

Helhetssyn på stadsutveckling och samarbete kommun-näringsliv präglar det framgångsrika förändringsarbete som genomförs i Birmingham.

- Samhällsbyggnad och stadsutveckling

De viktigaste kommunala verksamheterna är inte längre vård, skola och omsorg, sa Jan Stuesson, Öhrlings Pricewaterhouse Coopers, under ett seminarium på Business Arena. Viktigast är att skapa upplevelse och attraktion. För nu måste städerna konkurrera, och det på global nivå.

Måste skapa symboler

– Då måste det som byggs sticka ut, gestaltningen är central. Det gäller att hitta något som kan fungera som symbol för staden. Lyckade exempel är Turning torso, Öresundsbron samt det som nu byggs i Dubai – världens högsta byggnad och ett undervattenshotell, säger Jan Stuesson.

Anders Svensson, VD för White arkitekter, kompletterade med att vi går en spännande tid till mötes i och med att politisk strategi och arkitektur och stadsplanering börjar smälta ihop till stadsutveckling. Ett exempel på detta – och en riktig framgångsberättelse – gav Mike Taylor, City Centre Co-Manager från Birmingham City Council.

Han redogjorde för det genomgripande förändringsarbete som pågår i Birminghams stadskärna. Här samarbetar kommunen och näringslivet mycket nära. Man driver delprojekt i så kallade partnerships av typerna offentligt-offentligt, offentligt-privat och privat-offentligt. För närvarande pågår 6-7 offentligt-privata partnerships-projekt.

Kris gav upphov till vinnande strategi

Bakgrunden är den kris Birmingham genomgick under 1970- och 80-talen. Staden, som har kring en miljon invånare, hade varit en traditionell industristad som ibland kallades "City of 1 000 trades". Krisen innebar att 200 000 industrijobb förlorades. Vilket blev startpunkten för ett väl genomfört strategiarbete och den förvandling som Birmingham sedan dess genomgått. Och som fortsätter.

När man började strategiarbetet 1982 var staden bildominerad och zonerad enligt amerikansk planeringsmodell från 1950- och 60-talen. Stadskärnan var begränsad och inte

särskilt människovänlig – "omringad av en stadsmotorväg nästan som av en medeltida mur". Och när kontoren stängde till kvällen tömdes city på människor.

I den nya strategin satsade man på att:

- Bygga upp stadens varumärke
- Bryta "betongördeln"
- Låta centrum expandera fysiskt
- Ge fotgängare prioritet
- Blanda olika verksamheter och boende för att få en dygnet-runt-stad
- Skapa en vänligare och vackrare miljö
- Locka "affärsturister"
- Se till att ha ett gott och aktivt ledarskap för stadsförnyelseprojekten, både på kommunens och näringslivets sida

Näringslivet implementerar

De inledande projekten finansierade kommunen, berättar Mike Taylor. Han tror att man måste göra så för att locka näringslivet

FORTS SID 24



Mike Taylor förklarar varför Birmingham lyckades.



Mycket på gång under Business Arena.

att sedan satsa, när de ser att planerna också ger ekonomisk utdelning för deras del. Nu har man arbetat mycket med kommunikationerna, med biltrafiken, med att skapa gågator samt att förbättra miljön på gator och torg. Man har även arbetat med att bygga ut tunnelbana och ny järnvägsstation. Näringslivet varit med om finansieringen av de projekten, åtgärderna har ju direkt avspeglat sig i stigande fastighetsvärden. Och för att kunna genomföra förändringarna på effektivast möjliga sätt har Birminghams stad både köpt och sålt mark.

Man har också eftersträvat byggnader som sticker ut, som man inte kan undgå att lägga märke till och som kan bidra till att bygga upp Birminghams image. Exempel är ett stort konserthus med plats för 2 200 personer samt ytterligare ett antal hallar så att man kan husera stora konferenser. Allt i avsikt att sätta Birmingham på kartan, inte för att skapa intäkter, betonar Mike Taylor. Man har också skapat en ny stadspark och det har varit ett offentligt-privat partnership liksom när man arbetat intensivt med utvecklingen av olika områden. I området utefter kanalen har en rad restauranger och



Koncentrerad samhällsbyggnadspublik.

barer kommit till, i andra områden också bostäder och nya butiker. Bland annat har varuhuset Selfridges byggt nytt som verkligen sticker ut – och säljer Birmingham.

– Nu är det näringslivet som implementerar stadens strategi, konstaterar Mike Taylor nöjt.

Viktigt är att det finns eldsjälarna bland politikerna, fastslår Mike Taylor. I Birmingham fanns några nyckelpolitiker som reste mycket, kom hem med idéer och arbetade med

visionerna. Nu har Birmingham blivit ett föredöme i Storbritannien och enligt Mike Taylor tar i stor sett varje stad efter mönstret. Men varje stad är unik, poängterar han, och måste hitta sina egna speciella tillgångar och fördelar att bygga vidare på.

TEXT ELISABETH SEDIG FASTIGHETSNYTT

I ett års tid har vi gjort det lättare för
arbets sökande och arbetsgivare i
fastighetsbranschen att hitta varandra!

Välkommen till oss du också!
www.fastighetsjobb.se

