlar om en hållbar praktik utan också är kopplat till svenskhet, medelklassvanor och vissa symboliska handlingar som att återvinna sopor och ha tygpåsar. Detta trots att socioekonomiskt välbärgade och svenskar överlag har ett större ekologiskt fotavtryck på grund av att de konsumerar och reser mer. De som anses vara mest ekologiskt hållbara har alltså paradoxalt nog större fotavtryck än personer i arbetarklassen som inte associeras med en miljövänlig livsstil (ibid.). Det framstår därför som mer miljövänligt att ha ett vintagekoncept som riktar sig till medelklasspersoner, än att sälja begagnade eller reparerade varor. Man kan till exempel fråga sig varför coacherna inte lyfter de butiker som reparerar telefoner i centrala Gamlestaden som goda exempel på eko-reko. Jag vill här också nämna Mellissa Checker (2011:216) som påpekar att en miljövänlig stadsomvandling också ofta innebär att populationen vitifieras. Jag vill mena att denna risk även finns i Gamlestaden.

Det finns fler parametrar som verkar spela in i om en verksamhet ska betraktas som hållbar eller inte. En av dem är att ha ett genomgående koncept som stöttar Gamlestadens nya Eko-reko profil:

C1- Och kanske då också att det ska vara hållbar skyltning. Om nu det är en del av konceptet, då måste man ju tänka hela vägen, så att det inte helt plötsligt är väldigt ohållbara skyltar.

K- Vad är en ohållbar skylt?

C1- Ja jag vet inte, jag tänker nån som drar väldigt mycket el eller som är tillverkat av eh, nått och liksom

C2- Ja att man tänker. Alltså att, återigen det att man också lever, att det inte bara blir ord, utan att man, och det är ju från högsta, från fastighetsägare o från BIDen, att man tänker att konceptet genomsyrar hela ledet liksom.

C2(?)- Ja så att det går att göra. Och då blir det ju också en del av historien lite grann. En del av berättelsen.

Som Franzén m.fl. (2016) skriver så förväntas det i en entreprenörsurbanistisk stadsdel att varje handlare ska ha en egen vision och koncept för sin butik som bidrar till områdets profil. I citatet ovan verkar det som att även skyltarna borde ha en levd, ekologisk historia som ska bidra till Eko-rekovisionen. Det är dock få skyltar som drar el i området och att ersätta de skyltar som redan finns på platsen men inte lever upp till profilen lär vara mer omiljövänligt än att låta dem vara kvar – det är dock inte det som är poängen. Poängen är att det ska *se* miljövänligt ut.

En likriktad heterogenitet värt ett besök

Att få till en social blandning i staden har enligt Lees (2014:75f) blivit ett allt viktigare mål inom stadspolitiken. Hon kopplar detta till Floridas uppmaning till städer att skapa toleranta miljöer där personer oavsett sexualitet, etnicitet, hudfärg, ålder eller livsstil känner sig

välkomna eftersom detta också enligt honom lockar till sig kreativ klass (jfr Florida, 2014:198; Lees m.fl., 2008:xix; Peck, 2005:743). Florida (2014:201) har dock också lagt märke till att en kraftig inflyttning av kreativ klass riskerar att höja fastighetspriserna och därigenom förstöra både mångfalden och kreativiteten i området (jfr Peck, 2005:746). Den överhängande risken för bortträngning och den politiska laddningen som finns kring frågor om invandring och rasism gör denna potentiellt attraktiva mångfald till ett känsligt ämne. Den höga koncentrationen av svarta personer i Gamlestaden benämns därför med en mängd olika positivt betingade ord som byts ut och associeras till varandra, till exempel mångfald, mångkultur, kultur, internationell känsla, heterogenitet och social hållbarhet. I intervjun med coacherna blandar de till exempel ihop kultur, en blandning av verksamheter och social mångfald. Dessa ord byts ut och associeras med varandra:

C2- Ja, och just det här - kopplingen också till det *kulturella* och *mångfalden*, man får inte...

C1- *Social hållbarhet* också, är ju viktig.

C2- Ja precis. Men också just att det är *många kreatörer*, det är så mycket, jag vet ju när, med nån silversmed som vi har jobbat med tidigare och [verksamhetsnamn] med örhängen och mycket andra skradderier också som finns, och det är ju mycket. Och keramik och glas - alltså det finns ju väldigt *mycket kreativitet!* I Gamlestaden.

C1- Och *kultur*. (kursivering för förtydligande)

Vi ser här att social mångfald snabbt börjar handla om det mer trygga samtalsämnet kultur och olika slags verksamheter. I intervjuerna med entreprenörerna associerades också ofta mångfald med en varierad bebyggelse. Att mångfald har en tendens att glida mellan olika betydelser gör att ett arbete för heterogenitet i stadsdelen lätt kan börja handla om att det ska finnas en variation av verksamheter, byggnader och kulturuttryck snarare än klass och etnisk bakgrund.

Fastän coacherna menar att de vill behålla en heterogenitet i verksamhetsutbudet och att målet är att alla lagliga verksamheter ska kunna stanna kvar i området så pratar de också om att det är en för spretig mångfald. Under intervjun med coacherna var denna paradox något som förvirrade mig. Hur kan de vilja behålla heterogeniteten samtidigt som de vill skapa en samlad identitet och en mer sammanhållen skyltning? Enligt Franzén m.fl. (2016:386) är dock detta ett vanligt problem i entreprenörsurbanismen. Man vill ha en variation av unika verksamheter med egna visioner samtidigt som man vill att området ska ha en tydlig och säljbar profil. Coacherna har löst detta genom att säga att mångfalden *är* konceptet – de ska ”paketera olikhet” och ”visa på den mångfald som faktiskt redan finns”. Denna mångfald är dock inte bra som den är nu utan behöver ”renodlas”. Främst upplever coacherna problem med verksamheter som saknar tydliga koncept och rätt typ av skyltning. Dessa verksamheter

kopplar de inte till en positiv och säljbar mångfald utan till misslyckad integrering, arbetslöshet och kriminalitet:

C1: *De* i centrala Gamlestaden, där är det väldigt många som har startat eller köpt en verksamhet för att slippa vara arbetslösa och gå till arbetsförmedlingen. Man har liksom inte haft en affärsidé från början. Vilket gör att när man då kanske märker att den här affärsidén inte håller så lägger man till någonting mer, och så lägger man till någonting mer, och rätt som det är så har vi verksamheter som säljer glass och tvättmaskiner liksom. Och så lägger man till en skylt till, och en skylt till. Går man runt i centrala Gamlestaden så är det ju ganska många verksamheter som man inte riktigt vet vad de ens säljer.

C2- Eller tanke på att de säljer, som sagt, *allt* från...

C1- Eller säljer något under disk då (C2, ja). Eh det är också väldigt många då som inte är födda i Sverige och har låg svenskkunskap, *även* om de har bott länge i Sverige. Men då har de haft sina landsmän som kunder, och det har funkade under en viss period. Men nu funkade det inte längre. Och så har man inte koll riktigt på vad det innebär att driva företag i Sverige heller och har svårt att ta till sig myndighetsinformation. Så gör man fel fastän man vill göra rätt.

När coacherna anställdes var tanken att de skulle genomföra ett skyltprogram för området där det står att verksamheterna bara får ha ett namn och en logotyp och att dessa alltid ska skrivas på samma sätt inklusive färg, storlek och placering om det inte finns särskilda skäl för avvikelse. Det får inte heller finnas inaktuell skyltning eller information. Andra krav i programmet är bland annat att entrén ska vara inbjudande, att minst 50% av fönsterytan ska vara fri, att galler och jalousier ska undvikas och att man istället ska ha de dyrare alternativen pansarglas eller invända genomskinliga galler. Vidare står det att det kan förekomma krav på specifika öppettider. I programmet föreslås det också att fastighetsägaren årligen ska följa upp att verksamheterna håller sig till dessa krav och att det borde utformas en app med ”certifierade” verksamheter. Syftet med strategin ska vara få de som verkar i området att känna delaktighet i utvecklingen och få dem att ”lyfta verksamheternas visuella avtryck i stadsdelen”. Samtidigt står det i dokumentet att strategin kommer att ”höja värdet på fastigheter”, ”attrahera (rätt) hyresgäster [*sic!*]” och ge ”ökad möjlighet att ställa krav på hyresgäster”, vilket är andra ord för gentrifiering. Paradoxalt nog står det på samma sida att ”alla” tjänar på lyftet. Även om coacherna inte har kunnat genomföra detta skyltprogram på grund av verksamheternas begränsade ekonomi och att företagen enligt coacherna är behov av annan hjälp först så som anslutning av företagen till Swish och bättre renhållning i butikerna, så är fortfarande målet att det ska kunna genomföras i framtiden.

Detta skyltprogram är problematiskt på flera sätt. För det första innebär skyltprogrammet, liksom coachernas mål att förändra butikernas koncept, att en viss estetik och butikskultur som finns hos den invandrade arbetarklassen kommer att raderas från stadsdelen. Här vill jag hänvisa till Shonna Trinch och Edward Snajdr (2016) som har lagt märke till att det i områden som står inför gentrifiering brukar finnas två olika slags skyltar. Dels finns det folkliga skyltar (*old school vernacular signs*) som tillhör gamla butiker och

riktar sig till de landanvändare som funnits länge på platsen med begränsad ekonomi, dels finns det distingerade skyltar (*distinction-making signs*) som tillhör nya butiker och riktar sig till områdets nya och mer välbärgade användare. Det är den folkliga skyltningen med flera ord och färger, kompletterande skyltar, stora typsnitt, informellt språk, andra språk än svenska och engelska (som arabiska och persiska), referenser till religion och etnicitet samt verksamhetsnamn som anspelar på platsen, ägarens efternamn eller typ av verksamhet, som skyltprogrammet anser otryggt och oattraktivt. Istället föreslås verksamheterna byta till distingerade skyltar som karakteriseras av få ord i liten teckenstorlek, enstaka skyltar, sparsmakad färganvändning och kryptiska namn gärna på engelska, franska eller italienska (ibid.). Framförallt verkar mängden färg, antalet skyltar och variationer mellan skyltarna vara det som stör coacherna och tjänstepersonen mest. Bland annat säger tjänstepersonen att ”en stor blaffa till skylt där det liksom lyser i 18 olika färger” kommer att hindra besökare från att se den kulturhistoriskt viktiga miljön. Trinch och Snajdr (2016) visar dock att de distingerade skyltarna är exkluderande mot personer med lite kulturellt och ekonomiskt kapital då det ofta är otydligt på namnet vad för slags varor som säljs där inne och hur mycket varorna kostar.

Det finns också ett annat problem med coachernas arbete med att ändra verksamheters koncept och estetik. Defne Kadioğlu Polat (2018) som undersökt entreprenörer med turkisk bakgrund i Berlin har till exempel sett att även när dessa entreprenörer varit villiga att anpassa sina verksamheter efter medelklassens smak så är det problematiskt. Till exempel exkluderar de nya koncepten kunder som är låginkomsttagare med invandrarbakgrund. Det vill säga att även om aktören är kvar så skapas en det ett bortträngningstryck mot dess gamla kundgrupp. Hon pekar här också på problematiken att området helt förändras efter de nytilkomna landanvändarna och deras konsumtionsvanor samtidigt som de långtida landanvändarnas behov och konsumtionsvanor försummas. Kadioğlu Polat visar vidare att en anpassning till gentrifieringens estetik stärker strukturell ojämlikhet och följer en rasistisk diskurs där endast vissa delar entreprenörernas etnicitet anses attraktiva medan andra göms. Problematikerna som Kadioğlu Polat tar upp blir enligt mig än värre när verksamheterna uppmanas att ändra sina koncept och estetik av personer vars lön kommer från deras egna fastighetsägare. Jag vill här också nämna att Franzén m.fl. (2016:392f) menar att krav på öppettider och anpassning av koncept är entreprenörsurbanistiska verktyg för att få bort handel som inte bidrar till profilen och därför uppfattas som otydliga och störande.

Även om coachernas syfte är att hjälpa dessa verksamheter att få en bättre ekonomi och ge dem större chans att få stanna kvar i området är alltså arbetet kontroversiellt. För det första riskerar en sådan taktik skapa en alienation hos entreprenörerna vilket kan skapa ett starkt

bortträngningstryck. För det andra höjer de upp en slags konsumtionskultur och estetik som kan kopplas till västerländsk medelklass framför en konsumtionskultur och estetik som kan kopplas till invandrad arbetarklass. För det tredje lär de föreslagna förändringarna göra att områdets långtida landanvändare inte längre känner sig välkomna i området då butikerna slutar att rikta sig till dem. Vidare är också hela syftet med strategin att skapa en tydlig profil för området och höjt markvärde. Även om verksamheterna inledningsvis skulle kunna tjäna ekonomiskt på att följa coachernas tips riskerar de alltså att behöva flytta när fastighetsägarna väljer att höja hyran (jfr Franzén m.fl., 2016:380). Coacherna berättade för mig under intervjun att de har haft konversationer med fastighetsägarna om att hålla nere hyrorna i verksamhetslokalerna, men jag tvivlar starkt på att det är något som kommer hållas i längden. Det finns också en diskursiv bortträngning i verket här och jag vill liksom Zukin (1995:284) mena att det i slutändan handlar om "the right to be in plain sight".

5.4 Avslutande reflektion

Jag har i detta kapitel tittat närmare på tre visioner i BIDens arbete som jag menar syftar till att skapa en ny och säljbar profil av Gamlestaden, dessa är *visionen om trygghet*, *visionen om autenticitet* och *visionen om hållbarhet*. Av dessa är visionen om trygghet äldst och visionen om hållbarhet yngst, men de har inte ersatt varandra utan används parallellt i BIDens diskursiva kamp för hur Gamlestaden ska uppfattas och vilka som ska känna sig välkomna där. Visionerna är vidare starkt influerade av Floridas teorier, bland annat innehåller de tillsammans hans tre T:n för en attraktiv stadsdel - teknologi, talang och tolerans - och det är tydligt att det är "kreativ klass" som är nya Gamlestadens målgrupp.

Visionerna både kompletterar och säger emot varandra vilket är signifikativt för profilistiska profiler som anpassar sig efter vad som efterfrågas utifrån i stunden (jfr. Moeller & D'Ambrosio, 2021). De tre visionerna har också tre olika funktioner i BIDens entreprenörsurbanistiska omvandlingsarbete: den trygga visionen stigmatiserar olika delar av stadsrummet vilket legitimerar deras omvandling, den autentiska visionen laddar stadsdelen med "autenticitet" och symboliskt kapital, och den hållbara visionen arbetar för att renodla det heterogena verksamhetsutbudet till en mer säljbar form. Detta förklarar också varför de delvis kan säga emot varandra, till exempel att den trygga visionen vill ha hela och rena miljöer medan den autentiska visionen vill att det ska vara "rufft". De kommer in vid olika tider med olika funktioner. Ett tydligt exempel på hur de tre visionerna arbetar ihop är projektet för en mer sammanhållen skyltning i området. Förenklat kan man säga att den trygga visionen

motiverar arbetet genom att verksamheterna känns otrygga och därför behöver förändras, den hållbara visionen motiverar arbetet som ett moraliskt projekt och den autentiska visionen visar vilken slags estetik som borde appliceras istället. Med hjälp av dessa tre olika perspektiv och målbilder bidrar de alla till ett entreprenörsurbanistiskt arbete vars främsta mål är att göra en stadsdel attraktiv för den kreativa klassen. Tillsammans skapar de också ett starkt bortträngningstryck mot platsens gamla landanvändare då de introducerar en ny estetik och konsumtionssmak som kräver både kulturellt och ekonomiskt kapital. Framförallt ser jag en risk för att bortträngningstrycket kommer att bli högt för landanvändare med utländsk bakgrund då både trygga och hållbara visionen använder sig av strategier som brukar ”vitifiera” stadsområden.

Profilen som visionerna ingår i är profilstisk då den riktar sig utåt mot potentiella nya landanvändare istället för att utgå från de nuvarande landanvändarnas egna behov. Även visionerna är profilstiska då de handlar om att skapa en bild eller en känsla av ”trygghet”, ”autenticitet” och ”hållbarhet”, utan att de behöver vara förankrade i fakta eller i områdets nuvarande kultur. Till exempel handlar inte trygghetsarbetet främst om att minska den faktiska kriminaliteten utan om att skapa en känsla av trygghet; den ”autentiska” estetiken har inte med de kulturyttringar eller de sociala nätverk som funnits på platsen de senaste decennierna att göra, utan med medelklassens *bild* av hur en ”autentisk” plats ser ut; och hållbarhetsarbetet handlar inte om faktiskt ekologiskt avtryck eller social jämlikhet utan om bilden av hållbarhet vilken är tätt kopplad till vit medelklasskultur. Det handlar om *presentationer* av trygghet, autenticitet och hållbarhet – inte representationer. Vidare har också profilen en genomgående moralisk underton – vem kan vara emot ett arbete för en trygg, autentisk och hållbar stadsdel? Här måste man därför fråga sig vad för slags trygghet, autenticitet och hållbarhet det handlar om, och från vems perspektiv. Jag vill här avsluta med ett citat från Franzén m.fl. (2016:117): ”urbana rum som i princip är öppna – och dessutom marknadsförs som särskilt inbjudande – [kan ändå] fungera exkluderande”.

6. Entreprenörer som pionjärer

How many shopping streets have been transformed by cafés, bars and gourmet cheese stores for people who want to consume differently from the mainstream culture? Not Dunkin Donuts or Starbucks but an anti-starbucks, a dark little café where the tattooed barista knows how to foam the milk just right, the beans are organically grown on bird-friendly trees and purchased through fair trade, and you can connect to wi-fi along with other customers who share your tastes. This is the authenticity that Kunzru is talking about. It is produced not only by new residents, but by new retail entrepreneurs who speak to these new residents' social and cultural needs. (Zukin, 2010:19)

I föregående kapitel visade jag hur BIDen med hjälp av tre kompletterande visioner försöker skapa en ny profil för Gamlestaden, och att den profilen inte kan införlivas utan att rätt slags verksamheter flyttar in i området. Det är entreprenörerna bakom dessa verksamheter som är fokus för detta andra analyskapitel. Entreprenörerna både är och lockar det Richard Florida kallar för den ”kreativa klassen” och intar rollen som pionjärer på en urban front. Genom deras närvaro skapas områdets ”nya början” med dess nya fabricerade ”autenticitet” (jfr. Zukin, 2010). Detta sker dock på initiativ från och i samarbete med fastighetsägarna, och det först är när handeln är samordnad och mobiliserad som den entreprenörsurbanistiska profilen kan få genomslag och bli lönsam (jfr Valli, 2021; Franzén m.fl., 2016:386). Det är denna gemensamma entreprenörsurbanistiska mobilisering i Gamlestaden som undersöks här.

Jag kommer att inleda kapitlet med en beskrivning över hur fastighetsägare som är medlemmar i BIDen på olika sätt har lockat och hjälpt entreprenörerna att etablera sig i stadsdelen samt på vilka sätt verksamheterna bidrar till områdets profil. Jag fortsätter sedan med att visa att två viktiga anledningar till att entreprenörerna har etablerat sig i Gamlestaden är områdets byggda miljö och att de upplever att stadsdelen är ”på väg” någonstans. Till sist tar jag upp hur viktigt det lokala nätverket mellan de nyetablerade företagen är för dem, samt den ambivalens vissa informanter känner inför att de bidrar till gentrifiering i området.

6.1 I symbios med fastighetsägarna

Much like a real frontier, the gentrification frontier is advanced not so much through the actions of intrepid pioneers as through the actions of collective owners of capital. Where such urban pioneers go bravely forth, real estate developers, small-scale and large-scale lenders, retain corporations, the state, have generally gone before. (Smith, 1996:xvi)

Gentrifiering sker på olika sätt beroende på kontext, tid och plats. På vissa platser, som i Haga i Göteborg på 80-talet, var det pionjärer i form av studenter och kulturarbetare som genom sin närvaro och aktivism ändrade bilden av området, och därmed skapade förutsättningar för bevarande, men också exploatering (Martins Holmberg, 2006; Thörn, H., 2013). I andra fall,

som exempelvis i Kvillebäcken, kom exploatörerna först och försökte sedan, med blandad framgång, locka en ny grupp av invånare och entreprenörer att flytta in (Thörn & Holgersson, 2014a). I Gamlestaden har de entreprenörer som jag intervjuat etablerat sig i området efter att FFG/ BIDE:n bildats och genom enträget arbete skapat en urban front. Fastighetsägarna var alltså först med att identifiera ett räntegap, en potential till kapitalisering, som skulle kunna exploateras. För att lyckas behövde de dock arbeta för att locka rätt typ av verksamheter till området (jfr Thörn & Holgersson, 2014; Franzén m.fl., 2016:141). De nya entreprenörerna i Gamlestaden har alltså *bjudits in* som pionjärer.

Det fastighetsägarna försöker kapitalisera på, med hjälp av pionjärsentreprenörerna, är relationen mellan kulturellt och ekonomiskt kapital. Att lyckas få in ”rätt” typer av verksamheter med en viss ”autentisk” estetik och spännande koncept kan skapa ett högt symboliskt och kulturellt kapital som sedan kan omvandlas till ekonomiskt kapital genom höjda fastighetsvärden (Zukin, 1982; jfr Bourdieu, 1989; Lees m.fl., 2008:117). Om entreprenörerna lyckas höja Gamlestadens kulturella kapital kommer detta också att förändra områdets sociala atmosfär och bidra till BIDE:ns diskursiva omvandling av stadsdelen (jfr Zukin, 2010:3).

Särskilt inbjudna entreprenörer

Vi arbetar aktivt med att skapa en spännande mix av hyresgäster som kan samverka och utveckla Gamlestadens Fabriker tillsammans med oss. Vi tror på en gräsrotsrörelse där Platzer kan fungera som en katalysator genom att sammanföra drivna företag. (Olsson (kommersiell förvaltare på Platzer) i BID Gamlestaden, juni 2018)

Att som fastighetsägare eller kommun arbeta för att locka en viss genre av kreativa verksamheter till ett område för att bygga en profil är en vanlig entreprenörsurbanistisk strategi som redan har genomförts i andra delar av Göteborg. Mats Franzén, Nils Hertting och Catharina Thörn (2016:141) har till exempel visat hur partnerskapet Innerstaden Göteborg genom strategiskt arbete omvandlade de nergångna gatorna Vallgatan och Magasingatan till exklusiva konsumtionsplatser genom att locka dit en viss typ av verksamheter, som i sin tur lockade dit nya besökare. Detta höjde också områdets fastighetsvärden markant. För att locka verksamheter som har potential att skapa symboliskt kapital använder fastighetsägarna i Gamlestaden det jag i föregående kapitel döpte till *visionerna om autenticitet och hållbarhet*. En av entreprenörerna berättar till exempel att hen valde att starta sin verksamhet i Slakthuset efter att hen hade hittat en visionsplan för området. Hen återberättar vad hen fastnade för i visionen:

'[V]i ser framför oss att här finns det möjligheter att göra ett Meat Packing District av Gamlestaden. Husen, närheten till staden, traditionen av att tillverka saker här.' Så jag började läsa igenom den [visionen] och tyckte 'fan, det här, det låter ju skitcoolt liksom, här ska vi vara!

Informanten radar här upp vad jag i föregående kapitel identifierat som kännetecken för den autentiska visionen som anledningarna till varför hen ville flytta dit. Framförallt verkar idén om att härma det internationellt framgångsrika konceptet Meat Packing District och platsens potential att få konceptet att upplevas som "autentiskt" genom industribyggnader och slakthushistoria göra platsen attraktiv för hen.

Fastighetsägarna har också på olika sätt underlättat för entreprenörerna att etablera sig i området genom initiala hyresreduktioner och renovering av verksamhetslokaler. En informant berättar till exempel för mig att en av anledningarna till varför hen valde att etablera sitt företag i Gamlestaden var för att fastighetsägaren erbjöd sig att hjälpa dem med en fullskalig renovering av byggnaden. En annan entreprenör, som också fått mycket hjälp med renovering från fastighetsägaren, berättar att detta varit en förutsättning för att hen skulle kunna öppna sin verksamhet där. Fastighetsägarnas hjälp verkar också ge entreprenören en uppfattning om att de kommer att få vara kvar länge på platsen:

Utän dem [fastighetsägaren] hade vi inte kunnat göra detta. För det var en stor investering i den här lokalen. Den såg för jävlig ut, den var helt nergången efter hundratio år... och det är dyra materialval o sånt där för att det ska hålla längre. Och hela kåken, hur den har gjorts om undertill, du vet, ledningar och dragningar och sånt som kostar jättemycket pengar, och gräva i marken och... hade de inte trott på detta långsiktigt... så hade det inte heller gått, så att jag, där måste jag ge dem en stor eloge, just våran fastighetsägare då.

Att som fastighetsägare hjälpa pionjärentreprenörer med hyresreduceringar och renoveringar i syfte att skapa attraktivitet är inte unikt för Gamlestaden, till exempel kunde Franzén m.fl. (2016:90, 145) se att fastighetsägare i centrala Göteborg hade samma strategi för att locka dit aktörer som skapade "rätt atmosfär". Där, precis som i Gamlestaden, handlar det om att investera i småföretagare som kan skapa symboliskt kapital i områdets profil.

Som jag nämnde i inledningen är en entreprenörsurbanistisk stadsomvandling beroende av verksamheter som inte bara säljer sina egna varor och tjänster utan också säljer in och bidrar till stadsdelens profil (Franzén m.fl., 2016:25). Det är därför inte särskilt konstigt att entreprenörerna i min studie generellt har upplevt en positiv och uppmuntrande kontakt med sina fastighetsägare. En informant säger till exempel att representanterna från hans fastighetsägare har "varit jättegglada i mig hela tiden" och uttryckt att det är roligt med "saker som sticker ut". En annan informant beskriver att fastighetsägaren "har välkomnat mig" och ytterligare en annan säger att hans fastighetsägare har varit "ganska framåt" och vill ha "spexiga eller lite udda" verksamheter som hans egen.

Som jag skrev ovan så är detta välkomnande avhängigt på att verksamheterna bidrar till BIDens nya profil. Till exempel berättar coacherna att ”rätt” slags näringsidkare är de ”som stärker konceptet och gemenskapen, som tillför värde”. Vidare berättar flera av pionjärsentreprenörerna att de har fått sina lokaler för att deras koncept har stärkt områdets visioner, till exempel en informant vars koncept ”passade in väldigt bra i det som de har som vision för Gamlestaden. Det här ’eko reko’ liksom”. En annan informant berättar att de har väldigt låg hyra och att hen förstår det som att fastighetsägaren ändå tjänar på att ha dem där för att ”det har en positiv inverkan på området, och sen att vi är en del i deras hållbarhetsmål på nått vis som jag inte riktigt vet! (skratt)”. Här vill jag ännu en gång betona att profilen kom innan de nya entreprenörerna, och att det är tydligt för mina informanter att den skapas av fastighetsägarna:

De [fastighetsägarna] har ju själva tagit fram det här varumärket nu då, som heter Slakthuset, som har en egen logga, som har en egen profil, en egen hemsida, en egen instakanal - liksom försöka *bygga* slakthuset. På andra sidan spåren här borta är det Gamlestadens fabriker och där ägs ju allting av ett bolag som heter Platzer. De har ju tagit fram en egen profil med Gamlestadens fabriker, alltså vad det är för någonting, så de försöker ju bygga *det* varumärket där borta. Bostäder, mode, inredning kanske, är känslan där, och liksom ta tillvara på den historien som finns där borta. (kursivering på betoningar).

En annan entreprenör rättar mig till och med när jag frågar om det är hen och de andra verksamma i området som har pratat om att skapa en gemensam profil: ”Jag upplever att fastighetsägarna försöker göra det. Så jag, eller vi i [verksamheten] har ju inte varit drivande i det.” Profilen styrs alltså ovanifrån och är något som pionjärsentreprenörerna behöver förhålla sig till.

Flera av informanterna i studien har blivit inbjudna till möten och workshops arrangerade av BIDen eller dess medlemmar. Dessa möten har framförallt kretsat kring stadsdelens visioner och nyheter samt aktuella trygghets- och utvecklingsarbeten. Jag upplever det som att dessa möten också syftar till att skapa en samsyn och engagemang i BIDens tre visioner. En del av entreprenörerna är väldigt aktiva och positiva till detta utvecklingsarbete (jfr Valli, 2021). Till exempel en informant som berättar att hen arbetar för att lägga sin ”input” i stadsdelen och tillsammans med andra företagare ”försöker styra och utveckla det så som vi vill att Slakthuset blir liksom. Ja, att vi är med och leder den utvecklingen”. Just denna informant arbetar också med att försöka få andra entreprenörer att etablera sig i Gamlestaden och har till och med varit frustrerad på fastighetsägarna som hen tycker varit för tröga och inflexibla i sin uthyrning och därför förlorat många intresserade entreprenörer. En annan informant har till och med gått med i ett av BIDens projekt med syfte att göra stadsdelen till en hållbar turistdestination.

Det finns dock de entreprenörer som håller sig mer skeptiska till utvecklingsarbetet. En informant berättar till exempel att ”det är ganska uppenbart att fastighetsägarna är de som är mest intresserade av att vi ska ha de här mötena.” Denna informant verkar istället för att uppleva engagemang känna en krävande förväntan:

sen så tror jag att de *vill* att vi hyresgäster egentligen ska spinna vidare o så. Men det är inte vårt huvudsakliga *jobb* att utveckla gemenskapen och området, så det blir ju lite sådär att man, 'ah kul! *Men*, nu ska jag gå och (skratt i rösten) göra mitt jobb.'

Här, liksom i några andra intervjuer, visar entreprenören ett visst motstånd till fastighetsägarnas vilja att hen ska engagera sig i och bidra till stadsutvecklingen. Att det finns en viss kritik mot att man som kreativ entreprenör också förväntas arbeta med stadsutveckling är inte en självklarhet. Till exempel förhöll sig informanterna i Doreen Jakobs (2012:451) studie, om konstnärer och deras bidrag till gentrifiering i Berlin och New York, positiva till att de förväntades utveckla stadsdelen. Även om de kritiska pionjärsentreprenörerna i min studie ändå deltar på dessa möten så gör de det med ambivalens och de verkar mer drivas av tacksamhetsskuld än glädje. Som en informant säger: ”vi kan inte vara med överallt. Vår business är inte att utveckla staden utan det är att [sköta verksamheten]”, men samtidigt känner hen att ”det är viktigt att ge tillbaka, för att vi får en hel del grejer”. Att få hjälp av fastighetsägaren är alltså inte gratis utan betalas i tid, arbetskraft och i produktionen av symboliskt kapital.

Profiler som stärker varandra

New stores and new people produce new urban terroirs, localities with a specific cultural product and character that can be marketed around the world, drawing tourists and investors and making the city safe, though not cheap, for the middle class. (Zukin, 2010:4)

När entreprenörerna flyttar in förändras landskapet. Genom att tänka med Hans-Georg Moeller och Paul J. D'Ambrosio (2021:30) som menar att profiler har ett behov av att kommuniceras och interageras med sina kunder i sociala ”feedback loops”, samt Chiara Valli (2021) som menar att konstnärer kan skapa en ackumulering av symboliskt kapital i områden som gentrifieras, menar jag att pionjärsentreprenörernas profiler ingår i en ”feedback loop” med Gamlestadens profil. Tillsammans har de ett cykliskt förlopp där profilerna interagerar med och bekräftar varandra. Om detta lyckas stärker det makten som verksamheternas konsumtionssmak har på området och vilka som kommer att känna sig välkomna där (jfr Zukin 2010:xiiiiff; Bacqué m.fl., 2015:80).

I intervjuerna med pionjärsentreprenörerna blir det tydligt att det är viktigt för dem att ha unika och udda koncept (jfr Zukin, 2010). En informant berättar till exempel att hen inte vill döpa sina produkter till branschens traditionella namn utan istället har valt att ge dem vad jag tolkar som mer humoristiska, kryptiska och udda namn för ”att folk ska fatta liksom att: det är inte så svårt. Det är gott och det är kul och det är folkligt liksom.” På samma tema säger en annan entreprenör att hens verksamhet är mer punkig än andra verksamheter i samma bransch, och att de har utformat ett varumärke ”där vi kommer att kunna göra precis vad vi vill”. Dessa informanter har också en varierad och småskalig produktion och en av dem berättar för mig att hens kunder aldrig kan förvänta sig att hitta exakt samma slags produkt som förra gången de besökte butiken. Andra informanter kunde på liknande sätt berätta att de, jämfört med liknande verksamheter, hade bättre kvalitet på sina produkter, mer ”autentisk” estetik i lokalen eller ett mer personligt urval av produkter.

Det finns i dessa särskiljande koncept en slags motaktion eller ett avståndstagande, det är dock inte mot de gamla verksamheterna i Gamlestaden utan mot andra verksamheter i den egna branschen vilka associeras med en mer ”mainstream” eller traditionell del av medelklassen (jfr Bacqué m.fl., 2015:61; Lees m.fl., 2008:95). Att vara emot traditionella sätt att leva är också enligt McRobbie (2016:19ff) något som präglar det nya kreativa arbetslivet som fokuserar på lust och självutveckling i kontrast till ett likriktat och monotont arbetsliv. Man kan här skymta en slags identitetsmarkör – pionjärsentreprenörerna i Gamlestaden är personer som ”har lite svårt för det som är etablerat”, som en av dem säger. Att verka i Gamlestaden gör det alltså möjligt för dessa personer att identifiera sig som del av ett slags avant-garde inom sin bransch och en *ny* generation av producenter med *nya* smaker (jfr Valli, 2021; Zukin 2010).

Guillaume Sirois (2021:74, 81) såg en liknande tendens i sin studie om småskaliga designers i Montreal och drog där slutsatsen att dessa aktörer använde sin kreativitet för att skapa ett avståndstagande till massproducerad design. Detta var också enligt honom ett viktigt konkurrensmedel. Även bland mina informanter verkar just massproduktion vara antitesen för deras företag. En av pionjärsentreprenörerna berättade till exempel att hen absolut inte köper in produkter från stora företag trots att det är billigare då hen vill ”stå för småskalighet och hög kvalitet”. Att köpa in från stora företag ger enligt hen ”bara dåliga vibes”. Informanten snuddar här vid en viktig aspekt av de ”autentiska” konceptens effekter – de skapar vad Franzén m.fl. (2016:143) kallar för en ”konsumtionsatmosfär”. Denna konsumtionsatmosfär lockar också till sig besökare, och nya boende, som tillhör en alternativ del av medelklassen. Målgruppen för denna nya konsumtionsatmosfär liknar Floridas kreativa klass, det vill unga

personer med ett intresse och ekonomiska förutsättningar för att köpa alternativ, småskalig och lokalproducerad konsumtion (jfr Franzén m.fl., 2016:143; Zukin, 2010:244). Att marknadsföra sin verksamhet som ”autentisk” eller unik är alltså både viktigt för pionjärsentreprenörernas personliga profilbyggande och deras verksamheters konkurrensmöjligheter, men det skapar också en ackumulering av symboliskt kapital i verksamheten som spiller över i området där det skapas en viss (exklusiv) konsumtionsatmosfär (jfr Zukin, 2010; Valli, 2021; Sirois, 2021).

Att vara en verksamhet som drar personer till området är också något som pionjärsentreprenörerna eftersträvar då det är ett bevis på att deras verksamhet har lyckats:

Det hade varit kul om verksamheten var liksom ett dragplåster på nått sätt. Att folk ändå liksom tycker att det är värt att ta sig till Gamlestaden för det /.../ bara ’ah juste! Den butiken som är helt underbar’, (K skrattar) eller nått. ’Där vill vi bo!’.

Att lyckas som verksamhet är alltså sammankopplat med att få dit nya boende till området. Liksom Valli (2021) kan jag se hur det symboliska kapitalet i verksamheterna blandas och kopplas ihop med områdets symboliska kapital och fortsatta utveckling. Att sätta Gamlestaden på kartan är både en bekräftelse på ens egen framgång och ett sätt att skapa mer symboliskt kapital i den egna verksamheten. De som redan känner att de fungerar som dragplåster känner därför en stolthet över detta. En informant berättar till exempel med viss del humor och viss del allvar att det var hen som ”startade hela utvecklingen” i Gamlestaden och att hen är övertygad om att hen har spelat en stor roll i den. Som exempel tar hen upp att flera av de som öppnat sina verksamheter i området har berättat att de valde Gamlestaden efter att ha besökt hens verksamhet. Andra informanter berättar liknande berättelser om att det var besök hos andra pionjärsentreprenörers verksamheter som fick dem att bestämma sig för att ”ja men det är *här* vi ska vara!”.

Som jag konstaterat under uppsatsens gång har Gamlestaden en entreprenörsurbanistisk profil, och en sådan behöver också säljas utåt för att dra till sig kreativ klass (jfr Franzén m.fl., 2016; Moeller & D’Ambrosio, 2021:15). Även i detta samarbetar pionjärsentreprenörerna och fastighetsägarna. Fastighetsägarna och BIDen har till exempel hjälpt pionjärsentreprenörernas marknadsföring genom att gilla och kommentera verksamheters Instagraminlägg, producera hemsidor för Slakthuset och Gamlestadens Fabriker där verksamheterna och deras evenemang presenteras, lyfta dem i BIDens och fastighetsägarnas nyhetsbrev och anordna stadsfesten Gamlestadsgalej som kommit att fokusera på verksamheterna i området. Vidare har också några av verksamheterna tagits med i en guide för en ny pilgrimsvandringsled som går genom området. All denna marknadsföring är också samtidigt marknadsföring för Gamlestaden, och

vise versa gäller när verksamheterna hjälper fastighetsägarna och BIDen med att marknadsföra området. En informant berättar till exempel att hen har hjälpt sina fastighetsägare att marknadsföra sin del av Gamlestaden genom att ge dem historier om vad som händer i området, använda områdets hashtag på Instagram och ibland göra Instagraminlägg om Gamlestaden ”och hur fantastiskt det är att vara just här”. Hen fortsätter att berätta att de vill ”sprida en bra bild” av området och visa att ”det händer något ute i Gamlestaden, och att vi är en del utav den rörelsen”. Entreprenören verkar också ha lyckats med detta då hen menar att själva området numera också förknippas med hens verksamhet. Att marknadsföra området kan alltså skapa symboliskt kapital även i entreprenörernas egna verksamheter och gör att de kan positionera sig själva som viktiga aktörer i stadsdelens utveckling och profil.

Flera av verksamheterna används också i mäklarsidornas beskrivningar av området, på fastighetsägarnas egna hemsidor och i reklamfilmer om området. En informant vars verksamhet ofta nämns i fastighetsägarnas marknadsföring av området säger:

såklart tillför vi värde till områdets varumärke, vi är liksom en av de snabbast växande teknikföretagen i Sverige på det vi gör, så som företag tillför vi ju massa värde till områdets varumärke. Och såklart använder [fastighetsägaren] det på något sätt. Eller jag hoppas det! Att det hjälper dem att marknadsföra området.

Informanterna har även marknadsförts i tidningar som GP och Turist, på Göteborg och Co.s hemsida, eller av influencers på sociala medier.

Det finns också en annan viktig strategi som pionjärsentreprenörerna har för att dra besökare till platsen och skapa symboliskt kapital, vilket är att anordna event. Jakob (2012:448f) menar att mängden små event i västerländska städer har ökat kraftigt sedan 2000-talet, och kallar fenomenet för *eventifiering* (eventification). Denna trend verkar även råda i Gamlestaden då i princip alla pionjärsentreprenörer i min studie berättade att de hade eller planerade att ha event för att dra kunder till platsen. Framförallt hålls eventen för att dra besökare till platsen, ”det är ju inte drag här nere än. /.../ man måste ändå skapa events på nått sätt för att folk ska komma hit”. Vissa informanter visar dock en medvetenhet om att eventen också har en annan funktion. En informant berättar till exempel att hen ”har gjort massa massamassamassa grejer och jag är helt övertygad om att det är precis sånt de [fastighetsägarna] har efterfrågat”. Några evenemang hålls också i samarbete med BIDen eller fastighetsägarna, en informant arbetar till och med i ett BID-projekt för att i Gamlestaden skapa en eventplattform för ”hållbara event” (jfr Jakob, 2012:456). Jakob (2012:447f) menar att event som hålls av verksamheter har en dubbel effekt, dels laddar de deras produkter med symboliskt kapital som gör att de kan ta mer betalt för dem, dels skapar de symboliskt kapital

i stadsdelen. Detta menar jag kan ses på en fortsättning till idealiseringen och estetiseringen av det offentliga rummet som Sharon Zukin döpt till ”disneyfiering” (1995; 1991, refererad i Franzén m.fl., 2016:26f).

Pionjärsentreprenörerna och fastighetsägarna har alltså ett gemensamt mål av att göra området populärt genom en cirkulering av symboliskt kapital. Strategierna för att nå dit verkar vara att arbeta med ”autentiska koncept”, förknippa verksamheternas och områdets profiler med varandra, samarbeta med marknadsföringen och skapa en mängd evenemang. Som en informant sammanfattar det: ”De [fastighetsägarna] är glada att vi är här och lyckades med ett sånt koncept, så man hjälps åt tillsammans”.

6.2 Rätt plats vid rätt tid

Jag har ovan visat varför fastighetsägarna vill ha pionjärsentreprenörer i Gamlestaden och snuddat vid några av fördelarna som entreprenörerna får av att etablera sig där, men vad är det som gör att BIDen har lyckats locka dessa entreprenörer till stadsdelen? Det är nämligen ingen självklarhet att pionjärsentreprenörer flyttar in bara för att ett område gentrifieras. Det är till exempel bara vissa delar av Gamlestaden där BIDen har lyckats skapa rätt känsla och förutsättningar för att pionjärsentreprenörerna ska vilja flytta in. En plats som de omvandlat men som inte lyckats locka den kreativa klassens entreprenörer är exempelvis Gamlestads torg. En av mina informanter fick till exempel erbjudande om att flytta till en lokal där men tackade nej och en annan klagar under intervjun på torgets tråkiga butiksutbud. I början av mitt fältarbete var de nybyggda lokalerna på torget tomma med röda klistermärken på fönstren: ”170 kvm ledig lokal. Kontor, butik, café eller salladsbar”. Utifrån den texten, och att en av studiens informanter har fått erbjudande om lokal där, får jag intrycket av att man har försökt att få dit verksamheter som stöttar visionerna om autenticitet och hållbarhet men utan framgång. De verksamheter som flyttat in istället är till exempel mat- och cafékedjor, ett mäklarkontor, en tandläkare och en ”vanlig” frisör. Jag kommer nu att diskutera två av de anledningar som jag identifierat som avgörande till varför vissa områden har kommit att anses attraktiva för pionjärsentreprenörerna: lokalernas potential till det Robert Willim (2008) kallar ”industrial cool” och omvandlingens potential att skapa en cirkulering av symboliskt kapital.

En plats med potential

Som jag redan har gått igenom i det tidigare kapitlet finns det många lokaler i Gamlestaden som har potential att bli ”industrial cool”, det vill säga industrilokaler som med ”rätt” slags

estetisering kan bli attraktiva platser för medelklassen (jfr Willim, 2008; Zukin, 1982). Att industrimiljön var viktig, spännande och attraktiv för entreprenörerna märktes tydligt under intervjuerna då flera av dem pekade ut spår från de tidigare verksamheterna i sina lokaler så som gamla kylväggar, rör och kar där man separerat blod. Dessa historiska spår blev i sin nya kontext ”coola” och bar med sig en historisk tyngd som spillde över in i den nya verksamhetens profil. Till exempel säger en informant apropå marknadsföringen av området att ”det är ju ett Slakthus. Du ser att det är vitt kakel på väggarna, så det är ju på riktigt”. Det vita kaklet ger för denna informant en autenticitetskänsla till den nya profilen som marknadsföringen arbetar med (jfr Zukin, 2010; Sirois, 2021:81, 87). De industriella inslagen gör också att flera informanter uppfattar framförallt Slakthuset som ”ruffigt”, ett ord som har kommit att associeras med postindustriella, ”spännande” och kreativa miljöer som lockar till sig kreativ klass (Florin Persson, 2021:276; Holgersson, 2022; Zukin, 2010:20, 76). Bland annat berättar en informant att de valt att öppna i Gamlestaden på grund av att fastighetsägaren vill omvandla Slakthuset på ett sätt där de inte ska ”stylea det för mycket utan låta ruffigheten finnas kvar (skratt i rösten) lite grann, och då tyckte vi att det här kunde vara nått som passade oss”.

Flera informanter återberättar i intervjuerna samma historisering som jag i föregående kapitel beskrev ingår i *visionen om autenticitet*. Jag får höra om Nya Lödöse och om de företag som funnits i området så som sockerbruket, SKF och Volvo. Denna historia är tydligt kopplad till byggnaderna, bland annat säger en informant att Gamlestaden är attraktivt på grund av dess historia, när jag frågar om vilken historia svarar hen att det är:

industrihistorian som kom med SKF och Volvos födelse ur det. Gamlestadens fabriker med de [industrier] som låg där, textil och allt vad det var. Och det här området som byggdes då 1903-1905 med liksom några av de finaste kåkarna i staden tycker jag, med det här teglet. Väldigt karaktäristiskt sådär, så att det finns väldigt mycket att bygga på.

Som informanten säger är teglet, husens karaktäristik och historia något ”att bygga på”, det vill säga något som kan estetiseras, berättas och säljas. Denna uppgradering av industrins arkitektur kallar Michael Jager (1986, refererad i Lees m.fl., 2008:113) för gentrifieringens estetik, och han menar vidare att när medelklassen ”köper sig in i historien” visar de också en social distans både från arbetarklassen och den gamla medelklassen. Även Willim (2008:22) har påpekat att estetiseringen av industribyggnader skapar ett avstånd till själva industrin (jfr Zukin, 2010:20; Valli & Hammami, 2022).

Det räcker dock inte med att byggnaderna finns där, som Willim (2008:21) skriver så handlar ”industrial cool” också att få till rätt känsloläge. Det handlar om att omvandla

byggnaderna till spännande, tilltalande och trendiga upplevelsemiljöer riktade till medelklassen. Pionjärsentreprenörerna verkar se denna potential till ”coolhet” i Gamlestaden:

För mig är Gamlestaden ett av de hetaste områdena i absolut hela Göteborg, om inte ett av de häftigaste för det finns också en historia. Det är inte bara någonting som byggs nytt, utan det är såhär det finns något sen tidigare som det går att lägga på fler lager på.

De ”lager” som pionjärsentreprenörerna lägger till för att skapa rätt känsla är enligt mig en viss sorts inredning och estetik som gör att Gamlestaden associeras till andra liknande platser för alternativ konsumtion vilka har New Yorks och Londons hipsterkvarter som förebilder. Bland annat kan dessa inslag vara kala väggar av cement, tegel eller kylaggregat, exponerade rör, inredning i stål och glödlampor. Utanför lokalen handlar det om att också ha det Shonna Trinch och Edward Snajdr (2016) kallar för distingerande skyltar (se förklaring under ”En likriktad heterogenitet värt ett besök”). Dessa inslag signalerar för besökarna att verksamheterna tillhör en rörelse som går emot den kvantitativa konsumtionen och till förmån för en kvalitativ, småskalig och alternativ livsstil (jfr Sirois, 2021:87; Zukin, 2010). De sållar sig också en internationellt spridd ”industristil” som visar på kulturell smak och ”autentisk” konsumtion (Smith, 1996:26; Kalichman & Rufino, 2021:102ff; Zukin, 2010:xii). En av informanterna berättar vidare att även det offentliga rummet borde utformas med inspiration från internationella motsvarigheter i Berlin eller London eftersom de har lyckats att få till rätt *känsla* där. Hen fortsätter berätta att Slakthuset och Gamlestadens fabriker har:

jättemycket potential att bli som Kødbyen i Köpenhamn, det finns verkligen en möjlighet att göra det här. Det *känns* nästan som att man är där, när man sitter ute på [verksamhets] uteservering på sommaren liksom. Så jag vill ha mer sånt, mer ruffa, inte så tillgjorda verksamheter.

Loretta Lees, Tom Slater och Elvin Wyly (2008:113) menar att det finns en viss känsla i gentrifierade områden som de beskriver som: ”a certain look, a landscape of conspicuous consumption that makes the process readily identifiable”. Det är detta igenkännbara utseende som informanten vill komma åt. Zukin (2010:20) menar att dagens medelklass tenderar att göra denna typen av jämförelser på grund av att de reser runt och därför har en standardbild av den ”urbana upplevelsen” ska vara för något (jfr Moeller & D’Ambrosio, 2021:114). Till exempel berättar en informant att hen tillsammans med sina arkitekter åkte på en ”inspirationsresa till USA” för att få en bild av hur verksamheter som hens ser ut där. Det handlar alltså att få besökarna att koppla Gamlestaden till en standardbild av ”autentiska” miljöer vilket är ett profilstiskt och entreprenörsurbanistiskt projekt i Floridas anda.

Chansen att bli pionjär

Det räcker inte med att en plats har potential till ”industrial cool” (Willim, 2008) för att gentrifieringens entreprenörer ska söka sig dit, de behöver också känna att området är på väg att införliva den potentialen. Det är här BIDens arbete för att etablera en urban front blir central. Deras tre visioner och arbetet med att engagera entreprenörerna i dem gör att de senare upplever sig vara ”först” på platsen och del av en progressiv rörelse både på platsen och i sin bransch (jfr Valli, 2021; Smith, 1996; Zukin 2010:3). Denna känsla är också det som fått de flesta av informanterna att öppna sina verksamheter i Gamlestaden, som en av dem säger: ”man vill vara med innan det liksom exploderar, det känns som att det kommer att göra det, och vara med i en förändring.” Denna känsla av att ”Gamlestaden är på väg uppåt” och håller på att bli mer stadslig är något som skapar spänning och förväntan hos pionjärsentreprenörerna, en informant beskriver till exempel att det ”[k]änns som att det kommer att hända grejer här. Känns som att det finns en vilja”. Valli (2021) har sett hur konstnärer i New York på ett liknande sätt letar efter urbana fronter med koncentrationer av kulturaktörer för att kunna dra nytta av den ackumulering av symboliskt kapital som finns där (jfr Kalichman & Rufino, 2021:107).

Att ”det byggs” i stadsdelen blir här något som generellt uppfattas som roligt och bra för pionjärsentreprenörerna. Denna materiella omvandling av platsen blir ett bevis på att de har kommit dit vid rätt tidpunkt. Det verkar också vara löftet om att platsen är ”på väg” som gör att entreprenörerna är beredda på att stanna i stadsdelen: ”Börjar man få igång rullning på det, på att skapa den här hållbara stadsdelen som ska vara en interaktiv stadskärna, då känns det jättekul att få fortsätta. Vara aktiv på samma plats” (jfr Valli, 2021). Att området är ”i rullning” verkar också kopplas ihop med frihet och kreativitet, som en av mina informanter säger så vill hen att det ska vara ”lätt att bara smälla upp någonting, att det ska kännas rustikt och att lite vem som helst ska få testa sin dröm.”

Som jag redan beskrivit står pionjärsentreprenörernas verksamheter för en alternativ livsstil och smak. Jag vill mena att dessa alternativa profiler är tätt sammankopplade till känslan av att vara ”först” på platsen som man är med och ”bygger upp”. På det sättet har BIDen också lyckats med sin profilering av Gamlestaden som rätt plats att vara på för dessa entreprenörer. David Harvey (1989:14) menar att en lyckad profil för ett område även skapar en social solidaritet, stolthet och lojalitet till platsen. Denna lojalitet mot platsen märks hos flera av mina informanter, bland annat säger en av dem: ”vi har ju etablerat oss här för att vi tror på det här området. Annars hade vi ju varit i ett industriområde någonstans och betalat

halva hyran och inte haft någon butik”. Att området också stärker den egna profilen blir tydlig när informanten på ett annat ställe i intervjun säger:

Vi är ju såhär, vi jobbar i jeans, t-shirt och jeansskjorta när vi jobbar i butiken. Och vi jobbar i liksom någon sorts canvaskläder även i produktionen då. Och har lite den profilen. Då passar det här området väldigt bra också så. För den har en tydligt ruff profil ändå.

Vi ser här hur områdets profil stärker informantens egna profil vilket också gör det värt att betala mer pengar för att vara där. Det symboliska kapitalet som skapats i området har här redan börjat omvandlas till ett ekonomiskt kapital. Några entreprenörer hänvisade också till platsen som anledning till varför de skiljde sig från andra liknande verksamheter (jfr Bacqué m.fl., 2015:61ff).

Avslutningsvis vill jag också skriva att jag fick höra fler anledningar till att entreprenörerna har skaffat lokal i Gamlestaden. Några informanter valde Gamlestaden för att de producerar mat och därför behöver större industrilokaler och några för att lokalen låga nära deras hem och hade billig hyra. Jag vill även nämna att några av informanterna hade lokaler i landshövdingehus, en typ av byggnader som också har potential till att bli attraktiva. Dessa laddas dock med en annan slags gentrifieringsetetik. De är inte ”coola” på samma sätt som industribyggnaderna utan associeras snarare med ett pittoreskt medelklassliv. Verksamheterna i dessa husen hade också en annan slags inredning i sina lokaler som jämfört med den avskalade och ”ruffa” stilen i Slakthuset och Gamlestaden var färgglad och lekfull med inslag av vardagsrumsinredning som soffor och trähyllor (jfr Sirois, 2021:84).

6.4 Communitykänsla på gott och ont

Pionjärsentreprenörerna lockas till området på grund av dess byggnader, profilering och potential att bli attraktivt, men de flyttar också in i en social kontext. I detta avsnitt kommer bilden av pionjärsentreprenörerna nyanseras något när jag först undersöker det ”community” som skapats mellan vissa av entreprenörerna och hur det bygger på uttalade kriterier kring profilering, status och geografisk närhet som gör att vissa har en stabilare social kontext än andra. Efter det kommer jag sedan att undersöka ambivalensen informanterna känner inför den pågående gentrifieringen i området. Även här blir det tydligt att informanterna har olika ingångar, insikter och perspektiv som skiljer dem något åt.

Samarbeten och gemenskap

En del tycker såhär ’ah men Slakthuset, det är ju inte bara *ett* hus?’

Nej det är inte bara ett hus, men det är liksom en känsla av ett område /.../
Tänk inte på det som ett hus, utan tänk på det som ett state of mind!

I princip alla mina informanter hade pågående, planerade och/ eller tidigare samarbeten med andra verksamheter i området. Framförallt handlade samarbetena om att skapa evenemang ihop, att återförsälja varandras varor eller att använda varandras produkter i sin produktion eller restaurang. Det finns en stark entusiasm inför dessa samarbeten och en känsla av att det är något man *ska* göra när man verkar i Gamlestaden:

Ja men har man en idé så hoppar vi på liksom. Vi gillar att göra grejer ihop och det tycker jag är svinkul med att vara här liksom. Och det hoppas jag, jo men jag tror att man nog är lagd så om man flyttar hit. Man får inte vara en enstöring liksom, då får man hålla till ute på landet och göra sin grej.

Som jag diskuterat ovan så tjänar pionjärsentreprenörerna på att Gamlestaden får en framgångsrik profil då det drar besökare och skapar symboliskt kapital i verksamheterna (jfr Valli, 2021). En viktig del av detta profilbyggande är att arbeta ihop, som informanten ovan implicerar så förväntas man att samarbeta om man etablerar sig i stadsdelen och om man inte vill det får man hålla till någon annanstans. Jag upplever här och i många andra av informanternas berättelser en vi-känsla som jag menar liknar det Bacqué m.fl. (2015:80) kallar för "community-in-the-mind" – det vill säga en upplevd gemenskap och likhet med andra människor som delar ens klassrelaterade representationer på platsen (jfr Lees m.fl., 2008:97). Som jag redan konstaterat upplever pionjärsentreprenörerna sig vara i framkanten, eller i en alternativ del, av sin egen bransch. Gemenskapen mellan dem verkar också stärka denna känsla och skapa ett "vi och dom", en informant berättar till exempel att hans bransch saknar den "generella öppenheten" som finns i Gamlestaden och att hen därför mycket hellre arbetar med "det här gänget".

Jag kan alltså identifiera en stark känsla av familjaritet eller gemenskap mellan entreprenörerna (jfr Bacqué m.fl., 2015:18). Det var självklart att man skulle vilja samarbeta med varandra och de hade koll på vilka andra nya entreprenörer som fanns i området samt vilka som planerade att flytta in. Som en informant till exempel beskrev det:

Det är ändå ganska mycket sådär att man känner sig som ett gäng, även om man inte känner varann. Ja men det är någon som har skrivit till oss o bara: 'Ni kanske behöver laminera lappar? Då kan ni komma till oss på vårt kontor!' Nej men mycket sådär tjänster och gentjänster-känsla. Jag vet nu att [verksamhet] som finns i [populärt medelklassområde i Göteborg] ska flytta in precis vid oss också. Då blir man lite såhär: Jaha?! Ska hon konkurrera med oss eller blir det kompletterande? Men det blir ju jävligt *kul* att ha en granne, och att det *är* någonting där.

Denna gemenskap är dock inofficiell, informell och förtgivettagen, vilket blev tydligt då många av informanterna hade svårt att svara på frågan om de hade några nätverk i området.

Det var först när jag frågade om de hade haft några samarbeten med lokala verksamheter som det kom fram att de kände varandra. Som en informant förklarar för mig:

Jo alltså jag känner ju de flesta lite sådär halvt. Eller ah... en del av ställena här. Och de känner ju till mig eller vet såhär. Men det är inga liksom... det är inga väldefinierade nätverk utan det är mer... ja men du vet (skratt). Det här vanliga liksom.

Det är viktigt för entreprenörerna att gemenskapen är inofficiell och avslappnad, vilket jag uppfattar som en markering mot det uppstyra arbetslivet de valt bort och ett sätt att hävda det kreativa arbetslivets frihet och lust (jfr McRobbie, 2016). En av informanterna berättar till exempel att ”om man pratar lite mer casual så kommer samarbeten naturligare”. Hen vill inte behöva ”formulera ett mail och sälja in en idé”, utan bara kunna skicka iväg ett sms med ett datum och sen ”så kör vi”. Eller som en annan informant säger: ”alltså det finns ju ingen formalitet kring det, utan det är ju bara att man pratar med folk i området” (jfr Valli, 2021). Trots att informanterna upplever sina sociala nätverk som informella så ser jag tecken på att de delvis är anordnade ovanifrån. Coacherna berättar till exempel i intervjun att det inte var så mycket aktivitet i Slakthuset innan de tog initiativet att kalla alla ”fastighetsägare, entreprenörer, förvaltningar, allting” till återkommande möten om platsen. De menar att det först var då samarbetet tog fart och att det efter ett och ett halvt år inte längre behövdes fler möten. Som jag redan visat var inte alla pionjärsentreprenörer helhjärtat engagerade i dessa möten, men jag bedömer att det ändå är sannolikt att mötena bidrog till uppfattningen om att Gamlestaden är en plats där man *ska* samarbeta.

Denna avslappnade attityd gentemot samarbeten kan dock vara exkluderande då det kräver ett friktionsfritt och naturligt umgänge för att de ska fungera. Den som inte rör sig på samma ställen eller ingår i entreprenörernas mentala gemenskap uppfattas inte heller som en självklar samarbetspartner. Ett annat kriterium för potentiella samarbetspartners verkar vara om aktören bidrar till områdets profilering eller inte. Jag ser här likheter med studien genomförd av Valli (2021) där konstnärerna skapade relationer i en exklusiv gemenskap med andra lokala konstnärer genom att bland annat skapa evenemang ihop. Målet för dem, konstaterar Valli, var att göra sig själva synliga och bygga ett ”artistcommunity” vilket skulle höja deras konstnärskaps status och deras verksamheters besökarantal. På ett liknande sätt kunde mina informanter skapa en gemenskap kring att deras verksamheter hade samma inställning till omvandlingen och liknande tankesätt kring sina koncept. I Gamlestaden, liksom i Vallis studie, var det inte intressant att samarbeta med några av de äldre verksamheterna i området (förutom ett stort charkföretag).

Fenomenet att det skapas parallella sociala nätverk i socialt blandade områden som gentrifieras är inget nytt utan har dokumenterats i flera studier (t.ex. Lees, 2014; Valli, 2021; Bacqué m.fl., 2015; Butler, 1997; Butler och Robson 2001; Butler med Robson 2003). Det alla dessa forskningsstudier kan visa är att bara för att det finns en social och etnisk blandning av människor på en plats betyder det inte att de har några meningsfulla relationer. Snarare är det tvärt om, till exempel beskriver Bacqué m.fl. (2015:22) att "[s]ocial distance is strongly maintained despite spatial proximity" (jfr Valli, 2021; Lees, 2014). Vidare tenderar denna sociala uppdelning att sammanfalla med personernas socioekonomiska status och etnicitet (Lees, 2014:83). Zukin (2010:19f) beskriver vidare hur denna sociala uppdelning mellan gamla och nya verksamheter också har att göra med en hur gentrifierade stadsdelar får en förändrad kulturell atmosfär:

New retail entrepreneurs are also, in a sense, *social* entrepreneurs. By opening places of sociability where new residents feel comfortable – and longtime residents do not – they help to create a neighborhood's new beginnings. Polish residents of Williamsburg don't go to bars that feature indie rock bands or indoor miniature golf. But hipsters and gentrifiers don't wire money to Warsaw or Pueblo or stand around all night at an all-male working-class bar. The new consumption spaces that they patronize – music bars, cafés, boutiques, vintage clothing stores – reinvent the urban community. (Zukin, 2010:20)

Liksom i Zukins studie verkar det inte heller vara så att entreprenörerna i Gamlestadens äldre verksamheter har försökt att kontakta de nya verksamheterna. De tillhör två olika sociala sfärer, och dessutom är det rimligt att tänka att några av de äldre aktörerna upplever ett bortträngningstryck från pionjärsentreprenörerna. De flesta av mina informanter verkar inte ha reflekterat på eller vara särskilt bekymrade över det parallella sociala landskapet medan några uttalade en kritik mot det. En informant har dock gjort ett försök att skapa kontakt med en av de äldre verksamheterna:

I- När jag går på krogar och barer då ser ju folk ut som en själv mer eller mindre, och så åker du ut till en kolgrill i Hjällbo eller någonting och då ser ingen ut som en själv. Förstår du vad jag menar?
K- mm. /.../ Det är ju så.
I- Det ligger en somalisk restaurang här borta. Vi gick in dit en dag bara för att man blir nyfiken sådär liksom. Och det blev verklighen, (visar att de vände på huvudet och tittade), 'fan kommer de här vitingarna nu, vad ska de göra här? Är det någon typ av kontroll nu eller?' (K skrattar lite).
'Nej men vi vill bara äta'. Och alla var ju supertrevliga och det va inte det. Men det blir såhär... det finns få platser där vi träffas.

Det är svårt att bryta mot det parallella sociala landskapet, kanske speciellt då det finns en ojämn maktfördelning mellan de nya och gamla verksamheterna. Man kan, precis som Zukin poängterar ovan, tänka sig att entreprenörerna bakom de äldre verksamheterna inte heller är intresserade av att samarbeta med de nya verksamheterna eftersom dessa står för ett nytt Gamlestaden som de själva inte kanske varken kan eller vill ingå i. Vidare kan det vara så att pionjärsentreprenörernas verksamheter upplevs som exkluderande för de som verkat och

konsumerat länge i Gamlestaden då de förra utstrålar ett högt kulturellt och symboliskt kapital (jfr Valli, 2021; Lees, 2014; Thompson Summers, 2021:129). Liksom i Vallis (2021) studie verkar den dagliga interaktionen mellan de sociala sfärerna också ske i formen av parallell samexistens eller artig avskildhet.

Jag vill här lägga in att denna sociala distans inte behöver betyda att entreprenörerna är elitister (jfr Zukin, 2010:20). Zukin (ibid.) skriver till exempel att alla som flyttar in i ett område tenderar att skapa en ”ny början” och parallella sociala nätverk. Även Loretta Lees (2014:89) är inne på ett liknande spår och menar att det inte är realistiskt att förvänta sig att personer med olika klassbakgrund eller inkomstnivå ska umgås eller ha reella sociala interaktioner endast för att de lever på samma plats. Problemet enligt mig är snarare att pionjärsentreprenörernas sociala nätverk stöttas och premieras av BIDen, medan de äldre verksamheterna anses problematiska för att de ”saknar” community. Till exempel tar coacherna upp att det är ett problem med ”företagssegregering” i centrala Gamlestaden där de verksamma ”ser sig som konkurrenter snarare än samarbetspartner och hur man kan stärka varandra”. De jämför detta mot communitykänslan i Slakthuset som de menar är ett föredöme för de andra entreprenörerna. Vidare verkar också de långvariga entreprenörerna i centrala Gamlestaden ha visat visst motstånd mot coacherna då de beskriver att det har varit svårt att få till ett samarbete där. Den ”communitykänsla” som finns mellan pionjärsentreprenörerna bygger också på att de just är pionjärer med liknande koncept som vill få igenom samma profilering av Gamlestaden. Att försöka skapa ett community mellan de äldre verksamheterna är alltså också samma sak som att försöka få dem att bidra till BIDens profil.

Alla pionjärsentreprenörer är dock inte lika delaktiga i gemenskapen. Det verkar för det första finnas en social hierarki där de som är mest framgångsrika också är de som flest känner till och samarbetar med, medan mindre verksamheter och verksamheter som inte riktar sig mot besökare har mindre status och ingår i färre samarbeten. För det andra verkar det finnas uppdelningar utifrån var i Gamlestaden entreprenörerna är. En aktiv i Slakthuset säger till exempel ”jag känner mig inte som en del av Gamlestaden. Jag känner mig som en del av Slakthusområdet” och förklarar det med att det kan vara för att de i Slakthuset är ”närmare” och ”mer likasinnade” eftersom de håller på med ”precis samma saker”. Motsatt så uttrycker informanter i andra delar av Gamlestaden att de ligger i utkanten från Slakthusets gemenskap som är fysiskt för långt bort för att det ska hända något samarbete naturligt. Inte heller pionjärsentreprenörerna är alltså garanterade en plats i gemenskapen.

Ambivalenta känslor inför gentrifiering

Trots att de nyetablerade entreprenörerna verkar i ett eget socialt nätverk och tjänar på gentrifieringens produktion av symboliskt kapital så kunde de också säga att de var mot gentrifiering under intervjuerna. Under intervjuerna upplevde jag en ambivalens där informanterna vacklade mellan två synsätt som stämmer väl överens med diskurserna om gentrifiering i politiken kontra den kritiska forskningen (Lees, 2014:73ff). I politikens diskurs om gentrifiering tänker man enligt Lees (ibid.) att strategier som leder till gentrifiering kommer att leda till mångfald och social blandning. En sådan strategi är till exempel att på olika sätt underlätta och uppmuntra inflyttning av medelklass i arbetarklassdominerade områden då detta anses gjuta nytt liv i platsen, motverka segregation och skapa hållbara grannskap med högre livskvalitet. I den kritiska forskningens diskurs ses istället en sådan strategi som en odemokratisk process som tränger bort arbetarklass från sina hem och ökar segregeringen i städerna (Lees, 2014; Lees m.fl., 2008:xxii). Jag kommer att kalla dessa olika förhållningssätt för de positiva kontra negativa diskurserna om gentrifiering. Att informanterna förhöll sig kritiskt kan bero på att jag förklarar mitt forskningssyfte och ingång till områdets omvandling. Jag upplevde dock inte att informanterna anpassade sina åsikter efter mina även om de förhöll sig till dem. En informant frågade mig till exempel om det var orimligt ”att säga att man typ är *för* gentrifiering?”.

Diskursen om gentrifiering som positiv fanns i alla mina intervjuer, även hos de mest kritiska. Detta, menar jag, har att göra med att många av dem känner entusiasm inför omvandlingen som varit en viktig anledning till varför de flyttat dit. En informant säger till exempel att hen ”blir glad när jag ser att det byggs, när det grävs, det betyder att det är positivt, att det händer någonting framåt. Det är ändå ett steg åt rätt håll”. En annan informant säger vidare att det generellt nästan alltid är bra om det händer någonting, och att omvandlingen gör att området ”känns levande”. Byggandet är alltså inte bara ett tecken på att den utlovade omvandlingen är på väg utan det är också laddat med framtidsanda, energi och renässans. En informant säger till exempel att ”de får gärna borra *i* min lokal medan jag föreläser. Jag bara: ’kolla vad kul! Folk vill saker!’” (jfr Valli, 2021). En annan av entreprenör kopplar också ihop omvandlingen med social mångfald vilket både är ett vanligt argument för gentrifiering och något som ingår i *viosnen om hållbarhet* (jfr Lees, 2014):

det känns som att det blir mer och mer intressant. Som att man strävar åt ett håll som är bra och försöker att ha en varierad, ja vad ska man säga? Varierad befolkning eller så, med olika typer av verksamhet och att det ska vara små företag.

Denna entreprenör gör samma sak som jag i första analyskapitlet visade att coacherna gör, det vill säga att hen blandar ihop social mångfald med en mångfald av verksamheter.

Flera av informanterna kopplar också omvandlingen till att kunna leva mer lokalt och hållbart. De menar att när stadsdelen förtätas och nya verksamheter flyttar in kommer de kunna leva, verka, handla och ha sin fritid i lokalområdet istället för att, som nu, behöva åka in till innerstaden. Det är också många som beskriver att Gamlestaden innan omvandlingen var ”ett blåshål” eller dött och att omvandlingen leder till att det händer saker och blir liv i stadsdelen. Som vi vet från första analyskapitlet är detta ett revanschistiskt språkbruk där platsen förstås som tom fastän det länge har funnits människor som har levt och verkat där (jfr Thörn & Holgersson, 2016). En informant säger till och med att Slakthuset är i ”behov av gentrifiering” för att det fortfarande är...

...sprutor på ställen, hundar som går omkring i heroinsprutor, så det är ett problem att när man kommer in så är det skitduktiga entreprenörer som gör ascoola projekt, men det är *helt* otillgängligt för att det känns farligt liksom (skrattar).

Det går här se spår av den trygga visionens revanschism där platsen ska tämjäs för att de nya invånarna som pionjärerna lockar dit ska känna sig trygga. Heroinsprutorna blir en symbol för att området ännu inte tillhör de nya landanvändarna. Sammanfattat kan jag se att informanterna i min studie använder samma argument som konstnärerna i Vallis (2021) studie: ”increased safety and street cleanliness, care for the environment, wider variety in grocery products, restoration of housing stock, and more cultural and recreational offerings.”

Det finns också fler likheter mellan pionjärsentreprenörerna och konstnärerna i Bushwick, bland annat att kunde Valli (2021) se att hennes informanter hade en inre konflikt mellan sin vilja att stärka sin konstnärliga identitet genom att ta vara på och bidra till det symboliska kapital som gentrifieringen skapar, och deras moraliska samvete om processens bortträngande effekter. Denna ambivalens finns också hos Gamlestadens pionjärsentreprenörer när de använder sig av diskursen om gentrifiering som negativt. En informant säger till exempel att hen som entreprenör utnyttjar gentrifieringen ”till max” men att hen som privatperson är ”väldigt kluven”:

Det är dubbelt. Alltså... man vill ha kakan. (K skrattar) Sådär: jag vill profitera (skrattar), jag vill profitera på den stämningen precis som alla andra, men samtidigt vill jag inte profitera på det, av massa andra skäl.

En annan informant berättar att hen har funderat mycket på gentrifieringen och tänkt ”fan, jag är en del utav det. Jag är en del utav att hyrorna går upp och att en förändring sker”. När jag frågar hen hur hen förhåller sig till det säger hen att hen har skjutit bort det från tankarna för

att hen inte har råd att vara någon annan stans och att det är i Gamlestaden hens målgrupp finns. Hen säger vidare att ”det roliga i att vara med i en förändring [har] vägt tyngre. För annars hade jag inte varit här”. Gentrifieringens negativa och positiva konsekvenser var enligt informanten ”två lika tunga vågskålar”.

Att gentrifiering av ett område kan erbjuda pionjärsentreprenörerna en skjuts i karriären, symboliskt kapital och vad jag tolkar som självförverkligande är, menar jag, en viktig pusselbit för att förstå varför de bidrar till en process som de samtidigt kan vara kritiska mot. En informant berättar till exempel stolt att ingen hade pratat om det område hens verksamhet är i ”utan oss” och att de har en positiv inverkan ”på ett ställe som hade lite skakigt rykte kanske”. Hen fortsätter sedan med att reflektera över att områdets ökade attraktivitet dock även gör att ”det byggs fina bostadsrätter längsmed Säveån” som leder till att ”saker och ting” blir dyrare. Denna informant är medveten om gentrifieringen i området men menar att denna process både är positiv och negativ. Å ena sidan tar hen upp att priserna i området nästan har fördubblats på några år och att ”det blir svårare att komma och hitta lägenheter”. Å andra sidan menar hen att det ”blir en annan kvalitet” i området:

[D]et städas upp och det blir snyggare, det blir renare, belysningen kommer in, skyltningen kommer in, andra etablerar sig för att de ser att vi finns här och så vidare. Så att det är ju väldigt mycket som är positivt med det som kan vara bra för dem som verkar här sen tidigare också.

Denna informant pendlar flera gånger mellan att kritisera och berömma den gentrifierande omvandlingen och jag upplever det nästan som att hen försöker övertala sig, eller mig, att hens bidrag till att höja attraktiviteten inte är så illa ändå.

Valli (2021) ser hur konstnärerna i hennes studie tonar ner sin egen roll i gentrifieringen genom att prata om den som något naturligt och ofrånkomligt. Detta är även något som informanterna i min studie gör. I intervjuerna får jag höra olika versioner på citat som att ”alla städer kommer att ha det så småningom”, att ”saker förändrar sig liksom. Så är det ju” och ”gentrifiering är alltid någonting som händer. Det är det svårt att stanna av det”. I dessa resonemang blir gentrifieringen till något okontrollerbart, ostoppbart och sunt. En stad ska förändras. Det detta resonemang gömmer är att det är vissa som tjänar på förändringen och andra som förlorar. Det osynliggör också att annan stadsutveckling än den entreprenörsurbanistiska är möjlig. Till och med en av de mer kritiska informanterna lugnar sig själv med att neutralisera gentrifieringen när hen tar upp att det är negativt med gentrifiering för de som ”inte har möjlighet att vara kvar i Gamlestaden, det är dem som kläms i den här situationen, eller trycks ut. Och det är synd! Men Göteborg blir större och större”. Med tanke på att de parallella sociala nätverken i stadsdelen är det kanske inte heller

så konstigt att entreprenörerna har en emotionell distans till att dessa främlingar kommer att försvinna (jfr Valli, 2021). Några informanter frågade mig dock i slutet av intervjuerna om vad man kan göra för att motverka gentrifiering.⁸

Vissa av pionjärsentreprenörerna hade också svårt att se sig som gentrifierare av olika anledningar. Jag vill här ta upp en av dessa som berättar att hens verksamhet säkert associeras med gentrifiering men att hen själv ser sig som ”tvärtomgentrifiering” då hen har flyttat från förorten in till Gamlestaden och därför gjort en klassresa uppåt. Hen är också uppväxt i en närliggande del av Göteborg vilket gör att hen sätter sig i kontrast med stockholmare som åker ut till förorten och hittar en ”ruffig, billig lokal” som är fräck och cool. Hen motsätter sig den typen av exotifiering och vill inte ”bli sedd som någon som är ute och utnyttjar fräcka atmosfären i slummiga Gamlestaden”. Samtidigt inser hen att hen får massa fördelar som företagare för att området gentrifieras. Denna informant är inte ensam om att ha en arbetarklassbakgrund i mitt material.

Ett par av pionjärsentreprenörerna är också svarta. Enligt Lees m.fl. (2008:108) är svarta gentrifierare understuderade i gentrifieringsforskningen och tyvärr finns det inte heller möjlighet att djupdyka i denna aspekt av gentrifieringen i Gamlestaden men jag kan konstatera att de som hade störst insikt i gentrifieringens effekter också hade arbetarklassbakgrund och/ eller rasifierade kroppar. Några av dem kunde också se sin närvaro på platsen som en potentiell motståndskraft till segregeringen i Göteborg. En av dem hoppades till exempel kunna inspirera andra unga svarta kvinnor att starta egna kreativa företag. Det jag vill understryka här är att pionjärsentreprenörerna inte är en homogen grupp som endast består av vita personer från medelklassen (även om vit medelklass är i majoritet). Deras olika bakgrunder och erfarenheter gör att de har olika inställningar till omvandlingen och varierade förutsättningar för att lyckas med sina verksamheter.

6.5 Avslutande reflektion

In Bushwick, the artists and cultural producers I interviewed were building a distinctive space where they nurtured their artistic career aspirations, sustained by material and social infrastructures. The neighborhood was the canvas and integral part of the construction of artistic identities. The symbolic and material reconstruction of Bushwick through artistic activities (i.e. a symbolic component of gentrification) was neither accidental nor a side effect of artistic production but rather intentionally pursued and crafted through communication. (Valli, 2021)

⁸ Att ge svar på denna fråga hade tagit för mycket plats i denna uppsats, men jag vill rekommendera intresserade att läsa CRUSH (2020).

Jag har i detta andra analyskapitel visat på vilka sätt informanterna i denna studie är just *pionjärsentreprenörer*. Det jag framförallt har velat visa är hur fastighetsägarna och entreprenörerna behöver och stärker varandra – fastighetsägarna behöver småföretag som kan skapa rätt ”autentiska” känsla och konsumtionsatmosfär och pionjärsentreprenörerna behöver rätt miljö och stadsdelsprofil för att kunna bygga en attraktiv profil för sina verksamheter. Sammanfattat handlar det alltså om att de tillsammans arbetar för att skapa en cirkulerande ackumulering av symboliskt kapital. För att återknyta till uppsatsens första analyskapitel går det att säga att BIDen och dess medlemmar delvis har lyckats med sin profilering då de har attraherat dit ”rätt” slags entreprenörer för att kunna lyckas med en sådan cirkulering.

Det går också att se profilarbetet som sätt för BIDen att underlätta pionjärens ”nya början” i Gamlestaden och snabba på deras övertagande av stadsdelen. Att vara en del av denna process verkar för pionjärsentreprenörerna vara en rolig, spännande och självförverkligande upplevelse. Samtidigt så är det en exkluderande process där de utan högt kulturellt eller ekonomiskt kapital hamnar utanför, och där pionjärsentreprenörernas sociala gemenskap och koncept värderas högre av BIDen än de äldre verksamheternas. Flera av informanterna arbetar också medvetet med att höja områdets attraktivitet trots att de vet om gentrifieringens negativa konsekvenser. Jag vill mena att pionjärsentreprenörerna dock inte har så mycket val då deras verksamheter skulle ha svårt att klara sig i andra områden, i mindre attraktiva områden skulle de till exempel få svårt att locka till sig besökare och i mer attraktiva områden skulle hyrorna vara för dyra. Jag vill här återkomma till Neil Smith (1996) som menar att det är kapitaliseringen av staden som är grundproblemet bakom gentrifiering.

7. Entreprenörernas sårbarhet

I föregående kapitel visade jag hur entreprenörerna och fastighetsägarna i Gamlestaden tillsammans arbetar för att skapa symboliskt kapital (det vill säga attraktivitet) i stadsdelen med syfte att kunna omvandla det till ekonomiskt kapital. För entreprenörerna innebär en lyckad cirkulering av symboliskt kapital att deras verksamheter får högre status vilket gör det möjligt för dem att ta skäligt betalt för sina produkter och få nya kunder. För fastighetsägarna innebär det att värdet på marken höjs vilket gör att de kan höja sina hyror och i högre grad välja sina hyresgäster. I detta kapitel kommer jag visa att detta dock inte är en helt jämlik process. Även om pionjärsentreprenörerna på många sätt tjänar på denna process så befinner sig också många av dem i en prekär situation.

Kapitlet börjar med pionjärsentreprenörers berättelser om att befinna sig i ett tillstånd av väntan på den tid av blomstrande symboliskt kapital och myllrande stadsliv som de blivit lovade. Här visas det kreativa arbetslivets baksida bestående av svag ekonomi och hög arbetsbörda. Jag kommer sedan att visa att det finns ett bortträngningstryck inte bara mot gamla verksamheter utan också mot vissa av de nya entreprenörerna. Här kommer jag också ta upp hur uppfattningen om vilka som borde få vara kvar och inte i området genomsyras av en underliggande rasism. I detta kapitel tar jag med citat från informanter som hittills inte blivit citerade i analysen. Dessa informanter verkade inledningsvis enligt mig passa in i BIDens profil men det blev under intervjuerna tydligt att de stod utanför pionjärernas gemenskap. Dessa hade, till skillnad från de andra informanterna, upplevt svårigheter med sina fastighetsägare.

7.1 En prekär väntan

I detta avsnitt kommer jag att undersöka det kreativa arbetslivets prekaritet, som jag menar är en viktig aspekt att ta med om man vill förstå varför småföretagare bidrar till en gentrifierande cirkulering av symboliskt kapital på platserna de verkar på. Här framkommer också hur pionjärsentreprenörerna tar stora egna risker och lägger hög arbetsbörda på sig själva för att få ekonomin att gå runt i sina företag.

Kreativitetens "frihet" och arbetsbörda

Under fältarbetet visade det sig att flera av de mindre företagen hade det svårt ekonomiskt och att många av informanterna hade andra jobb vid sidan av. Prekära arbetsvillkor för företagare inom "kreativa branscher" är inget unikt för entreprenörerna i Gamlestaden, utan resultatet av det Angela McRobbie (2016:13) kallar för en "gömd arbetsreform" i kreativitetens tecken där arbetsrätt och rimlig löneutdelning underprioriteras framför ett självständigt, fritt och självutvecklande arbetsliv. Effekten av denna nyliberala individualisering blir självexploatering och prekaritet. Såhär säger en informant, trots att hen ingår i visionen och fått hjälp av fastighetsägaren:

I- Jag har liksom jobbat non stop sen hösten 2019 typ.

K- mm usch.

I- Ja. Det *har* varit kul, alltså det har det ju, men... det är ändå mycket typ... och så försöker man såhär 'men det är lugnt, jag behöver inte en stor lön'

K- Nej (skrattar).

I- Och jag vet inte vad jag hade gjort utan min kille och min mamma. Alltså det hade ju aldrig gått...

Så ja, jag har liksom inte lyft en lön på två år. Jag har fått jobba extra vid sidan av. I somras så jobbade jag såhär sju dagar i veckan... och så bara: Vad är det jag gör egentligen?

McRobbie (2016:23) skriver att den nya kulturella kapitalismen upplevs som "mjuk" men att det egentligen innebär en hård verklighet där till exempel en av hennes informanter i modebranschen får arbeta 18 timmar per dag och sy sin design själv för att göra färdigt en beställning. De som arbetar kreativt "älskar" sitt arbete och förväntas därför att exploatera sig själva. Eftersom de valt att arbeta med det de gör och/ eller sköter sina egna företag har de också sig själva att skylla om något går fel. McRobbies liksom mina informanter har alltså gått ifrån det traditionella arbetets strukturer för att uppleva frihet och självförverkligande kreativitet men har samtidigt förlorat den arbetsrätt som tidigare generationer har byggt upp.

Utifrån Wendy Browns (2015:212) begrepp "shared sacrifice" menar jag att entreprenörerna har blivit offringbara, det vill säga att deras personliga hälsa och välmående blir underordnat deras potential till karriär och ekonomisk framgång. En informant berättar till exempel att de "borde ha tillverkat dubbelt så mycket för att ligga enligt plan" men att hen kompletterar sin inkomst med att frilansa inom ett annat kreativt arbete. Att hen har ett annat arbete gör det dock svårt att få tid till att producera mer i verksamheten än vad de redan gör. Hen beskriver det som en "rävsax" och "ett moment 22" och funderade på om hen borde säga upp verksamhetslokalen och skaffa en tråkigare lokal i ett billigare område eller dra ner timmarna på det andra arbetet vilket skulle innebära en stor personlig ekonomisk risk. Det var också flera av mina informanter som arbetade parallellt eller hade flera projekt igång.

Även konstnärerna i Chiara Vallis studie (2021) om gentrifieringen i Bushwick har

liknande slitsamma, prekära och strukturellt ojämlika arbetsliv som pionjärsentreprenörerna i Gamlestaden. Det jag vill understryka här är att de kreativa arbetarna visserligen har ett högt kulturellt kapital, vilket är det som skapar en ackumulering av symboliskt kapital och i förlängningen gentrifiering, men generellt svagt ekonomiskt kapital. En informant berättar till exempel att hur hen har kämpat ”för att det ska fungera”, och vilken utmaning det har varit att få ihop till en pension och samtidigt sätta priser som målgruppen kan betala. Hen har därför valt att byta till en målgrupp med högre ekonomiskt kapital så att hen kan klara av att hen ”kanske blir sjuk, eller att det händer saker”. Hen berättar vidare att hen mest är glad över att slippa arbeta i en matbutik och faktiskt får göra något som hen brinner för och tycker gör nytta för samhället. Som McRobbie (2016:151) skriver så är kreativitetens spänning och löfte om självbelöning något som gör att de kreativa arbetarna kan tolerera osäkra arbetsvillkor. Att arbeta hårt och mycket kan till och med ses som ett värde i sig (ibid.:12).

Många av pionjärsentreprenörerna måste alltså, ofta ensamma eller med få anställda, sköta sina företag med liten ekonomisk utdelning och arbeta med annat vid sidan av. Samtidigt finns det, som jag visat i uppsatsens andra analyskapitel, också en förväntan på att de ska anordna evenemang och delta i möten om Gamlestadens utveckling. Mitt intryck var att många av informanterna, trots att de redan anordnade evenemang och samarbetade med andra aktörer, kände att de borde göra ännu mer. Som jag tidigare visat finns det incitament att göra detta dels från fastighetsägarna, dels från entreprenörerna själva som vill skapa en cirkulerande ackumulation av symboliskt kapital mellan verksamheterna och stadsdelen. Men enligt McRobbie (2016:19) kan tendensen att ha flera projekt igång också bero på att den kulturella industrin har blivit mättad och att den ekonomiska ersättningen därför har sjunkit. Att parallellarbetet också handlar om att få in ett mer stadigt ekonomiskt kapital var tydligt bland studiens informanter. En funderade till exempel på att öppna en till restaurang i området för att skapa en större ekonomisk trygghet, en annan på att öppna en bar och en tredje på att hyra ut ”kreativa kontorsytor”. Flera planerade också att ha återkommande evenemang.

Även entreprenörer som redan hade svårt att få tiden att räcka till ville utöka sina verksamheter på ett eller annat sätt. Tre av dessa beskrev till exempel problemet med att deras produktion stördes av att de hade en öppen butik och därför hade svårt att hinna med sina beställningar som var deras huvudsakliga ekonomiska inkomstkälla, ”det är liksom två heltidstjänster” som en informant beskriver det. Att ha en öppen verksamhet är dock något som informanterna dels vill, men också förväntas ha. I coachernas nya-byta-lyfta-avlägsna-strategi finns det till exempel ett mål om att flytta företag som inte är öppna för besökare från

bottenplanslokaler. En lokal på bottenplan är alltså villkorad med öppen verksamhet.⁹ Verksamheternas synlighet spelar också en viktig roll i produktionen av symboliskt kapital som entreprenörerna har flyttat dit för. Det verkar alltså finnas en stark diskursiv uppmaning till att arbeta kvantitativt men detta sker på bekostnad av deras arbetsvillkor och ekonomiska utdelning. Liksom Doreen Jakob (2012:457) kan jag se att det ibland även sker på bekostnad av kvalitet. En av mina informanter säger till exempel följande angående alla evenemang hans verksamhet håller i:

ibland tänker jag att vi gör nog lite för mycket saker egentligen (K skrattar), för vi hinner inte riktigt med allting och göra det helt perfekt. Men jag tycker inte allt behöver inte va liksom... man kan inte sträva efter att det ska vara 100% hela tiden. Det räcker liksom att, fan det här är good enough.

I väntan på en realiserad vision

Som jag visade i det förra kapitlet så har omvandlingen och *visionerna om autenticitet och hållbarhet* varit viktiga anledningar till varför många av informanterna har startat sina verksamheter i Gamlestaden. En entreprenör som har varit i Gamlestaden lite längre än de andra informanterna upplever byggandet av nya fastigheter som ett tecken på att visionerna äntligen börjar bli verklighet:

[D]et känns som att det länge har snackats om att Gamlestaden är *påväg* att bli någonting och jag har inte riktigt sett det ännu. Det känns skönt att det liksom, nu börjar det hända. När vi kom hit från början så fanns ju inte det här Gamlestans, den här skrapan, husen här bredvid fanns inte, hela det torget är ju helt nytt för oss, och nu kommer det liksom bara att fortsätta och närma sig de andra [delarna av Gamlestaden]. Så om tio år så kommer det vara fullt utbyggt här, det här området kommer att vara en distraktion med ett tjugotal krogar, hoppas jag, och tillverkare, så att folk i Göteborg och besökare kommer hit.

Informanten här har hopp om att Gamlestaden kommer lyckas med att bli en destination, även om hen är medveten om att det kommer ta tid. Känslan av att det snart kommer att hända någonting har dock för många av pionjärsentreprenörer gått över i tvivel. En informant säger till exempel att hen tror väldigt mycket på området, men att...

...det som är *lite* läskigt kanske /.../ ibland känner jag att folk har för (pratar tveksamt), man har verkligen *höga* förväntningar på det här området... att det ska hända grejer. Och jag kan såhär (drar in andan snabbt) Ah! Men... såhär liksom, man måste sätta förväntningarna *rätt*. För annars så kommer det här att tappa lite (skrattar till).

Jag har tagit med noteringen att informanten låter tveksam i detta citat för att visa att det är obekvämt för hen att prata om att förväntningarna kanske är för höga. Risker att det förväntade symboliska kapitalet inte kommer att realiseras är också en risk att gå i ekonomisk

⁹ Enligt Ida Kjellberg (2019, s.33ff) kan följden av en sådan här premiering av öppna verksamheter leda till att kulturproduktion som kräver stängda lokaler (t.ex. replokaler och ateljéer) trängs bort från staden. Hon menar att detta till exempel händer i Higabs lokaler (Higab är den dominerande fastighetsägaren i Slakthuset).

konkurs för de små verksamheterna som är beroende av att området ska locka till sig fler besökare än vad det för tillfället gör. En annan informant verkar uppleva en liknande skepsis inför omvandlingen som den ovan. När jag frågar om hen tycker att området har förändrats sen hen flyttade in svarar hen:

Det har det inte! Utsidan har förändrats bara, men det har inte blivit den här *omvandlingen* som vi gick och trodde på. En utav anledningarna till att jag har stannat kvar där så länge är för att jag liksom har känt att jag inte kan vara så dum att jag efter alla de åren, när jag har stått ut med alla de här konstiga sakerna [syftar på inbrott] och alla de här ekonomiska kriserna och allt detta /.../ då kände jag att nej men jag kan inte lämna nu! Nu kommer ju allt det här att hända, nu kommer allt det här fina bli, nu kommer det hända så mycket liksom. Men nej men det har inte hänt! De har byggt de här fina bostäderna och allt detta men den här infrastrukturen, jag tycker inte riktigt att den existerar. Det saknas mycket i området. Det är mycket prat om att "det kommer att bli så bra, det kommer att bli så fint", men jag vet inte om de verkligen... Om det liksom... Om det dröjer då, hur långt är de från den där visionen? Jag har sett mycket bilder och sådär och jag känner: hur ska det någonsin kunna bli såhär? För detta området? Det känns omöjligt.

Det symboliska kapital som entreprenören har hoppats på har uteblivit och lämnat hen med en känsla av falska och omöjliga löften. Denna informanten har också varit i området en längre tid än de flesta andra och visar att dessa löften om omvandling från BIDen och dess medlemmar inte är en ny företeelse utan funnits i runt ett decennium.

Det viktiga att komma ihåg här är att pionjärsentreprenörerna har gått in med mycket pengar när de valt att öppna sina verksamheter i Gamlestaden. Utan en ackumulering av symboliskt kapital riskerar de att gå med ekonomiska förluster vilket de kompenserar genom att självexploatera sin egen arbetskraft ännu mer. Chansen att det *kan* bli något gör dock att de stannar kvar. En informant som har det svårt att få det att gå runt berättar till exempel att hen funderar på att flytta men att personer i hens omgivning har sagt saker som "Håll ut! För om tre år kommer det att vara skitbra." Vi suckar båda åt denna kommentar och när jag medkännande säger "det är *tre* år" svarar hen uppgivet "exakt, ah, jaja". En annan informant som funderar på att flytta berättar vidare att "det är lite tufft. Det är, krasst sagt, för lite folk här nere just nu för att det här ska vara fullt... Det bärs inte enligt kalkylen". Samtidigt funderar denna informanten på att köpa mer yta i en angränsande lokal för att kunna utöka sin verksamhet. När jag frågar om informanten vill stanna i området säger hen "[j]a men vi vill ju gärna vara här om vi *kan*. Men det måste ju bära sig också. Vem vet? Vi kanske också hamnar [utanför staden] till slut." Det är också fler informanter som berättar att det är dåligt med besökare i området, en av dem säger till exempel att hen "tänkte att det är ett bra flöde här. Men det är inte det egentligen". Det är alltså inte helt lätt att vara "pionjär", eller som en informant uttrycker det så är det svårt att vara "en av få som startat" sin verksamhet i området.

Återkommande i materialet ser jag hur BIDen och fastighetsägarna på olika sätt informerar entreprenörerna om vad som ska hända i området, och att detta verkar ge

entreprenörerna incitament till att stanna kvar i förhoppning om att dessa kommer att realiseras.

[Jag] tänkte säga att det är lite oklart, men nu känns det som att det har blivit lite mer klarare hur utvecklingen ska ske i Gamlestaden. Men det är bara för att jag har varit inbjuden på möten och typ läst lite om olika byggnader som ska ske.

Som vi redan vet från föregående kapitel så finns det mycket att vinna för entreprenörerna om de lyckas få igång en cirkulerande ackumulation av symboliskt kapital. Det är dock ingen garanti att man får vara en del av denna cirkulation eller gemenskap bara för att man är verksam i området. En informant uttrycker till exempel att hen vill vara med i det som händer och inspirera andra att komma till området men att hen inte tycker att det verkar vara så mycket igång, och...

...om det nu är så att det händer en massa grejer, så vet inte jag om det och då. Ja, det betyder ju att jag liksom har hamnat, faller mellan stolarna eller såhär. Jag som företagare vill ju veta allt som händer och vill ju vara en del av, och hjälpa till... (suckar). Så att ja, att man kanske blir bortglömd då som redan etablerad.

7.2 Bortträngningstryckets konformering

Som jag redan antytt i föregående kapitel funderar vissa informanter på att flytta från området för att det är för svårt att gå runt ekonomiskt. I detta avsnitt kommer jag att gå djupare in på bortträngningstrycket i stadsdelen och oron för att större företag, som kan betala höga hyror, ska flytta in och förstöra den ”autentiska” känslan som pionjärsentreprenörerna skapar. Här kommer jag också visa att det finns en stark tillit till, eller hopp om att fastighetsägarna ska låta dem vara kvar. Vidare kommer jag ta upp likheter och skillnader i hur pionjärsentreprenörerna och de gamla verksamheterna hanterar bortträngningstrycket och hur det delvis är inställningen till stadsutvecklingens profilarbete som avgör om en aktör får vara kvar eller inte. Sist kommer jag att med hjälp av Emma Jackson (2014) och Mary Douglas (2002 [1966]) visa att det finns en underliggande rasism i vilka verksamheter som anses passa in och inte i Gamlestadens nya profil.

Gentrifieringens baksida

Att gentrifiering kan leda till en bortträngning av boende och verksamma som från början bidragit till gentrifieringen i området är välkänt inom urbanforskningen (Lees m.fl., 2008:117f; Franzén m.fl., 2016:145f). Till och med Richard Florida har riktat kritik mot sina egna stadsutvecklingsstrategier, bland annat skrev han i sin bok *Cities and the Creative Class*: “With gentrification comes an *out*-migration of bohemians” (Florida, 2005:25; jfr Florida,

2017). Risken att de kan trängas bort av gentrifieringen är också något några av mina informanter är medvetna om. En av entreprenörerna berättar till exempel att hen, redan när hen startade sin verksamhet, var medveten om att det fanns en risk att hen skulle behöva flytta från området när det blivit tillräckligt hippt och hyrorna höjts: ”Så är det överallt, kolla Sockerbruket. Hur många av dem är kvar liksom?”.¹⁰ Här går det att se att det inte bara finns en neutralisering över gentrifieringens bortträngning av andra (som jag visade i föregående kapitel), utan också över gentrifieringens bortträngning av en själv.

I Vallis (2021) studie kunde hon se att konstnärer inte bara flyttar från gentrifierade områden för att de blir för dyra utan också för att de blir tråkiga. För hennes informanter var det när den dyra detaljhandeln och livsstilsaffärer flyttade in och ersatte kulturell och konstnärlig produktion som området slutade vara attraktivt för dem. I Gamlestaden ingår dock detaljhandeln och livsstilsaffärer i den urbana frontens pionjärsverksamheter och hotet som väntar om gentrifieringen går för långt är istället att stora företag och kedjor ska etablera sig i området. Denna rädsla fanns också hos aktörerna i Mats Franzéns, Nils Herttings och Catharina Thörns (2016:142ff) studie. Där uttryckte småföretagarna att kedjorna skulle döda områdets unika karaktär. Detta var också något som införlivades, kedjor flyttade in, hyrorna höjdes och det uppstod intressekonflikter mellan småföretagarna och fastighetsägarna (ibid.). Även i min studie är det viktigt för informanterna att området inte blir tråkigt vilket de också verkar koppla ihop med att deras frihet på platsen begränsas. En av pionjärsentreprenörerna uppfattar det till exempel som att det var mer spexigt och fritt när hen startade sin verksamhet för något decennium sedan men att det har blivit lite mer uppstyrt nu, området befinner sig ”mitt emellan cirkus” och ”Espressohouse”. En annan informant berättar vidare att hen aktivt försöker stoppa området från att bli ”tråkigt”

vi måste få in *rätt* typ av hyresgäster, vi kan inte få liksom Lidl och Nordic Wellness hit, för då pajar vi hela området och hela känslan med det hela. /.../ det som är tråkigt då är att det oftast är de företagen som har pengarna att etablera sig någonstans, men de har ingen själ.

Risken med att kedjorna utan själ flyttar in är inte bara att det drar upp priserna i området, de förstör också känslan av ”autenticitet” och sätter stopp för den ackumulering av symboliskt kapital som entreprenörerna behöver för att locka kunder. I Franzén m.fl.s (2016:145f) studie fanns det liknande uppfattningar där småföretagarna sa att kedjorna urholkade områdets mångfald. När kedjorna flyttar in är det också ett tecken på att fastighetsägarna har börjat omvandla det symboliska kapitalet till ekonomiskt kapital - att räntegapet håller på att stängas

¹⁰ Sockerbruket är ett annat område i Göteborg som gentrifierats med hjälp av verksamheter inom konst, musik och annan kultur.

(jfr Smith, 1996).

Det är den här klassiska gentrifieringen - folk etablerar sig här för att det är lite udda, det är inte helt satt i en mall och det är lite spännande. Och så fort man etablerar sig så börjar man [fastighetsägarna] liksom att jobba för att det ska försvinna för att det inte är bra för businessen.

Samtidigt som många av pionjärsentreprenörerna vet om hur gentrifiering brukar gå till kan de inte låta bli att hoppas på att fastighetsägarna kommer låta dem vara kvar och hålla borta ”fel” verksamheter från stadsdelen. När jag sitter i en av informanternas bil som kör runt i området börjar informanten nästan övertala sig själv om att fastighetsägarna inte kommer att låta området bli tråkigt med bara kedjor: ”Men jag tror, jag hoppas, jag tror och hoppas, nej jag tror...”. Informanten avbryter sen sig själv och pekar på ett inhägnat område där en stor del av en fastighet har rivits. Det som är kvar är hängande armeringsjärn, tegelstenar i högar och byggmaskiner. Hen berättar att hen har hållit i ett lyckat evenemang där och säger ”fan vad sjukt att de river den lokalen.” I nästa andetag säger hen ”jag tror att Platzer fattar eh, fattar detta faktiskt... och liksom *inte* kommer bygga bort allt kul”. Det finns en viss svart ironi i denna situation där informanten ser hur fastighetsägarna river en lokal där man har kunnat genomföra billiga och stora evenemang, men samtidigt intalar sig själv (hen bestämmer sig för att *tro* och inte *hoppas* på) att fastighetsägarna inte kommer att bygga bort *allt* kul för profitens skull.

Denna tro på fastighetsägarna återkommer i mitt material. Informanterna ser att lokalerna runtomkring dem renoveras och blir dyrare, men eftersom de fått så mycket hjälp av fastighetsägarna tror de att de själva är trygga. De uppfattar också fastighetsägarnas arbete med att ta vara på industribyggnader som en samhällsgärning. En informant säger till exempel att hen inte uppfattar det som att fastighetsägarna har...

...något slags urskillningslöst vinstintresse, utan att det handlar mer om att bygga någonting som är trevligt, som folk vill besöka. Men däremot, alltså de här industriföretagen, eller liksom de här chark och styckföretagen och sånt som det har varit innan, de måste ju flytta någon annanstans såklart. Men det kanske också är mer praktiskt för dem /.../ men jag vet ju också att den här italienska föreningen, att de faktiskt blev tvungna att flytta på grund av det blev höjd hyra då.

Informanten uppfattar bevarandet av industribyggnader som ett bevis på att fastighetsägarna inte kommer att maximera sin vinst i området, men som Helena Holgersson (2022:52ff) och Robert Willim (2008) skriver så har fastighetsägare endast intresse av att bevara industribyggnader med potential till att bli “industrial cool” med en “autentisk” atmosfär då det är dessa lokaler som kan ge ekonomisk vinst just nu. Däremot har de inte intresse av att bevara ”industrial uncool” byggnader då dessa inte anses vara attraktiva. Intresset att bevara byggnader drivs alltså helt av ekonomiska syften och inte av till exempel kulturella syften.

Som informanten påpekar så är det också självklart att de ”ocoola” industrierna som finns kvar i området borde avlägsnas – hade fastighetsägarna velat bevara området som en samhällsgärning hade dessa gamla industrier antagligen ansetts ha en självklar plats i områdets framtid.

Informanternas motsägelsefulla uppfattning om fastighetsägarnas syfte kan ha att göra med de senares dubbla förhållningssätt till småskaliga verksamheter. Franzén m.fl. (2016:143) har tydligt fångat denna dubbelhet med hjälp av intervjuer med fastighetsägare i centrala Göteborg som dels beskrev hur de var beroende av små ”trendiga” verksamheter som skapar en ”unik identitet” för området, dels beskrev hur de kommer att höja hyrorna oavsett om det innebär att dessa entreprenörer kommer att behöva flytta eller inte. Det är en cynisk process där entreprenörerna tar den största risken. Flera av informanterna i min studie kände också till att fastighetsägare kunde agera på detta sättet, en pionjärsentreprenör berättar till exempel om en butik med café som var tvungen att flytta från sin lokal i innerstaden på grund av hyreshöjningar och säger att det känns som att fastighetsägare ”bara ljuger om att de värnar om småföretagare”.

Liksom några av småföretagarna i Franzén m.fl. (2016:143) var alltså även vissa av aktörerna i Gamlestaden medvetna om att de, genom att bidra till stadsdelens attraktivitet, bidrog till en höjning av hyrorna och att det även kunde drabba dem själva. Flera pionjärsentreprenörer berättar också att de är beredda på att flytta även om de hoppas på att inte behöva göra det (jfr *ibid.*). Till exempel säger en informant skämtsamt under intervjun: ”vi är inte utkastade *än*”. En annan informant konstaterar vidare att eftersom deras lokal är tillfällig så finns det ”en möjlighet att de ska bygga nått annat där eller du vet”. Hen fortsätter med att berätta att det är ganska svårt att hitta en liknande lokal någon annanstans, ”så att den dagen som vi inte får vara kvar så blir det väll kanske att man lägger ner istället” (jfr *ibid.*). Denna informant är dock inte beroende av inkomsten av sin verksamhet och säger att ”det är roligt så länge det varar”. Allvarligare är det för en annan entreprenör som hade sin verksamhet som inkomstkälla. Efter att mitt fältarbete avslutats bestämde sig hen för att säga upp sin lokal i Gamlestaden då hen inte hade råd att betala hyran eller ork att fortsätta arbeta så mycket som hen gjorde. Hen berättar över mail att fastighetsägarna har varit snälla och låtit hen avbryta hyreskontraktet som egentligen inte hade gått ut *än*. Vidare berättar hen att hen fortfarande inte har orkat leta efter en ny lokal. Detta var en mycket omtyckt verksamhet som passade profilen för området och som hade välkomnats av både fastighetsägaren och BIDen. Trots det hade den inte möjlighet att vara kvar. Jag bedömer att det finns risk att fler av pionjärsentreprenörerna i området kan råka ut för samma sak.

Rätt och fel slags verksamheter

I- Min lokal kommer ju säkert bli något annat här nu när lägenheterna är färdiga där och sådär.

K- Asså? Du ska bli av med den eller?

I- Nejnej! Jag ska ha kvar den, men jag ska göra om den. Tanken är väll att göra nedervåningen till ett café och övervåningen till typ såhär kreativa kontorsytor som man kan hyra ut flexibelt.

Informanten ovan har en helt annan verksamhet än café och kontor idag, och planerar att fortsätta sin ”huvudbusiness” i en billigare lokal. Hen reflekterar att det kan bli svårt att hinna med två verksamheter men att hen behöver ändra sitt koncept för att kunna behålla en så bra lokal. Att känna en press på att utveckla eller anpassa sin verksamhet i och med att området omvandlas är något som flera av entreprenörerna uttrycker. En informant funderar på om hans butik borde omvandlas till en evenemangscen och en annan säger att hen är beredd på att ”växla upp” sin verksamhet genom att samarbeta med BIden för att få stanna kvar. Dessa entreprenörer visar en medvetenhet om att det inte är säkert att de får eller kan stanna. En informant som arbetar i en stängd verksamhet som fått höra att fastighetsägaren egentligen vill hyra ut till en annan aktör (fastän hans verksamhet arbetar med kultur), skämtar under intervjun om hur de borde anpassa sig för att få stanna: ”Vi får bredda vår verksamhet! Vi får starta ett mikrobryggeri, ha /.../ fredagvisningar /.../ Vi får klä oss på ett annat sätt, ha hattar och lite sådär.” Informantens kollega som sitter vid bordet och äter sin lunch sticker in och säger ”[vi får] jobba på vår image kanske. Ta in nån sån där PR-människa”. Även om det är på skämt så är det också lite på allvar – för att vara välkommen i Gamlestaden ska verksamheten och dess arbetare ska ha en viss estetik och erbjuda stadsdelens besökare en spännande upplevelse.

Vissa informanter har redan förändrat sina verksamheter. En informant berättar till exempel att hans verksamhet har blivit mer exklusiv, hen har ”färre men bättre grejer” för ett dyrare pris än innan: ”Jag har också gått in i en annan fas. Precis som att det här bygget, eller utvecklingen av Gamlestaden har blivit något annat så har också min verksamhet och jag blivit något annat”. Jag vill här påminna om Hans-Georg Moellers och Paul J. D’Ambrosios teori som säger att vi idag oftast inte arbetar med stabila varumärken utan flexibla och anpassningsbara profiler som kräver ständig uppdatering och bekräftelse. När Gamlestadens profil skiftar behöver också pionjärsentreprenörerna förändra sina verksamheters profiler för att kunna upprätthålla sin aktualitet.

Jag vill här jämföra de nya entreprenörernas försök att förändra sina koncept och den höga arbetsbörda de ålagt sig med hur coacherna beskriver de äldre verksamheterna. Enligt

coacherna är nämligen problemet med de äldre verksamheterna att de inte är ekonomiskt hållbara. Detta är också det som motiverar coachernas arbete som syftar till att hjälpa dessa verksamheter att vara kvar i området. De menar att de äldre aktörerna, speciellt i centrala Gamlestaden, kämpar ekonomiskt och att detta märks ”bara när man går in i verksamheten”. Vidare menar de att dessa aktörer saknar idéer och visioner för hur de ”vill skapa värde”. Dessa personer är enligt dem ”inga entreprenörer” utan personer som kämpar för överlevnad då de generellt har svårt att få anställning på grund av sin utländska bakgrund:

C2- Så blir det här det enda alternativet till försörjning, Och så visar det sig då kanske inte vara så lukrativt som man kanske hade tänkt, och då... då försöker man addera andra saker liksom /.../ att sälja andra saker /.../ då blir det de här allkonstnärerna liksom. Att jag lämnar in kemptvätt, och sen har vi leksaker och säljer vaniljsås. Liksom, så att det är väll lite den här, att inte ha en tydlig liksom affärsidé, eller typ se ett tydligt behov o möta det eller liksom, utan att det blir lite mer ad hoc betonat.

Även om jag kan hålla med coacherna om att många av de äldre verksamheterna generellt verkar vara mer prekära än pionjärsentreprenörerna så vill jag rikta uppmärksamhet på att det inte enbart kan handla om ekonomi eftersom även många av pionjärsentreprenörerna har svårt att ta ut lön och hanterar den låga inkomsten genom att lägga till saker i sina verksamheter. De nya småföretagarna är dock inga som coacherna anser behöver hjälp utan det är de äldre verksamheterna som saknar koncept och visuellt visar på att de har det svårt ekonomiskt som coacherna menar behöver det, ”[h]ade de varit lönsamma då hade det inte heller sett ut som det gör. Då hade det varit en tydlig skylt och sådär”. Coacherna pratar också om vikten av att det är snyggt och fint i butikerna men poängterar för mig att det inte behöver vara ”flashigt” utan att det handlar om...

...C2- känslan utifrån företagaren, att de känner att 'det här är min verksamhet, jag är stolt över min verksamhet, jag tar hand om den'. Inte att det blir lite som det blir och jag låter, eh C1- och så säljer jag tobak under disk för att kunna betala hyran C2 - för att överleva. Och det är väll lite där kärnan i det hela ligger /.../ det är lättare att... se det synliga

Coacherna kan ha rätt i att företag som ser ut att gå dåligt kan ha svårt att locka till sig nya kunder, men från ett entreprenörsurbanistiskt perspektiv handlar detta också om en detaljerad renhållning där alla delar av Gamlestaden, till och med verksamheternas insidor, ska ges skenet av en välmående och attraktiv stadsdel. Fattigdom och utsatthet säljer inte. Vidare vill jag också mena att de nya småföretagarna som går dåligt ekonomiskt inte anses vara ett lika stort problem för Gamlestadens profil då deras sätt att lösa sin ekonomiska prekaritet snarare är gynnsam för attraktiviteten. Pionjärsentreprenörerna lägger visserligen till saker i sina verksamheter men de gör det på ett sätt som ökar cirkuleringen av symboliskt kapital, till exempel anordnar de evenemang och skapar samarbeten. De nya entreprenörerna har också

rätt estetik, det vill säga att de har den autenticitetskänsla som Sharon Zukin (2010) identifierat som viktig när det kommer till att locka medelklass till ett område. De äldre verksamheternas estetik uppfattas däremot inte som autentisk fastän de funnits längre på platsen och riktar sig mot platsens långtidsanvändare. Det blir här tydligt hur ”autenticitet” fungerar som ett maktmedel som gör att de gamla landanvändarnas kultur och estetik blir mindre värd än de nya invånarnas (ibid.:28). Jag uppfattar det som att det är just skyltningen och inredningen i de äldre verksamheterna som coacherna (och tjänstepersonen) menar behöver förändras. Dessa butiker stör även den autentiska visionens historisering om stadsdelen som en framgångsrik innovationsplats för kreativ klass och visar att det snarare har varit en plats där arbetarklass och personer med invandrarbakgrund länge har levt och verkat. Jag ser här en liknelse till Kvillbäcken där man ville ”hoppa över de senaste 30 åren” (Holgersson, 2022:42) i marknadsföringens historisering av området. Gamlestadens äldre verksamheter och deras estetik vittnar även om att landanvändningen som funnits de ”senaste 30 åren” fortfarande finns kvar.

Obekvämlig och oattraktiv mångfald

I Emma Jacksons (2014:63f) studie av medelklassen i Peckham använde hon Mary Douglas (2002[1966]) begrepp ”matter out of place” för att förstå hur hennes informanter förhöll sig till den lokala shoppinggatan Rye Lane där det finns många verksamheter som drivs av och riktar sig till personer med utländsk bakgrund. När objekt från dessa verksamheter ”läckte” ut på gatan kunde några av deras informanter känna äckel eller irritation. Jackson skriver:

The lack of containment of these business is a common complaint from our respondents: the hair, notably black hair, that get s brushed out into the streets, the smell of the butchers. Hair and nails being classic examples of what Douglas 1966 terms “matter out of place” (ibid.63).

Jag menar att även de äldre verksamheterna i centrala Gamlestaden upplevs som ”matter out place” för mina informanter. Även om de inte skapar lika starka känslor hos mina informanter som informanterna i Jacksons studie så beskrivs de som stökiga eller onödiga. De skapar också känslor av misstänksamhet eller förvirring. De gamla verksamheterna är vad man kallar *unheimlich* i informanternas nya *heimlich*, det vill säga att de är ofamiljära element i ett område de nyss börjat betrakta som familjärt (jfr Jackson 2014:64). En informant säger:

[D]et ligger en del butiker längsmed spårvagnsgatan där, som man undrar såhär: vad, hur lever ni egentligen? Var kommer pengarna ifrån? Vad gör ni? Jag har ingen aning. De känns bara såhär: Aha? (skrattar till) Okej. Mycket växelkontor o grejer, skicka pengar åt olika håll och en del sånt lär ju försvinna när det snyggas upp här och om det tänker jag: 'Ah, då får det va så liksom'. För vissa saker behöver inte ligga exakt där heller. De eh, neej, jag, naej, egentligen så... Jag är nog mest positiv [över omvandlingen], jag tycker att det skapar eh... (suckar) bostäder åt folk, vilket vi behöver. Vi

behöver bygga, och liksom ha ett liv som kretsar kring bostaden, att man inte behöver ta sig så himla långt bort för bra restauranger, barer, caféer, butiker.

Även om hudfärg och etnicitet inte nämns i berättelserna om de gamla verksamheterna i centrala Gamlestaden, som i många fall drivs av personer med utländsk bakgrund, så finns det en underton av rasism i att de till exempel misstänks för kriminell eller ohederlig verksamhet. De sätts också i motsats till omvandlingen som ska ”snygga upp” och tillföra saker som ”behövs” i området så som bostäder, restauranger och butiker (det vill säga andra slags restauranger och butiker än vad som nu finns där). De äldre verksamheterna anses inte ha en plats i nya Gamlestaden. Kopplingen mellan dessa verksamheter och kriminalitet är också en diskurs som finns hos coacherna som har som mål att få bort kriminella verksamheter från stadsdelen. Till exempel berättar de att heterogeniteten i stadsdelen är en...

...del av charmen /.../ Men minus då (skratt i rösten) de kriminella elementen. Men just att det är heterogent, och det är ju någonting av det man vill bygga vidare på och bevara, men samtidigt på rätt sätt liksom. Inte... (mycket tyst) inte de liksom osunda konkurrensdelarna liksom, den heterogeniteten.

Jackson (2014:62) kunde se hur diskurser om det ”främmande” (discourses of strangeness) också kunde gå in moraliska diskurser om smuts eller stökigt beteende, vilket i sin tur gjorde det möjligt att konstruera platser som problematiska och i behov av åtgärder och renovering. I Gamlestaden verkar det finnas en liknande kombination av diskurser som dock mer kan sägas handla om invandring, utanförskap och kriminalitet. Detta samverkar med den entreprenörsurbanistiska synen på staden som något som ska renhållas från stökiga och störande element, det som är ”out of place” för den attraktiva profilen. När coacherna försöker besvara mina kritiska frågor om varför de nya butikernas estetik är mer värda än de äldres använder de också just renlighet som ett bevis på en lyckad ”etnisk” verksamhet:

C1- Ett exempel är ju till exempel det här bageriet borta i Bellevue. Det är ju jättesnyggt och fint och de har sina kunder där, det är nått, jag vet inte om det är ett Irakiskt bageri eller?
C2- Nej jag vet inte
C1- Från mellanöstern. Funkar ju kanon!
C2- Och sen handlar det ju inte om att liksom att allting ska stöpas in i en... liksom
C1- Svensk form
C2- Nej! Det är inte det som det handlar om utan, det handlar mer om att (suckar) /.../ det här att ta hand om sin, eller känna den här stoltheten. För att när man är stolt över sin verksamhet, då går du ju o sopar o grejar.

De äldre verksamheterna skulle behöva ändra på sina koncept för att locka nya kunder, menar coacherna. De anses också vara olönsamma för att de bara riktar sig till sina ”landsmän”, vilket står i kontrast till pionjärsentreprenörernas kunder. När jag frågar pionjärsentreprenörerna vilken målgrupp de har så har de flesta svårt att beskriva den mer än i

ålder, vilket oftast var personer mellan 25-35 år, men en informant visade på en mer kritisk medvetenhet:

Min målgrupp är ju urban kulturkapitalstark medelklass. Om man ska vara normkritisk då, vilket jag gissar att du säkert ska vara, så är de ju hitintills i alla fall en väldigt homogen grupp liksom. Jag har breddat mig lite åldersmässigt, jag har fått lite av nästa generation /.../ som kanske du tillhör då, som är 20-25. De har ju en lite annan stil, och lite annat estetiskt uttryck och så. Så där har jag ju mycket. /.../ Det har även breddats om man säger... kulturellt, att det även är eh... jag får mer kunder från andra... sociala grupper om man säger så, än bara inflyttad urban medelklass. /.../ quote on quote "svensk" medelklass, det vill säga, ja du fattar.

Även om informanten menar att hens målgrupp har blivit mer varierad på senaste tiden så är det ändå tydligt att verksamheten framförallt riktar sig mot "svensk" "urban kulturkapitalstark medelklass". Mitt intryck är också att det är just denna målgrupp som BIDen hoppas locka till stadsdelen med hjälp av pionjärsentreprenörerna, och kanske några av de gamla verksamheterna om de anpassar sina koncept på rätt sätt. En av pionjärsentreprenörerna förväntar sig i alla fall att det ska hända då hen säger att om det öppnar fler kreativa företag så kommer det att flytta in fler yngre människor, och ju fler "hipsterställen" och företag som passar in i eko-rekokonceptet, desto fler "människor som också är eko reko, kreativa" kommer det att flytta in, "de drar ju varandra". Att säga att det kommer flytta in fler människor som är "eko reko" samt "kreativa" innebär att de som är på platsen nu inte förstås som vare sig "eko reko" eller "kreativa". Som jag beskrev i uppsatsens andra analyskapitel kopplas hållbarhet ihop med vit medelklass (Bradley, 2009; Checker, 2011) och kreativitet med den "kreativa klassen" (Florida, 2002). Man kan tolka citatet som en medvetenhet om att etableringen av nya "hipsterställen" och kreativa företag även kommer innebära en "vitifiering" men också "medelklassifiering" av stadsdelen. Jag vill här även dra en liknelse till ett uttalande som gjordes i P4 Göteborg om Kvillebäcken 2012 där en marknadschef för Älvstranden Utveckling AB sa att de som skulle flytta in i det nybyggda området var "mer moderna personer", vilket Holgersson påpekar implicerar att platsens dåvarande människor var "omoderna" (2014:124).

Pionjärsentreprenörerna verkar vidare bidra till en vitifiering av området genom att de framförallt säljer lokalproducerade eller skandinaviska varor. Detta kopplar de till "autenticitet" och hållbarhet även om de inte nödvändigtvis är miljövänliga. En informant berättar till exempel att hens kunder är "hållbara fashionistas" och att även om hens produkter "inte är second hand så handlar [hållbara fashionistor] av någon som är småföretagare för att det är mer hållbart än att handla någon annanstans (båda skrattar)". Att sälja skandinaviska varor är ett sätt för informanterna att göra sig unika, men det verkar också finnas obekväma känslor kring detta:

[V]i jobbar med svenska produkter, lite nordiska har vi haft ibland. Och det är ju inte för att vi är högextremister eller nått (K skrattar). Utan bara för att, ja det finns många som är duktiga på hela världen i Göteborg, så det vore löjligt att hålla på med det här också.

Jag tar upp detta citatet för att jag vill visa att entreprenörerna inte har skandinaviska koncept för att *vända sig från* en målgrupp utan för att *vända sig till* en målgrupp. Problemet är att målgruppen de vänder sig till är en mestadels svensk, urban och kapitalstark medelklass. Här är det viktigt att komma ihåg att de som bidrar till gentrifieringen inte alltid har det som syfte. Till exempel visar Loretta Lees (2014) att de första ”pionjäreerna” som flyttade in i Barnsbury (London), trots att de tillhörde en vänsterliberal medelklass som sökte efter en socialt blandad stadsdel ändå bidrog till en gentrifiering där arbetarklass och svarta trängdes bort. Detta är den vanliga konsekvensen av gentrifiering som per definition innebär en uteslutning av grupper på grund av ekonomiska (och kulturella) skäl, ”platserna blir exklusiva och riktade till en välbeställd och i huvudsak vit medelklass.” (Despotović & Thörn, 2015:247). Att pionjärsentreprenörerna i Gamlestaden också söker social blandning märks bland annat i denna entreprenörs dröm om att få till en ”bondens marknad” i stadsdelen:

[J]ag skulle vilja ha någon sån bondens marknad här. Typ ta sånna rekoringar och göra en dag eller en helg där bara hela Slakthuset är fullt med producerade... Alltså alla kommer in från landet och så bara tar vi över hela stadsdelen. Så blir det musik i ena hörnet, och så är det food trucks /.../ Och att man verkligen får till att det inte, visst, det är (drar in andan)... Johanna från Lerum är här och visar upp sina vårlökar, ingen aning, och sen samtidigt så måste vi få till integrationsgrejen också. Jag vill också ha liksom Mohammed från Hjällbo som är här och gör sina grejer, så att det inte bara blir en homogen, svenskar som har koll på läget kommer hit, utan det hade varit jävligt nice o hitta några tillfällen per år där det faktiskt *blir* ett möte mellan människor.

Enligt Lees (2014:73) är det inte nytt att gentrifierande pionjärer letar efter och tycker om ”socialt blandade” områden (jfr Jackson, 2014:60). Frågan är dock hur många ”Mohammed från Hjällbo” det finns som vill och har möjlighet att vara med och sälja lokalproducerade och ekologiska varor i en gentrifierad stadsdel? I informantens dröm är det också hen som nyinflyttad som bjuder in en person från förorten, till Gamlestaden som fortfarande är en plats med en hög andel verksamheter som drivs av personer med utländskt påbrå. Man kan fråga sig varför dessa befintliga verksamheter inte passar in på marknaden? En informant, som också själv är svart, har dock haft evenemang i sin verksamhet som har lockat personer från Kortedala, Bergsjön och Angered. Målet med dessa evenemang är för hen att ”unga som liksom inte riktigt har förstått att man kan hålla på med kultur ska fatta det och våga göra det. Så på så sätt har jag försökt att utveckla stadsdelen”. Detta visar att det finns en bred variation mellan pionjärsentreprenörerna och deras potential att skapa social blandning i området. De har dock en sak gemensamt som gör att de skiljer sig från de äldre verksamheterna på ett avgörande sätt – de vill *utveckla* stadsdelen.

7.3 Avslutande reflektion

I detta kapitel har jag visat hur det kreativa arbetslivets prekära arbetsvillkor gör pionjärsentreprenörerna beroende av att det skapas en ackumulering av symboliskt kapital i stadsdelen de är i. Detta gör att de sitter i den paradoxala sitsen av att vara beroende av en process som samtidigt mycket väl kan leda till att de själva trängs bort från sina lokaler. Dessutom är några av dem även moraliskt emot gentrifieringen som de ägnar så mycket tid, pengar och engagemang till att upprätthålla. Detta är inte heller en jämlik process, tiden som en aktör lyckas vara kvar i området beror på entreprenörens egna kulturella, sociala och ekonomiska kapital, samt deras anpassning till stadsdelens nya profil. Som det ofta gör när det kommer till ojämlika villkor finns det här en underliggande rasistisk diskurs kring vilka som anses tillhöra nya Gamlestaden och inte. Det har dock inte bara med rasism att göra (till exempel är några av pionjärsentreprenörerna också svarta, liksom en av coacherna), utan också klass. Till exempel beskriver en informant de gamla barerna i centrala Gamlestaden såhär:

Det finns en del dåliga krogar. Jag vet att /.../ en del måste ha 39 spänn per öl, och såhär. Men många är - de skapar liksom inte så mycket mervärde till folket där, utan det sitter oftast 20 stycken alkisar. Och att de måste finnas kvar? Asså, nej jag vet inte, det, det... äh! Givetvis så ska det finnas ett rum för dem också, men att det ligger tre stycken på rad, det skapar liksom inget härligt värde för de andra då. Och oftast så är det inte så att det blir en så himla härlig stämning runtomkring heller när folk är i det skicket såhär. Så att sånt behöver ju inte i min värld finnas kvar för många av liksom.

Här är det arbetarklasskultur och alkoholism som blir till ”matter out of place” för stadsdelens profil. Liksom i fallet med butikerna som drivs av personer med utländsk bakgrund är synlig fattigdom det som framförallt stör informanten. När staden betraktas som en profil som ska säljas på en marknad blir alltså socio-ekonomisk utsatthet något som är i vägen och onödigt – ett störningsmoment i arbetet för att skapa en attraktiv stadsdel.

8. Slutdiskussion

Denna uppsats undersöker gentrifieringen i Gamlestaden med ett dubbelt fokus – dels undersöks BIDens diskursiva kamp för att applicera en ny profil för området, dels pionjärsentreprenörernas roller och villkor i förverkligandet av denna profil. I denna slutdiskussion vill jag sammanföra dessa olika perspektiv och visa på vilka sätt pionjärsentreprenörerna bidrar till profilens tre visioner. Jag kommer sedan fortsätta diskussionen jag påbörjade i andra och tredje analyskapitlet om det pionjerande entreprenörskapets risker och vilka bortträngande effekter Gamlestadens entreprenörsurbanistiska omvandling kan skapa. Avslutningsvis kommer jag reflektera över denna uppsats bidrag till forskningsfältet och föreslå ingångar till framtida forskning.

8.1 Pionjärsentreprenörerna och visionerna

[O]m tio år så kommer det vara fullt utbyggt här, det här området kommer att vara en distraktion med ett tjugotal krogar, hoppas jag, och tillverkare. Så att folk i Göteborg och besökare kommer hit.

Jag valde att kalla småföretagarna som jag intervjuat, som personen ovan, för *pionjärsentreprenörer* då deras roll i Gamlestaden är att etablera och driva fram en urban front samt leda vägen för att mer medelklass ska flytta till och besöka platsen. Som jag visat var dock pionjärsentreprenörerna inte först med att se Gamlestadens potential till attraktivitet, det var fastighetsägarna som genom hårt och långsiktigt arbete skapade förutsättningar och ramar för den pågående entreprenörsurbanistiska stadsomvandlingen. Inom ramen för FFG/BIDen har de i samarbete med kommunen arbetat för att implementera vad jag kallar för en ny profil för stadsdelen. Jag ser genomförandet av denna profil både som en ekonomisk process och diskursiv kamp. För att poängtera att gentrifieringen i Gamlestaden i hög grad genomförs ovanifrån började jag analysen med att presentera tre visioner genom vilka BIDen genomför denna profilering – *visionen om trygghet*, *visionen om autenticitet* och *visionen om hållbarhet* (jfr Valli & Hammami, 2022).

I analysen har jag lyft fram att fastighetsägarna, i arbetet med att förverkliga dessa visioner, är beroende av att få entreprenörer som kan tillföra en viss typ av kulturellt och symboliskt kapital att etablera sig i området. Dessa pionjärsentreprenörer är en viktig nyckel i arbetet med att locka dit det Richard Florida (2002) kallar för ”kreativ klass”. Ett särskiljande drag för dessa entreprenörer är att de på olika sätt arbetar med sin kreativitet och att de drivs av sina drömmar, passioner och viljan att självförverkliga sig genom karriären (McRobbie,

2016). Det som lockat dem till Gamlestaden är dels platsens fysiska förutsättningar till ”industrial cool” (Willim, 2008), dels att stadsdelens stundande omvandling kan ge dem en skjuts i karriären. Det senare beror på att det vid kulturdriven gentrifiering går att skapa en cirkulerande ackumulering av symboliskt kapital som höjer både området och pionjärverksamhetens värde och status. Vidare ger också urbana fronter en känsla av euforisk upprymdhet av att vara i spetsen av något nytt och alternativt. För dessa entreprenörer gäller det alltså att vara på *rätt plats vid rätt tid*. Deras närvaro i stadsdelen skapar vidare det Sharon Zukin (2010) kallar för en ”ny början” på platsen, det vill säga att de för med sig en (för området) främmande kultur som tillhör ny grupp av landanvändare. I en gentrifieringsprocess tar den nya börjans sociala sammansättning och kulturuttryck så småningom över stadsdelen på ett sätt som tränger bort de tidigare användarna. För att bättre beskriva visionernas relation med pionjärsentreprenörerna kommer jag nu att gå igenom dem var för sig.

I avsnittet om den trygga visionen visade jag hur viktigt det är för BIDen att skapa en *känsla* av trygghet, bland annat genom att försöka begränsa vilka personer som använder och bor på platsen, mängden nedskräpning och användningen av ”alternativ” estetik så som de äldre verksamheternas ”folkliga skyltar” (Trinch & Snajdr, 2016). Pionjärsentreprenörerna bidrar till denna vision då deras estetik, affärskoncept och målgrupp kopplas ihop med trygghet och den nya börjans ”heimlich”, det vill säga det som är familjärt för de nya landanvändarna (Jackson, 2014:64). Detta beror dels på att de riktar sig till en framförallt vit medelklass, dels för att de är manifestationer av den nya kreativa ekonomin (jfr. Florida, Franzén m.fl.). Pionjärsentreprenörerna står i kontrast mot områdets äldre verksamheter som generellt drivs av personer med utländsk bakgrund. Dessa verksamheter förknippas istället med kriminalitet, delvis på grund av underliggande rasistiska strukturer och delvis för att det i dessa verksamheters estetik och affärsidéer går att se ekonomisk och social prekaritet.

Den autentiska visionen handlar om att ladda Gamlestaden med symboliskt kapital i form av ”autenticitet”, framåtanda och kreativitet. Detta arbete är helt avhängigt att rätt slags pionjärsentreprenörer flyttar in och skapar en cirkulerande ackumulering av symboliskt kapital. Detta gör dem genom att ha öppna verksamheter, erbjuda alternativ och småskalig konsumtion samt ge besökare upplevelser genom evenemang eller fantasieggande inredning (Franzén m.fl. 2016:142). Pionjärsentreprenörernas produkter är laddade med värden i medelklassens smak så som lokalitet, småskalighet och kreativitet. Det känns personligt, internationellt, coolt och ”autentiskt”. Detta står också i kontrast till de gamla verksamheterna i området som har en annan estetik och konsumtionskultur. Trots att dessa butiker har funnits på platsen mycket längre än de nya verksamheterna, och är tätt förknippade med områdets

långa historia av arbetsinvandring och flyktinginvandring, så anses de varken ”autentiska”, internationella eller unika.

Sist men inte minst har jag visat hur den hållbara visionen inte främst handlar om ekologisk eller social hållbarhet utan om estetik och områdets säljbarhet. Här tog jag avstamp i Karin Bradleys (2009:228ff) studie som visar hur hållbarhet i hög grad kopplas till vit medelklass. Även här bidrar pionjärsentreprenörerna genom att sälja lokalproducerade eller skandinaviska varor som riktar sig mot denna ”miljömedvetna” konsumentgrupp. Detta underlättar i sin tur coachernas arbete med att profilera stadsdelen som hållbar. Den hållbara visionen handlar också om att skapa en social blandning och behålla mångfalden i området, men som Loretta Lees (2014) har visat så leder oftast projekt med syfte att skapa social blandning i arbetarklassområden till gentrifiering och lägre socio-ekonomisk blandning än tidigare. Med tanke på att begreppet ”mångfald” också lätt verkar glida mellan social mångfald, brett verksamhetsutbud och olika estetiska kulturformer ser jag tecken på att mångfaldsarbetet i Gamlestaden riskerar att snart börja handla mer om att ha ett brett verksamhetsutbud än om att behålla områdets nuvarande höga socioekonomiska mångfald.

Jag vill avsluta denna diskussion med att konstatera att Gamlestadens profil visserligen är det som lockat entreprenörerna till platsen, men att det också är ett disciplinerande verktyg. I intervjuerna hörde jag uttryck av plikt, skuld och stolthet som jag tror grundar sig i att fastighetsägarna har hjälpt dem att etablera sig och gett ett underliggande löfte om att entreprenörerna kommer att få vara med i en spännande uppbyggnad av ett alternativt och kreativt område. På grund av den kreativa ekonomins uppmaning om att självförverkliga sig genom sin karriär blir detta en enorm chans för pionjärsentreprenörerna. Trots redan hög arbetsbörda deltar de därför i stadsutvecklingsmöten, hjälper sina fastighetsägare med marknadsföring av området och anpassar sina koncept efter det profilen och BIDen uppmanar till. Detta gör att de maximerar sina lokalers attraktivitet genom att till exempel ha öppna verksamheter, ändra sina koncept eller anordna evenemang. Detta är resultatet av en entreprenörsurbanistisk strategi och som David Harvey (1989:14) skriver använder den sig av känslor:

The orchestrated production of an urban image can, if successful, also help create a sense of social solidarity, civic pride and loyalty to place and even allow the urban image to provide a mental refuge in a world that capital treats as more and more place-less.

Det gemensamma beroendet mellan pionjärsentreprenörerna och fastighetsägaren märks också i att entreprenörerna anser att deras verksamheter har lyckats om de får nya personer att flytta in i området. Jag vill här understryka att det dock är de ekonomiska förutsättningarna

som gör att pionjärsentreprenörernas cirkulering av symboliskt kapital leder till gentrifiering. De görs till pionjärer.

8.2 Prekaritet och diskursiv bortträngning

Att vara pionjär kommer med höga risker. Många av entreprenörerna har lagt stora ekonomiska investeringar i sina verksamheter i hopp om att området snart ska bli så attraktivt som BIDen och dess medlemmar säger. Entreprenörsurbanistisk stadsomvandling är dock ett spekulativt projekt och det kan vara så att området aldrig lyckas med till exempel den autentiska visionen utan bara med de trygga och hållbara visionerna. I så fall uteblir också cirkuleringen av ackumulerande symboliskt kapital som entreprenörerna har flyttat dit för. Hittills verkar också skapandet av symboliskt kapital gå relativt trögt, många av pionjärsentreprenörerna befinner sig därför i ett sårbart väntetillstånd. De har tagit stora privata risker och lagt personligt engagemang i en gentrifieringsprocess som jag menar skulle kunna ”hoppa över” till exempel den ”autentiska” visionens satsning på hantverk eller mat för att istället endast satsa på ett ”tryggt” och ”hållbart” Gamlestaden.

De som har mest att förlora på den entreprenörsurbanistiska omvandlingen är dock de som bott eller verkat i området länge. Gamlestadens låginkomsttagare i hyresrätter har speciellt lite att vinna och mycket att förlora om pionjärsentreprenörerna och BIDen lyckas med att göra stadsdelen attraktiv. Jag vill dock understryka att även detta är en heterogen grupp av människor där vi kan anta att vissa känner alienation och oförståelse inför de nya verksamheterna och coachernas arbete, medan andra säkert kan uppskatta de satsningar som görs på området och hjälpen de får av coacherna. Enligt mig ligger inte heller problemet i Gamlestadens omvandling i att det satsas på infrastruktur och etableras nya verksamheter, utan i att det finns tydliga ekonomiska incitament. Det huvudsakliga syftet för privata aktörer är att få ut ekonomisk vinst, inte att skapa demokratiska städer (jfr Valli & Hammami, 2021). Att kommunen samarbetar med FFG utan inbördes kritik är därför enligt mig djupt problematiskt (jfr *ibid.*). Framförallt på grund av att bortträngning i regel också ofta kombineras med underliggande rasism och klassförakt (2008:53f). Jag ser tydliga tecken för att detta även lär bli fallet i Gamlestaden då de aktörer och människor som historiskt varit och fortfarande är oönskade i stadsdelen också är personer med utländsk bakgrund eller låg socioekonomisk status. Några av dessa, till exempel en stor andel personer med försörjningsstöd, har redan trängts bort på grund av FFGs arbete. Detta var en form av direkt bortträngning som på ett tydligt sätt syftade till att gentrifiera stadsdelen. Numera finns det

istället ett allt starkare diskursivt bortträngningstryck av platsens långtida landanvändare. De är varken med i den nya historiseringen av området eller i marknadsföringen om områdets framtid (jfr Holgersson, 2014). I entreprenörernas framtidsvisioner är de också borta. Detta är gentrifieringens realitet – det är en bortträngning av de som redan är marginaliserade i samhället.

Jag vill här vända mig till Sharon Zukin (2010:26) som skriver: “If Authenticity is a state of mind, it’s historic, local and cool. But if authenticity is a social right, it’s also poor, ethnic [*sic!*], and democratic”. Jag vill utifrån denna tanke ställa tre retoriska frågor: Varför är inte blinkande “open”-skyltar, restaurangnamn på persiska och arabiska, billiga barer och enkla pizzerior värda att finnas i stadsdelen när svartvita skyltar med minimal information, dyra restauranger och småskalig matproduktion är det?; Varför är långtidsanvändarnas sociala nätverk lägre värt än de nya användarnas ”community”?; och avslutningsvis, vilka är det som tjänar mest på att långtidsanvändarna trängs bort, och varför skyddar inte Göteborg stad deras rätt att stanna kvar?

8.3 Forskningsbidrag och framtida forskning

I denna uppsats har jag använt mig av två olika perspektiv inom gentrifieringsforskningen. Dels har jag sett på den politiska ekonomins roll i gentrifieringen och utgått från att fenomenet är ett resultat av en ekonomisk rationalitet som styr oss som kollektiv, dels har jag sett på hur kultur och konsumtionssmak spelar viktiga roller uppdrivet av stadsdelars attraktivitet. Vidare har jag sett ett samband mellan det nya kreativa arbetslivet och gentrifiering där det kreativa arbetslivets prekaritet gör denna arbetsgrupp mer beroende av platser med pågående gentrifiering och ackumulering av symboliskt kapital. Vidare har jag sett hur gentrifieringen påskyndas och drivs med hjälp av dessa kreativa arbetare. Sammanfattat har jag alltså undersökt hur både kultur och ekonomi driver gentrifieringen i Gamlestaden.

Vid denna uppsats skrivande pågår det redan flera forskningsstudier om Gamlestaden, varav denna uppsats ingår i ett av dem. I forskningsprojektet ”För vem byggs staden?” kommer bland annat bortträngningstrycket mot långtida boende att undersökas och det är med den vetskapen som denna uppsatsen koncentrerat sig på just pionjärsentreprenörer och inte på boende. Det görs också en undersökning om Gamlestadens lingvistiska landskap. Något som det dock inte planeras att forskas på och som jag har valt bort i arbetet med denna uppsats är coachningkulturens påverkan på BIDens omvandlingsarbete, BIDens arbete med att sprida

och legitimera sitt koncept nationellt och relationen mellan gentrifiering och pionjärsentreprenörernas habitus. Jag vill också uppmana läsarna av denna uppsats att själva reflektera över var er stads urbana fronter finns, och vad ni kan göra för att motverka dem.

Källförteckning

Akademiska källor

- Ahrne, G. & Svensson, P. (2015). *Handbok i kvalitativa metoder* (2. uppl.). Liber.
- Arvaston, G. & Ehn, B. (2009). Observationens dynamik. I G. Arvaston & B. Ehn (red.), *Etnografiska observationer* (19-26). Studentlitteratur.
- Back, L. (2007). *The art of listening*. London: Bloomsbury.
- Bacqué, M.H., Bridge, G., Benson, M., Butler, T., Charmes, E., Fijalkow, Y., ... Vermeersch, S. (2015). *The Middle Classes and the City: A Study of Paris and London*. Palgrave Macmillan.
- Behar, R. (1996). *The vulnerable observer: anthropology that breaks your heart*. Beacon Press.
- Bengtson Rylander, L., Gustavsson, A., Hjelt, P., Hjelt, T., Kettil, L. & Ruud, J. (red.) (2015). *Berättelser från Gamlestaden. En stadsdels kulturarv i blickfånget*. Rio Göteborg Natur- och kulturkooperativ.
- Borelius, U. & Wennerström, U.B. (2010). Tre bostadsområden. I I.Sahlin (red.), *I trygghetens namn* (s. 37-66). Daidalos.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. I J.G. Richardsson (red.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (241-260). Greenwood Press.
- Bradley, K. (2009). *Just Environments. Politicising Sustainable Urban Development* [Avhandling, Kungliga Tekniska Högskolan]. Kungliga Tekniska högskolan.
- Brown, W. (2015). *Undoing the demos: neoliberalism's stealth revolution*. Zone Books.
- Butler, J. (2015). *Notes toward a performative theory of assembly*. Harvard University Press.
- Bäckman, M. & Ekström, S. Metodfrågans var, när och hur. I K. Silow Kallenberg, E. von Unge, L. Wiklund Moreira (red.), *Etnologiskt fältarbete: nya fält och former* (257-276). Studentlitteratur AB.
- Börjesson, M. & Palmblad, E. (2007). Motsatsen till relativism, detta bör vi aldrig glömma, stavas absolutism. I M. Börjesson & E Palmblad (red.), *Diskursanalys i praktiken* (7-23). Liber.
- Bourdieu, P. (med Thompson, J.B.) (1991). *Language and symbolic power*. Harvard University Press.
- Butler, T. (1997). *Gentrification & the middle classes*. Ashgate.
- Butler, T. & Robson, G. (2001). "Social capital, gentrification and neighbourhood change in London: a comparison of three south London neighbourhoods". *Urban studies*, 38, 2145-2162.

- Butler, T. med Robson, G, (2003). *London calling: the middle classes and the remaking of inner London*. Berg.
- Checker, M. (2011). "Wiped out by the 'greenwave': Environmental gentrification and the paradoxical politics of urban sustainability". *City & Society* 23(2), 210-29.
- Couldry, N. (2000). *Inside culture: re-imagining the method of cultural studies*. Sage.
- CRUSH - Critical Urban Sustainability Hub (2020). *Bostadsmanifest: 22 krav för framtidens hem*. Dokument Press.
- Davids, T. (2014). "Trying to be a vulnerable observer: Matters of agency, solidarity and hospitality in feminist ethnography". *Women's Studies International Forum*, 43(3), 50-58.
- Despotović, K. & Thörn, C. (2015). *Den urbana fronten: en dokumentation av makten över staden*. Arkitektur.
- Douglas, M. (2002[1966]). *Purity and danger: an analysis of concept of pollution and taboo*. Routledge.
- Florida, R.L. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Books.
- Florida, R.L. (2005). *Cities and the creative class*. Routledge.
- Florida, R.L. (2017). *The new urban crisis: how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class - and what we can do about it*. Basic Books.
- Florin Persson, E. (2021). *Film i stadens tjänst: Göteborg 1938-2015* [Avhandling, Göteborgs universitet]. Göteborgs universitet.
- Forselmalm, J. (2007). *Bodies, bricks and black boxes: power practices in city conversion* [Avhandling, Göteborgs universitet]. Göteborgs universitet.
- Foucault, M. (2002). *Sexualitetens historia: Band 1 Viljan att veta* ([Ny utg.]). Daidalos.
- Franzén, M., Hertting, N. & Thörn, C. (2016). *Stad till salu: entreprenörsurbanismen och det offentliga rummets värde*. Daidalos.
- Gunnarsson Payne, J. & Öhlander, M. (2022) Forskningsfrågor – från kunskapsmål till verktyg. I K. Silow Kallenberg, E. von Unge, L. Wiklund Moreira (red.), *Etnologiskt fältarbete: nya fält och former* (23-46). Studentlitteratur AB.
- Hall, S. (1990). "The Emergence of Cultural Studies and the Crisis of the Humanities". *The Humanities as Social Technology* 53(summer), 11-23. <https://doi.org/10.2307/778912>
- Hammersley, M. (2014). "On the ethics of interviewing for discourse analysis". *Qualitative research* 14(5), 529-541.
- Haraway, D. (1988). "Situated knowledges: the science question in feminism and the principle of partial perspective". *Feminist Studies* 13(3), 575-599.

- Harvey, D. (1989). "From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism". *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography* 71(1). <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.2307/490503>
- Hjelt, T. (2015). Kris i bostadsfrågan. I L. Bengtson Rylander, A. Gustavsson, P. Hjelt, T. Hjelt, L. Kettil & J. Ruud (red.), *Berättelser från Gamlestaden. En stadsdels kulturarv I blickfånget* (s. 67-88). Rio Göteborg Natur- och kulturkooperativ.
- Holgersson, H. (2014). Post-political narratives and emotions: Dealing with discursive displacement in everyday life. I H. Jones & E. Jackson (red.), *Stories of cosmopolitan belonging: emotion and location* (s. 115-126). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Holgersson, H. (2022). The value of the uncool: Reflections on the demolition of an old re-used industrial area. I F. Hammami, D. Jewesbury, D. & C. Valli (red.) *Uncool - Heritage, Gentrification and Resistance in the Neoliberal City* (42-62). Berghahn Books.
- Holgersson, H. & Florin Persson, E. (2018). The lingering presence of Richard Florida in gothenburg's future vision. *Mediapolis: a journal of cities and culture* 1(3), Digital publicering. <https://www.mediapolisjournal.com/2018/03/the-lingering-presence-of-richard-florida-in-gothenburgs-post-political-future-vision/>
- Holmberg, I.M. (2006). *På stadens yta: om historiseringen av Haga* [Avhandling, Göteborgs universitet]. Göteborgs universitet.
- Hughes Tidlund, I. & von Unge, E. (2022) Etik och kvalitativa metoder. I K. Silow Kallenberg, E. von Unge, L. Wiklund Moreira (red.), *Etnologiskt fältarbete: nya fält och former* (47-65). Studentlitteratur AB.
- Ingridsdotter, J. & Silow Kallenberg, K. (2022). Etnografiskt skrivande som metod. I K. Silow Kallenberg, E. von Unge, L. Wiklund Moreira (red.), *Etnologiskt fältarbete: nya fält och former* (237-256). Studentlitteratur AB.
- Jackson, A.Y. & Mazzei, L.A. (2012). *Thinking with theory in qualitative research: viewing data across multiple perspectives*. Routledge.
- Jackson, E. (2014). The pigeon and the weave: The middle classes, dis/comfort and the multicultural city. I H. Jones & E. Jackson (red.), *Stories of cosmopolitan belonging: emotion and location* (s.57-70). Routledge.
- Jakob, D. (2012). "The eventification of place: Urban development and experience consumption in Berlin and New York City". *European Urban and Regional Studies* 20(4), 460-472. <https://journals-sagepub-com.ezproxy.ub.gu.se/doi/full/10.1177/0969776412459860>
- Jobarteh, A. & Wiklund Moreira, L. (2022). Fältarbete utanför nationsgränsen I K. Silow Kallenberg, E. von Unge, L. Wiklund Moreira (red.), *Etnologiskt fältarbete: nya fält och former* (105-126). Studentlitteratur AB.
- Jones, H., Jackson, E. & Rhys-Taylor, A. (2014). Introduction: Moving and Being Moved. I H. Jones & E. Jackson (red.), *Stories of cosmopolitan belonging: emotion and location* (1-14). Routledge, Taylor & Francis Group.

- Kadioğlu Polat, D. (2020). “‘Now the German comes’: The ethnic effect of gentrification in Berlin”. *Ethnicities* 20(1), 155–176. <https://doi.org/10.1177/1468796818810007>
- Kaijser, L. & Nylund Skog, S. (2022). Analys. I K. Silow Kallenberg, E. von Unge, L. Wiklund Moreira (red.). *Etnologiskt fältarbete: nya fält och former* (277-303). Studentlitteratur AB.
- Kalichman, B. & Rufino, B. (2021). The Import of a Narrative: The Role of Aesthetics and Discursive Elements in Fabricating Change in the Centre of São Paulo. I C. Lindner & G. F. Sandoval (red.), *Aesthetics of Gentrification. Seductive Spaces and Exclusive Communities in the Neoliberal City* (91-114). Amsterdam University Press.
- Kelling, G. & Wilson, J. (1982). Broken Windows. The police and neighborhood safety. *The Atlantic* 1982(March), 29-38. <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1982/03/broken-windows/304465/>
- Kettil, L. (2015). Bangladesh i Gamlestaden. I L. Bengtson Rylander, A. Gustavsson, P. Hjelt, T. Hjelt, L. Kettil & J. Ruud (red.), *Berättelser från Gamlestaden. En stadsdels kulturarv I blickfånget* (s. 103-118). Göteborg: Rio Göteborg Natur- och kulturkooperativ.
- Kjellberg, I. (2019). *Med kulturen som (värdeskapande) hyresgäst. En etnografisk studie om Göteborgs Stads arbete med kultur, lokaler och stadsplanering* [Masteruppsats, Göteborgs universitet]. Göteborgs universitet. <http://hdl.handle.net/2077/60755>
- Kinlund, D. (2015). Rivningsvågen sveper in. I L. Bengtson Rylander, A. Gustavsson, P. Hjelt, T. Hjelt, L. Kettil & J. Ruud (red.), *Berättelser från Gamlestaden. En stadsdels kulturarv I blickfånget* (s. 89-102). Göteborg: Rio Göteborg Natur- och kulturkooperativ.
- Klein, B. (1990). ”Transkribering är en analytisk akt”. *Rig – Kulturhistorisk tidskrift* 73(2), 41-66.
- Kusevski, D., Stalevska, M., & Valli, C. (2022). ”The Business of Improving Neighborhoods. A Critical Overview of Neighborhood-Based Business Improvement Districts (NBIDs) in Sweden”. *Urban Affairs Review*, 1-34. Digital publicering. <https://doi.org/10.1177/10780874211070746>
- Laclau, E. & Mouffe, C. (2001). *Hegemony and socialist strategy: towards a radical democratic politics* (2a uppl.). Verso.
- Lees, L. (2014). Gentrifiering och social blandning. I C. Thörn & H. Holgersson (red.), *Gentrifiering* (73-103). Studentlitteratur AB.
- Lees, L., Shin, H.B. & López Morales, E. (2016). *Planetary gentrification*. Polity.
- Lees, L., Slater, T. & Wyly, E.K. (2008). *Gentrification*. New York: Routledge.
- McRobbie, A. (2016). *Be creative: making a living in the new culture industries*. Polity Press.
- Mellander, E. (2018). *Etnologiska kompositioner: orienteringar i yrkeslivet* [Avhandling, Göteborgs universitet]. Göteborgs universitet
- Mouffe, C. (2008). *Om det politiska*. Tankekraft.

- Moeller, H. & D'Ambrosio, P.J. (2021). *You and your profile. Identity after authenticity*. Columbia University Press.
- Nordin, F. & Siljelid, J. (2015). Fadini, Milano & Rambaldi. I L. Bengtson Rylander, A. Gustavsson, P. Hjelt, T. Hjelt, L. Kettil & J. Ruud (red.). *Berättelser från Gamlestaden. En stadsdels kulturarv I blickfånget* (s. 137-150). Rio Göteborg Natur- och kulturkooperativ.
- Peck, J. (2005). "Struggling With the Creative Class". *International Journal of Urban and Regional Research* 29(4), 740-770. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2005.00620.x>
- Richardson, J. & Stenström, K. (2015). Bland torp och herrgårdar. I L. Bengtson Rylander, A. Gustavsson, P. Hjelt, T. Hjelt, L. Kettil & J. Ruud (red.), *Berättelser från Gamlestaden. En stadsdels kulturarv I blickfånget* (s. 33-52). Rio Göteborg Natur- och kulturkooperativ.
- Ruud, J. (2015). Välkommen till Gamlestaden. I L. Bengtson Rylander, A. Gustavsson, P. Hjelt, T. Hjelt, L. Kettil & J. Ruud (red.), *Berättelser från Gamlestaden. En stadsdels kulturarv I blickfånget* (s. 119-136). Rio Göteborg Natur- och kulturkooperativ.
- Sahlin, I. (1999). Diskursanalys som sociologisk metod. I K. Sjöberg (red.), *Mer än kalla fakta: Kvalitativ forskning i praktiken* (83-106). Studentlitteratur.
- Sahlin, I. (red.). (2010). *I trygghetens namn*. Daidalos.
- Sahlin, I. (2010). Inledning. I I.Sahlin (red.), *I trygghetens namn* (s. 15-36). Daidalos.
- Sahlin, I. & Wennerström, U.B. (2010). Ägarskap och partnerskap i Gamlestaden. I I.Sahlin (red.), *I trygghetens namn* (s. 253-278). Daidalos.
- Sirois, G. (2021). Selling Authenticity: The Aesthetics of Design Boutiques in Montreal. I C. Lindner & G. F. Sandoval (red.), *Aesthetics of Gentrification. Seductive Spaces and Exclusive Communities in the Neoliberal City* (73-90). Amsterdam University Press.
- Slater, T. (2014). Saknaden efter Marcuse – om gentrifiering och bortträngning. I C. Thörn & H. Holgersson (red.), *Gentrifiering* (103-132). Studentlitteratur.
- Smith, N. (1996). *The new urban frontier: gentrification and the revanchist city*. Routledge.
- Tahvilzadeh, N. (2015). *Just Environments Politicising Sustainable Urban Development* (Rapport nr. 136). Förvaltningshögskolans rapporter.
- Tissot, S. (2015). *Good neighbors: gentrifying diversity in Boston's South End*. Verso.
- Thompson, J.B. (1991). Editor's Introduction. I P. Bourdieu (med J.B. Thompson). *Language and symbolic power* (1-31). Harvard University Press.
- Thompson Summers, B. (2021). Race, Authenticity, and the Gentrified Aesthetics of Belonging in Washington, D.C.. I C. Lindner & G. F. Sandoval (red.) *Aesthetics of Gentrification. Seductive Spaces and Exclusive Communities in the Neoliberal City* (115-136). Amsterdam University Press.
- Thörn, H. (2013). *Stad i rörelse: stadsomvandlingen och striderna om Haga och Christiania*. Atlas akademi.

- Thörn, C. & Holgersson, H. (2014a). Göteborg – den urbana frontlinjen och “nya Kvillebäcken”. I C. Thörn & H. Holgersson (red.), *Gentrifiering* (157-188). Studentlitteratur AB.
- Thörn, C. & Holgersson, H. (2014b). Gentrifiering – kultur, politik och ekonomi. I C. Thörn & H. Holgersson (red.), *Gentrifiering* (s. 11-36). Studentlitteratur AB.
- Thörn, C. & Holgersson, H. (2016). “Revisiting the urban frontier through the case of New Kvillebäcken, Gothenburg”. *City* 20(5), 663-684.
<https://doi.org/10.1080/13604813.2016.1224479>
- Trinch, S. & Snajdr, E. (2016), “What the signs say: Gentrification and the disappearance of capitalism without distinction in Brooklyn”. *Journal of Sociolinguistics* 21(1), 64-89.
<https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1111/josl.12212>
- University College London & Glass R. (1964). *London: aspects of change*. MacGibbon & Kee.
- van Maanen, J. (2011). *Tales of the field: on writing ethnography* (2a uppl). University of Chicago Press.
- Valli, C. (2021). “Artistic careers in the cyclicity of art scenes and gentrification: symbolic capital accumulation through space in Bushwick”. *NYC Urban geography* (2021), Advance online publication. <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1080/02723638.2021.1902122>
- Valli, C. & Hammami, F. (2021) “Introducing Business Improvement Districts (BIDs) in Sweden: A social justice appraisal”. *European Urban and Regional Studies* 2021 28(2), 155-172. <https://doi.org/10.1177/0969776420925525>
- Valli, C. & Hammami, F. (2022). ‘Cleaning up’ Heritage in the Post-Industrial City. Making Heritage, Gentrification and Legitimacy in Gamlestaden. I F. Hammami, D. Jewesbury, D. & C. Valli (red.), *Uncool - Heritage, Gentrification and Resistance in the Neoliberal City* (63-81). Berghahn Books.
- Warkander, P. (2019). “‘I make no money. I’m broke’: A study on the organization of work in the contemporary Swedish fashion industry”. *International Journal of Fashion Studies* 6(1). <https://lup.lub.lu.se/record/cda2ec34-1cbe-44dc-90af-52184f9de086>
- Westerström, A. (2013). *Stadens förändrade funktion. En ideologikritisk studie av Göteborgs översiktliga planering mellan 1959 och 2011* [Masteruppsats. Göteborgs universitet]. Göteborgs universitet. <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/34709>
- Wiklund, L. (2013). *Kreativa liv: konstnärligt arbete och kosmopolitisk vardag i Williamsburg, Brooklyn, New York* [Avhandling, Göteborgs universitet]. Makadam förlag.
- Willim, R. (2008). *Industrial cool: om postindustriella fabriker* [Avhandling, Lunds universitet]. Lunds universitet.
- Zukin, S. (1982). *Loft living: culture and capital in urban change*. Rutgers University Press.
- Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Blackwell publishers ltd.

Zukin, S. (2010). *Naked city: the death and life of authentic urban places*. Oxford University Press.

Hemsidor och material

BID Gamlestad (mars 2003). "Intressant historia och spännande framtid" (Nyhetsbrev). BID Gamlestad. Hämtad 2022-08-16.

<https://bidgamlestad.se/2003/03/12/intressant-historia-och-spannande-framtid/>

BID Gamlestad (mars 2005). "Brottskurvan går upp och ner" (Nyhetsbrev). BID Gamlestad. Hämtad 2022-08-14. <https://bidgamlestad.se/2005/03/11/brottskurvan-gar-upp-och-ner/>

BID Gamlestad (juni 2009). "Intervju, Helena Holmberg om stadsdelsutveckling" (Nyhetsbrev). BID Gamlestad. Hämtad 2022-08-30.

<https://bidgamlestad.se/2009/06/16/intervju-helena-holmberg-om-stadsdelsutveckling/>

BID Gamlestad (november 2014). "Slakthusområdet – en central del av Gamlestad" (Nyhetsbrev). BID Gamlestad. Hämtad 2022-08-18.

<https://bidgamlestad.se/2014/11/03/slakthusområdet-en-central-del-av-gamlestad/>

BID Gamlestad (maj 2015). "Gamlestadens Fabriker och Turitzhuset – en blandstad växer fram" (Nyhetsbrev). BID Gamlestad. Hämtad 2022-08-16.

<https://bidgamlestad.se/2015/05/12/gamlestadens-fabriker-och-turitzhuset-en-blandstad-vaxer-fram/>

BID Gamlestad (juni 2018). "På upptäcksfärd i Gamlestadens fabriker" (Nyhetsbrev). BID Gamlestad. Hämtad 2022-08-18, <https://bidgamlestad.se/2018/06/29/pa-upptacksfard-i-gamlestadens-fabriker/>

BID Gamlestad (mars 2020). "Levande gamlestad" (powerpoint-presentation). Hämtad 2022-05-08. (borttagen från hemsida).

BID Gamlestad (juli 2020). "Positivt med ordningsvakter i Gamlestad" (Nyhetsbrev).

BID Gamlestad. Hämtad 2022-08-14. <https://bidgamlestad.se/2020/10/05/example-post-2/>

BID Gamlestad (september 2021). "Upptäck dina lokala butiker och företag på Gamlestadsgalej!" (Nyhetsbrev). Hämtad 2022-02-14. (borttagen från hemsidan).

<https://bidgamlestad.se/hander-i-gamlestad/upptack-dina-lokala-butiker-och-foretag-pa-gamlestadsgalej/>

BID Gamlestad (juni 2021). "Vad krävs för att vända utvecklingen i utsatta stadsdelar?" (Nyhetsbrev). BID Gamlestad. Hämtad 2022-08-14.

<https://bidgamlestad.se/2021/06/03/vad-kravs-for-att-vanda-utvecklingen-i-utsatta-stadsdelar/>

FFG (Fastighetsägare i Gamlestad) (2002). "Ljus i Gamlestad" (rapport). Fastighetsägare i Gamlestad & White Design. Hämtad 2022-02-16. (borttagen från hemsidan).

- FFG (Fastighetsägare i Gamlestad) (2020). "Aktivitetsplan 2020" (Aktivitetsplan). Fastighetsägare i Gamlestad. https://bidgamlestad.se/wp-content/uploads/2021/07/eb31c-bidgamlestad_aktivitetsplan2020.pdf
- FFG (Fastighetsägare i Gamlestad) (2021). "Aktivitetsplan 2021" (Aktivitetsplan). Fastighetsägare i Gamlestad. https://bidgamlestad.se/wp-content/uploads/2021/07/2d80f-fastighetsagare_i_gamlestad_aktivitetsplan2021.pdf
- Higab (u.å.). "Projekt slakthuset" (Hemsida). Higab. Hämtad 2022-08-16 <https://www.higab.se/projekt/projekt-slakthuset/>
- Holmberg, H. (2009). "Trygga, säkra, attraktiva stadsdelar. En utvärdering av lokala partnerskap mellan fastighetsägare" (Slutrapport). Kunskapsproduktion AB. https://bra.se/download/18.760f410713455c50f3780003424/1371914749503/2007_044_9_Utvärdering_av_lokala_partnerskap_Fastighetsägare_i_Gamlestad_Göteborg.pdf
- Integrationsverket (2000). "Vad hände med »Blommanpengarna«?" (Slutrapport). Integrationsverket. <https://mkcentrum.se/wp-content/uploads/2019/05/blommanslut.pdf>
- Platzer (2016). "Gamlestadens Fabriker - Göteborgs Bästa Platzer", del 1 (video). Hämtad 2022-08-18. <https://www.youtube.com/watch?v=BWilGd7Hmgs>
- Platzer (u.å.:a). "Gamlestadens Fabriker. Mycket snack, mycket verkstad" (Hemsida). Hämtad 2022-04-22 (ändrad). <https://www.platzer.se/gamlestadens-fabriker/>
- Platzer (u.å.:b). "Gamlestadens Fabriker. Myllrande framåtanda sedan 1729" (Hemsida). Hämtad 2022-08-14. <https://www.gamlestadensfabriker.se/gamlestadens-fabriker/>
- Platzer (u.å.:c). "Gamlestadens torg - Där uppfinningsrikedomen går i arv" (Hemsida). Hämtad 2021-11-25 <https://www.platzer.se/gamlestad-torg/>
- Slakthuset (u.å.:a). "En historia om kött, hårt slit och kamratskap" (Hemsida). Hämtad 2022-08-16. <https://slakthusetgbg.se/datid/>
- Slakthuset (u.å.:b). "Slakthuset – en mer genuin upplevelse" (Hemsida). Hämtad 2022-08-16. <https://slakthusetgbg.se/>
- Slakthuset (u.å.:c). "En upplevelse för alla sinnen" (Hemsida). Hämtad 2022-08-16. <https://slakthusetgbg.se/nutid/>
- Vetenskapsrådet (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning* (rapport). <https://www.vr.se/analys-rapporter/vara-rapporter/2002-01-08-forskningsetiska-principer-inom-humanistisk-samhällsvetenskaplig-forskning.html>
- Wennerström, A. (december 2021). "Hur löser vi problem tillsammans?" (Nyhetsbrev). BID Gamlestad. Hämtad 2022-08-14. <https://bidgamlestad.se/2021/12/03/hur-loser-vi-problem-tillsammans/>
- Yousuf, E. (9 november 2019). "Slakthuset ska bli nytt hipstermecka i Gamlestan" (Nyhetsartikel). *Göteborgsposten*. <https://www.gp.se/nyheter/göteborg/slakthuset-ska-bli-nytt-hipstermecka-i-gamlestan-1.20158861>

Bilaga A: Informationsblad

Informationsblad till entreprenörer

I denna masteruppsats undersöks omvandlingen av Gamlestaden med särskilt fokus på nyetablerade småföretag och några större företag. Studien har två delar. Dels analyseras planer och visioner från kommunen, fastighetsägarna och BID:en. Dels intervjuas nyetablerade och etablerade entreprenörer. Syftet är att granska vilka företag som uppmuntras att bli en del i omvandlingen, samt hur ni entreprenörer själva ser på er roll i denna process.

Som intervjuperson kommer du att få frågor om varför ditt företag valt att förlägga sin verksamhet i Gamlestaden, hur det är att verka i ett område där så mycket är på gång, samt hur du ser på områdets historia och framtid. Intervjun kommer att spelas in och skrivas ut. Ett stort antal företagare kommer att intervjuas, och både ditt samt ditt företags namn kommer att anonymiseras. Vi är inte intresserade av enskilda verksamheter, utan av den grupp av företag som nu etablerar sig i området och genom sin närvaro förverkligar visionen om ett nytt Gamlestaden.

Uppsatsen skrivs inom ramen för masterprogrammet Kultur och demokrati, och som en del av forskningsprojektet *För vem byggs staden? En studie av målkonflikter, flyttmönster och levnadsvillkor i den förtätade staden* (finansieras av forskningsrådet Formas). Mer information finns på Göteborgs universitets hemsida: <https://www.gu.se/forskning/for-vem-byggs-staden-en-studie-av-malkonflikter-flyttmonster-och-levnadsvillkor-i-den-fortatade-staden>

Informationsblad till tjänsteperson

I denna masteruppsats undersöks omvandlingen av Gamlestaden med särskilt fokus på nyetablerade småföretag och BID Gamlestaden. Studien har två delar. Dels analyseras planer och visioner från kommunen, fastighetsägarna och BID:en. Dels intervjuas nyetablerade och etablerade entreprenörer. Syftet är att granska vilka företag som uppmuntras att bli en del i omvandlingen, och hur BIDen arbetar för att genomdriva sin vision för området.

Som intervjuperson kommer du att få frågor om BID:ens vision, arbetet med företagare i området, hur BID:en arbetar och din bild av områdets historia och framtid. Intervjun kommer att spelas in och skrivas ut. Ditt namn kommer att ändras men insatta kommer kunna lista ut att det är du.

Uppsatsen skrivs inom ramen för masterprogrammet Kultur och demokrati, och som en del av forskningsprojektet

För vem byggs staden? En studie av målkonflikter, flyttmönster och levnadsvillkor i den förtätade staden

(finansieras av forskningsrådet Formas). Mer information finns på Göteborgs universitets hemsida:

<https://www.gu.se/forskning/for-vem-byggs-staden-en-studie-av-malkonflikter-flyttmonster-och-levnadsvillkor-i-den-fortatade-staden>

Informationsblad till coacherna

I denna masteruppsats undersöks omvandlingen av Gamlestaden med särskilt fokus på nyetablerade småföretag och BID Gamlestaden. Studien har två delar. Dels analyseras planer och visioner från kommunen, fastighetsägarna och BID:en. Dels intervjuas nyetablerade och etablerade entreprenörer. Syftet är att granska vilka företag som uppmuntras att bli en del i omvandlingen och hur BIDen arbetar för att genomdriva sin vision för området.

Som intervjuperson kommer du att få frågor om arbetet med att coacha företagare i området, din roll i BID:en och din bild av området. Intervjun kommer att spelas in och skrivas ut. Ditt namn kommer att ändras men insatta läsare kommer kunna förstå att det är du.

Uppsatsen skrivs inom ramen för masterprogrammet Kultur och demokrati, och som en del av forskningsprojektet *För vem byggs staden? En studie av målkonflikter, flyttmönster och levnadsvillkor i den förtätade staden* (finansieras av forskningsrådet Formas). Mer information finns på Göteborgs universitets hemsida: <https://www.gu.se/forskning/for-vem-byggs-staden-en-studie-av-malkonflikter-flyttmonster-och-levnadsvillkor-i-den-fortatade-staden>

Bilaga B: Intervjuguider

Intervjuguide entreprenörer

Fråga om samtycke av inspelning

Förklaring av projektet och anonymisering

Gå igenom info-brevet

Om intervjupersonen och verksamheten

Berätta lite om dig själv!

Hur skulle du beskriva din verksamhet?

När startade den?

Vilken är er målgrupp?

Hur gör ni för att locka dem till er?

Är det de som kommer hit?

Har ni fått oväntade besökare?

Hur många anställda har ni?

Vilka är det som jobbar hos er?

Har verksamheten förändrats från att den startade? / Är det annorlunda att driva verksamheten nu kontra då?

Hur kommer det sig?

Hur har du tänkt med din skyltning och fönster?

Vad fanns i lokalen innan verksamheten flyttade in?

Att verka i Gamlestaden under omvandling

Vad var din relation till Gamlestaden innan du öppnade verksamheten här?

Vilken relation har du till området idag – som företagare och privatperson?

Har området förändrats under tiden du haft din verksamhet här?

Vilka nätverk ingår du i här? (t ex facebook-grupper, bid osv)

Samarbetar du med andra verksamheter?

Hur kom det sig att ni valde att öppna här/flytta hit?

Vad såg ni för möjligheter och risker?

Hur har det gått att öppna här?

Hur har bemötandet varit?

Funderade du på andra områden?

Vad avgjorde valet?

Vad finns det för för- och nackdelar med att ha verksamheten i ett område där så mycket är på gång?

Vilken betydelse har det för er att många andra nya verksamheter etablerar sig här?

Känner du att verksamheten har blivit en del av lokalsamhället?

Privat-offentliga samarbeten kring stadsutveckling

Upplever du att ditt företag är en del av den pågående omvandlingen?

På vilket sätt?

Vad har du för fastighetsägare?

Hur har kontakten med fastighetsägaren varit?

Har de hjälpt dig i marknadsföring / etablering?

Har det funnits krav från deras sida?

Har du haft kontakt med BIDen?

Hur har den varit?

Har du fått deras checklista för skyltning?

Har du fått coachning?

Har du haft kontakt med Göteborg stad eller Göteborg och co.?

Hur har den varit?

Har du tagit del av information om omvandlingen i området? Hurdå? Från vem?

Har din verksamhet använts i någon marknadsföring för området?

Vilken och hur gick det till?

Har du några tankar om vilken roll företag som ditt har i omvandlingen av Gamlestaden?

I forskningsprojektet som den här uppsatsen skrivs inom undersöker vi om omvandlingen av Gamlestaden leder till gentrifiering, vad har du för tankar om det?

Vad är din förståelse av gentrifiering?

Innebär gentrifieringen till några dilemman för dig som entreprenör?

Hur tror du Gamlestaden kommer att se ut om tio år?

Om du får drömma, hur skulle du vilja att det såg ut?

Avslut

Har du några andra tankar om det vi talat om eller tips till mig?

Intervjuguide tjänsteperson

Fråga om samtycke av inspelning

Förklaring av projektet och anonymisering

Gå igenom info-brevet

Om intervjupersonen

Vad är din arbetsroll i Göteborg stad?

Vad är din roll i BID Gamlestaden?

Om Gamlestaden

Vilken relation har du till Gamlestaden idag – som tjänsteperson, BID-samordnare och privatperson?

Har Gamlestaden förändrats under de år som du arbetat med stadsutveckling i området?

Hur vill du, om du får drömma, att Gamlestaden ska se ut om 10 år?

Är det en realistisk vision?

Vad är din drivkraft i arbetet i Gamlestaden?

Om BID Gamlestaden

Hur gick det till när Fastighetsägare i Gamlestaden bildades? När kom du in i processen?

Varför bildade ni BIDen, och hur gick den processen till?

Upplever du att BIDens fokusområden eller arbete har förändrats något över åren?

Skulle du säga att vissa aktörer är mer drivande i BIDen än andra?

Vilka i så fall?

Finns det fastighetsägare som inte är med i BIDen? Varför har de, i så fall, valt att stå utanför?

Hur påverkar det BIDen?

Vilka är det som bjuds in, och kommer till, BIDens möten?

Hur kom det sig att ni bytte skylt och logga?

Om BIDens arbete med verksamheter

Jag har märkt att BID Gamlestaden arbetar mycket med affärsverksamheter i området, hur ser det arbetet ut och hur det kom sig att ni började med det?

Vilken kontakt har du personligen med företagare i området? Vad är syftet?

Kan du berätta lite om Gamlestadslyftet? Hur initierades projektet? Hur har det gått?

Varför är skyltning viktigt för BIDen?

Vilka slags verksamheter vill ni locka till området? Hur arbetar ni för att få hit dessa företag?

Vilken betydelse har dessa verksamheter i er vision för Gamlestaden?

Använder ni er av de nya verksamheterna i marknadsföringen av området? Hur i så fall?

Gentrifiering

Det har ibland riktats kritik mot BIDens arbete eftersom det skulle kunna leda till gentrifiering av området – alltså att höjda hyror och ombildningar gör det svårt för invånare med låga inkomster att bo kvar – och verksamheter med begränsad omsättning att stanna. Vad tänker du om det? Hur bemöter du sådan kritik?

Ser du någon konflikt mellan din roll som kommunal tjänsteperson och din roll i BIDen?

Avslut

Har du några andra tankar eller frågor?

Intervjuguide coacherna

Fråga om samtycke av inspelning

Förklaring av projektet och anonymisering

Gå igenom info-brevet

Om intervjupersonerna

Vad är ert uppdrag för BIDen? Hade ni varit i kontakt med BIDen innan er anställning?

När började ert uppdrag för BIDen och hur såg processen ut? Var verksamma i området alls en del i initiativet?

Om Gamlestaden

Vilken relation har ni till Gamlestaden?

Har Gamlestaden förändrats under de år som ni arbetat i området?

Hur vill ni, om ni får drömma, att Gamlestaden ska se ut om 10 år?

Är det en realistisk vision?

Coacharbetet

Varför behövs det coacher i Gamlestaden? Vad är målet?

Vad har ni arbetat med och åstadkommit i er coachning?

Har ni upplevt några svårigheter eller motstånd?

Vilka verksamheter har ni arbetat med? Varför då?

Hur ser det ut när ni ska börja coacha någon?

Har verksamma hört av sig spontant till er / vetat om att ni finns?

Är ni anställda av Fastighetsägare i Gamlestaden eller BIDen?

Lyfta / skyltning

Varför utformades Gamlestadslyftet? Utgår ni från det?

Jag pratade med tjänstepersonen och hon pratade om att det var något arbete med tillsyn som var i samarbete med olika kommunala myndigheter, vad var det?

Varför är det viktigt med skyltning för BIDen?

Jag såg att det hade arbetats fram guidelines på olika språk innan ni blev anlitate som coacher, vem gjorde dem, vad handlade de om och vilka språk var de på?

Utgår ni fortfarande från dem?

Nya

Vilka slags verksamheter vill ni locka till området? Hur arbetar ni för att få hit dessa företag?

Vilken betydelse har de nya verksamheterna för Gamlestaden?

Flytta / avlägsna

Jag tänker på det här nya, lyfta, flytta, avlägsna – hur vet ni vilka verksamheter som borde avlägsnas eller flytta, och vilka ni vill lyfta?

Har ni flyttat eller avlägsnat några verksamheter?

Galejet

Ert arbete med Gamlestadens Galej, när och hur blev ni engagerade i det?

Vad är tanken med galejet? Varför är det viktigt?

Gentrifiering

Det har ibland riktats kritik mot BIDens arbete eftersom det skulle kunna leda till gentrifiering av området – alltså att höjda hyror och ombildningar gör det svårt för invånare med låga inkomster att bo kvar – och verksamheter med begränsad omsättning att stanna. Vad tänker ni om det? Hur bemöter ni sådan kritik?

Några av de jag har pratat med är oroliga över att de inte kommer klara av en prishöjning av hyran, eller har redan svårt att få det att gå runt, är det något ni också hjälper till med?

Avslut

Har ni några andra tankar eller frågor?