

Helsingborgs stad säger en sak – och gör det motsatta

Den 14 mars lyftes Folke Zettervalls ångfärjestation upp och till tonerna av The Doors Break on through (to the other side) rullades den 75 meter söderut. Här skall den snart 120 år gamla träbyggnaden nu förvandlas till en "attraktiv och pulserande mötesplats för helsingborgare, näringsliv och besökare". Flytten utgör en del i Helsingborgs pågående förvandling från järnväg och hamnstad till regional mötesplats. Precis som alla andra städer i Sverige försöker Helsingborg tävla om att dra till sig företag och framtidens välutbildade arbetskraft. Om inte staden anstränger sig för att locka dessa, genom satsningar på stadsliv, förtätning och kultur kanske de istället väljer Malmö, Göteborg eller Köpenhamn. Kvar blir en allt äldre befolkning som skall försörjas av allt färre, en utveckling liknande den mellan stad och landsbygd som skett i Sverige de senaste hundra åren. I städernas kamp om framtidens skattebetalare gäller det att satsa proaktivt, vad är platsens potential, hur kan vi utveckla den och hur kommunicerar vi detta till omvärlden? Ett grundläggande problem man blir medveten om när man läser översiktsplaner för Sveriges kommuner är att alla verkar ha gjort samma omvärldsanalys och i praktiken föreslår samma lösningar. För några år sedan var trenden multiarenor, ingen stad värd namnet om man inte kunde erbjuda sina medborgare rock of the 80's, livsstilsdagar och världsmästerskap i drillstav. I alla städer förankras stadens utveckling genom medborgardialoger, workshops och fokusgrupper. Hur kommer det då sig att medborgare i stort sätt alla Sveriges kommuner brinner så för arenabyggen, konferensanläggningar och kongresser? För inte kan det väl vara så att evenemangsindustrins effektiva lobbying mot Sveriges kommuner ligger bakom att det nu växer upp hotell och kongresscentrum som svampar ur jorden? I Helsingborg satsar man stort och staden upplåter sitt kanske finaste rum till ett i raden av dessa hotell och kongresscentrum. – Våldigt bra för destinationen, som turism- och destinationsutvecklingschefen på Helsingborgs stad uttrycker det.

Stadsplanering och arkitektur är nära kopplat till tidsandan, det är ofta genom platser och byggnader som vi ges möjlighet att förstå andra kulturer och andra tidsperioder. Det vi bygger säger helt enkelt något om vår kultur och vår syn på oss själva. Vad vi uppfattar som viktigt och vad vi försöker gömma undan. Sverige genomgår sedan trettio år tillbaka ett paradigmskifte, där makten har förskjutits från politik till ekonomi. I en tid präglad av globalisering har nationalstaten alltmer spelat ut sin roll som bärare av såväl ekonomi som identitet för att istället ersättas multinationella företag och städer. Under folkhemmet, och rekordåren efter andra världskriget, förvandlades Sverige från fattigt jordbruksland till modern industrination. Ett av de viktigaste medlen för denna förändring var just stadsplanering och arkitektur. Sverige gick från att ha Europas lägsta boendestandard till världens högsta inom loppet av några decennier. Städer stöptes om och byggdes ut för att klara industrins och företagens behov av tillgänglig arbetskraft. Tilltron till byggnads- och ingenjörskonst var stor, ombyggda centrum och nya stadsdelar utformades med det uttalade målet att producera demokratiska invånare. Målet var det jämlika, rättvisa och klasslösa samhället. Bostaden sågs som en social rättighet och bostadspolitikerna ett medel för att motverka marknadsekonomins negativa

inflytande på samhället. Sverige var på många sätt efterkrigstidens mest progressiva land och det humanistiskt präglade stads- och bostadsbyggandet en internationell förebild. Allt tog en ända i miljonprogrammet, på den tiden världens största bostadsprojekt. Den individualistiska tidsåldern stod för dörren, Socialdemokratin förlorade mark till Thatcher och Reagan. I Sverige försökte arkitekter och politiker snabbt distansera sig från funktionalismens kollektivistiska samhällssyn. Om modernismen i mycket handlade om att förskjuta den traditionella staden, återvände denna nu med full kraft. Det urbana blev norm och liktydigt med tillväxt och framgång. Med den revanschistiska urbaniteten följde också trettio år av avregleringar, där marknadsekonomin har kommit att få en allt mer styrande roll i samhällsbyggandet.

Det är med det här som bakgrund vi kan förstå stadsförnyelseprojekt som H+ och de marknadsföringskampanjer som Helsingborgs stad har lanserat för att skapa intresse för projektet. Utbyggnaden av Oceanhamnen är inte bara stadens största stadsbyggnadsprojekt, utan enligt Peter Danielsson (M), också en "... väldigt viktig del i hur vi tror vi konkurrera om människor, företag och investeringar till vår stad i framtiden." Projekt av den här storleken tar lång tid och det är därför intressant att följa hur retoriken kring arbetet förändras över tid. I projektets linda var stadsförnyelsearbetet Söder i Förändring viktigt. Med början i årsskiftet 2000/01 startade en medborgardialog med uttalade mål att genom förändringar i den fysiska miljön skapa ett mer integrerat Helsingborg, bättre folkhälsa, ökad sysselsättning och tryggare miljöer. H+ skulle kännetecknas av mångfald, utformad efter människan och med stadsdelar planerade efter sociala, ekonomiska och miljömässiga dimensioner. Under samma tid som diskussionen och planeringen av hamnutbyggnaden pågått har inte bara Helsingborg vuxit kraftigt i befolkning, utan en redan hårt segregerad stad har blivit än mer polariserad. Lönenivåerna har exploderat i redan rika områden, samtidigt som nästan vart femte barn i kommunen lever under Rädda barnens fattigdomsindex. Sådana här paradoxer, mellan vad man säger sig vilja åstadkomma och vad som faktiskt sker, är inte exklusivt för Helsingborg utan snarare typiskt för vår tid. För arkitekter och planerare markerar denna typ av stadsförnyelseprojekt en kraftig tillbakagång i inflytande över våra fysiska miljöer. För även om det finns ett överflöd av kreativa infall och upptåg i H+, är det i slutändan en arkitektur som underkastar sig marknadsföringens och varumärkesbyggandets logik. Att vara framgångsrik är vår tids ideologi. Hur kan vi annars förklara avsaknaden av arkitekter och planerare villiga att engagera sig i offentliga diskussioner om storskaliga och samhällsförändrande stadsbyggnadsprojekt? Kanske det är viktigare att projektera attraktiva och pulserande mötesplatser än att diskutera rättvisa, demokrati och arkitektur?

Publicerad Helsingborgs Dagblad 10 juli 2016

Tor Lindstrand 2016 06 28