



EXAMENSARBETE INOM URBANA OCH REGIONALA STUDIER, AVANCERAD
NIVÅ
STOCKHOLM 2015

Mer Kalmarsund

Att bygga en regional identitet

SOFIA SJÖLUND HENRIKSSON

SoM EX 2015-17

KUNGLIGA TEKNISKA HÖGSKOLAN
SKOLAN FÖR ARKITEKTUR OCH SAMHÄLLSBYGGNAD
Institutionen för Samhällsplanering och miljö
Avdelningen för Urbana och regionala studier

Förord

Jag vill rikta ett stort tack till Charlotta Fredriksson och Malin Bosaeus på WSP för era konstruktiva kommentarer som har stöttat mig under hela studieprocessen. Jag är även tacksam till WSP Stadsutveckling och Regionförbundet i Kalmar län för möjligheten att arbeta utifrån era kontor. Sist men inte minst så tackar jag DAR-piloten Mer Kalmarsund för ert deltagande i studien.

Att kalla det här området för Kalmarsund är ganska nytt. När någon frågar var jag bor så svarar jag Oskarshamn. Får man då ett frågetecken tillbaka då säger jag att det ligger i Småland, på östkusten, Ölands norra spets och rakt in. Eller så svarar man att det ligger mellan Kalmar och Västervik, men då kanske folk inte heller förstår (Kommunal tjänsteman, Oskarshamn)

Abstract

There is a belief today among regional actors that a strong attachment and image can help strengthen the region and support its competitiveness. The purpose of this thesis is to contribute to the understanding of how and why organisations and its employees choose to work with regional identity in a planning context. The study examines the attitudes that exist within a current regional development project that has produced a vision that partly focuses on building a new regional identity for a particular area. To study this a case study was conducted using qualitative interviews, document analysis and participant observations to gather data. The results show that regional identity is foremost used as a resource for achieving other objectives, in particular to strengthen the area in the competition against other regions. This study suggests that the step from vision to reality is made through continuing regional collaboration, connecting the area through effective transport solutions and external marketing. The focus in the project has primarily been on establishing the vision among the internal planers and politicians in the geographical area.

KEYWORDS: Regional development, regional growth, new regionalism, collaboration, infrastructure

Sammanfattning

Det finns i dag en tilltro hos regionala aktörer att en stark regional tillhörighet och image kan bidra till att sätta regionen på kartan, skapa starkare sammanhållning inom området och på så vis även stötta regionens konkurrenskraft. Det övergripande syftet med denna studie är att öka förståelsen för hur och varför man som organisation och tjänsteman väljer att arbeta med regional identitet i ett planeringssammanhang. Studien undersöker de attityder som finns inom ett regionalt utvecklingsprojekt som innehar en utarbetad målbild med ett fokus på uppbyggandet av en ny region. För att studera detta görs en fallstudie där det empiriska materialet baseras på kvalitativa intervjuer, dokumentanalys och deltagande observationer. Resultaten visar att regional identitet används som en resurs för att uppnå andra mål i regionarbetet, främst att stärka området i konkurrensen mot andra regioner. Att gå från vision till verklighet tros kunna göras genom fortsatt samverkan, bygga ihop området med effektiva transportlösningar och extern marknadsföring. Arbetet inom projektet har inneburit en aktiv urvalsprocess där den regionala bilden tillgivits symbolisk värde och ett specifikt innehåll. Fokus har dock främst legat på den interna förankringen bland det geografiska områdets tjänstemän och politiker.

NYCKELORD: Regional utveckling, regional tillväxt, nyregionalism, samverkan, infrastruktur

Innehållsförteckning

1. INTRODUKTION	7
1.1 BAKGRUND	8
1.2 SYFTE	9
1.3 DISPOSITION	9
1.4 FALLSTUDIEOMRÅDE: KALMARSUND	10
2. METOD	13
2.1 FALLSTUDIE	13
2.2 INSAMLING AV INFORMATION	13
2.3 TROVÄRDIGHET OCH REFLEXIVITET	15
3. TEORI	16
3.1 ATT STUDERA EN REGION	16
3.2 REGIONAL IDENTITET	19
4. LÄNETS UTMANINGAR	23
4.1 ATTRAHERA KOMPETENS OCH UTVECKLINGSMEDEL	23
4.2 ANPASSA SIG TILL NYA FÖRHÅLLANDEN	25
4.3 BRYTA SIG UR DEN ADMINISTRATIVA TVÅNGSTRÖJAN	26
5. ATT SKAPA MER KALMARSUND	28
5.1 VARFÖR ARBETA MED REGIONAL IDENTITET?	28
5.2 BYGGA UPP ETT BEGREPP	31
5.3 VAD INGÅR I REGIONEN KALMARSUND?	33
5.4 KOMMUNICERA UT OCH FÖRANKRA REGIONEN KALMARSUND	35
5.5 FRÅN VISION TILL VERKLIGHET	37
6. ANALYS	39
6.1 ARBETA MED REGIONAL IDENTITET	39
6.2 UNDERLIGGANDE OCH DIREKTA MOTIV	40
6.3 HUR KAN MÅLBILDEN REALISERAS?	42
6.4 DET MENINGSFULLA INNEHÅLLET	43
6.5 INTERN FÖRANKRING	44
7. SLUTDISKUSSION OCH AVSLUTANDE REFLEKTIONER	45
7.1 DISKUSSION KRING MOTIV	45
7.2 SAMVERKAN, INFRASTRUKTUR OCH MARKNADSFÖRING	46
7.3 TANKAR KRING ARBETET MED IDENTITET	46
7.4 AVSLUTANDE REFLEKTIONER	47
8. REFERENSER	48

APPENDIX I

APPENDIX II

1. Introduktion

Den svenska regionen är i förändring. En nivå som historiskt sätt inte utmärkt sig inom svensk planeringspraktik fylls nu alltmer med ny relevans. Att den regionala nivån växer i betydelse kan kopplas till att den svenska befolkningen har blivit allt mer mobil i sitt sätt att leva. Tack vare förbättrade kommunikationer och kortare restider kan människor pendla allt längre i sitt dagliga vardagsliv. Detta ses som en naturlig förklaring till framväxten av större arbetsmarknadsregioner. Sverige gick mellan 1970-2006 från 187 lokala arbetsmarknader till 79 arbetsmarknadsområden (Statistiska centralbyrån, 2010) och utvecklingen mot ytterligare regionförstoring spås fortsätta. Dåvarande Nutek bedömde att antalet kommer reduceras ner till 54 stycken år 2030 (Nutek, 2006). Större arbetsmarknadsregioner är idag även en tillväxtfråga för landets regioner. Tillgången till en större geografi leder till mindre sårbarhet på arbetsmarknaden, samt fler valmöjligheter för regionens invånare. Denna vetskap har lett till att regionala aktörer i många fall aktivt utarbetat strategier för att koppla samman orter och öka pendlingen däremellan.

Vid sidan av framväxten av förstörade arbetsmarknader och pendlingen därinom så kan uppgången av den regionala nivån i Sverige även härledas till landets ingång i den europeiska unionen under 90-talet. Den dominerande regiondiskursen i Europa har under de senaste tre decennierna varit den så kallade nyregionalismen. Denna idériktning har som sin främsta tes att regionalpolitiken bör arbeta för att skapa gynnsamma förutsättningar för tillväxt och ekonomisk utveckling, samt främja regioners konkurrenskraft på den nationella och internationella arenan (Fernandez, 2000). Utveckling att se regioner som konkurrenter och bärare av sin egen tillväxt, har i mångt och mycket följts inom den svenska regionalpolitiken. Huvudmålet har här gått från regional omfördelning från starka till svagare områden i landet till ett fokus på tillväxt i landets alla delar. Nu är det i större grad regioner själva som ska stärka sin utveckling genom att framhäva sin egen potential i konkurrensen om inflyttare, investeringar och turister. I denna nya syn ligger fokus inte längre uteslutande på lokalisering fördelar som råvaror och andra geografiskt bundna produktionsfaktorer, utan snarare har dessa fått ge vika för de mjuka utvecklingsfaktorernas betydelse. Nu ses immateriella faktorer, som starkt humankapital, image och samverkan, som bidragande och ofta avgörande till att vissa regioner utvecklar en robustare ekonomi än andra. Många forskare menar att det finns en tilltro hos regionala aktörer att en stark regional identitet och image kan bidra till att sätta regionen på karta, skapa starkare sammanhållning i området och på så vis stötta regionens konkurrenskraft (se bland annat Syssner, 2008; Grundel, 2014). Vad som är påtaglig är att regional identitet har blivit ett populärt begrepp inom forskning, planering och regionalpolitiken.

Ett rådande synsätt inom regionstudier idag är att se både regioner och regional identitet som en social konstruktion som skapas och formas genom rådande diskurser och överenskommelser olika aktörer och institutioner emellan. Genom denna syn så kan regionen ses som i ständig förhandling mellan aktörer i olika maktordningar, och i ständig tillblivelse där det geografiska rummet fylls med symbolisk mening (Paasi, 2002). Utifrån det perspektivet så blir aktörerna ett centralt studieobjekt eftersom det är där mening och överenskommelser delvis skapas. Dock så blir det även viktigt att kritiskt granska hur och varför regional identitet används i planeringssammanhang för att förstå de underliggande motiven till att det satts på agendan.

1.1 Bakgrund

Mer Kalmarsund är ett samverkansprojekt i Kalmar län som leds av länets regionförbund inom ramarna för det nationella utvecklingsprojektet Den attraktiva regionen (DAR). DAR initierades av Trafikverket under 2013 och ska, under en treårs period, arbeta för att höja kunskapen om förutsättningarna för regional utveckling i områden utanför landets storstäder. Arbetet ska leda till bättre förståelse för hur rumslig struktur, infrastruktur och effektiva transportsystem samspelar och kan bidra till att utveckla attraktiva regioner. Stort fokus ligger även på att bygga plattform för sektors- och nivåöverskridande samverkansformer och att utveckla metoder som kan användas i det regionala arbetet. Det nationella projektet, som leds av Trafikverket tillsammans med Boverket, SKL, de regionala projektägarna, och med WSP som processtöd, drivs genom sex stycken pilotprojekt runt om i landet. Piloterna arbetar kring ett redan etablerat eller planerat transportsystem och tittar på hur dess samspel med den rumsliga strukturen kan 'bidra till regional utveckling, miljöeffektiv rörlighet och social hållbarhet' (Trafikverket, 2014). De sex piloterna drivs av Regionförbundet i Kalmar län, Region Skåne, Region Kronoberg, Region Östergötland, Länsstyrelsen i Västmanlands län och Region Gävleborg i respektive pilotprojekt.

Regionförbundet i Kalmar län driver projektet Mer Kalmarsund. Bakgrunden till piloten Mer Kalmarsund kan kopplas till arbetet som gjorts på översiktlig nivå i länet där Regionförbundet och de medverkande kommunerna slagit fast behovet av att samarbeta över kommungränserna för att uppnå en gemensam funktionell region för arbete och boende. Projektets främsta fokus är att arbeta för en etablering av ett effektivt transportsystem mellan orterna Kalmar och Oskarshamn. Piloten består utav en styr- och arbetsgrupp (vilka presenteras mer utförligt i nästa kapitel) som tillsammans har arbetat fram en målbild för 2025 som konkretiserats i fem punkter. Vid sidan av satsningar på samarbetsformer och implementering av ny infrastruktur så har man lyft behovet av att arbeta för en gemensam identitet inom Kalmarsundsområdet (se figur 1).

Mer Kalmarsund – en gemensam livsmiljö

- Gemensam plattform för utveckling
- Linneuniversitetet och Äspölaboratoriet
- "Kalmarsundare"
 - Gemensam identitet, en arbetsmarknad
 - Som invånare ser man sig inte längre som hemmahörande i en kommun utan som verksam i en större geografi utmed Kalmarsund
- Superbussen
- Storstadsnära

Figur 1: Pilotprojektet Mer Kalmarsund målbild för 2025

1.2 Syfte

Målet med denna studie är att undersöka och följa hur regional identitet byggs upp från ett institutionellt håll. Studien ska bringa viss förståelse för hur ett sådant projekt kan te sig genom att undersöka ett specifikt fall och sedan relatera detta till rådande teorier inom regional identitet och regionstudier. Studien kommer att kritiskt granska hur man arbetat med konceptet inom DAR-piloten Mer Kalmarsund och i andra planeringssammanhang, samt studera de underliggande motiven och attityder från aktörer som medverkar i piloten, och hos andra tjänstemän som arbetar med Kalmarsundregionen. Ett fokusområde kommer att vara på hur man i projektet anser att man kan gå ifrån vision till verklighet i arbetet med att bygga upp en regional identitet. Förhoppningen med denna studie är att den ska bidra till ökad förståelse för hur man arbetar med identitetsfrågan på regional nivå. Uppsatsen kommer att vägledas av de följande tre frågeställningarna:

- *Vilka motiv ligger till grund för att arbeta med regional identitet?*
- *Hur kan arbetet med regional identitet realiseras och bli verklighet?*
- *Hur har projektgrupperna och andra aktörer arbetat med regional identitet och begreppet Kalmarsund?*

Med projektgrupperna menas i detta sammanhang pilotprojektets styr- och arbetsgrupp (se 1.4.3 för en mer utförlig förklaring om gruppernas uppbyggnad).

1.3 Disposition

Uppsatsen är indelad i åtta kapitel. Efter detta inledande kapitel som beskrivit studiens grundläggande inriktning och bakgrund till fallstudieområdet så kommer kapitel två att

redogöra för de metodologiska ansatser som gjorts, de konkreta metoder som använts och hur studieprocessen fortlöpt. I det tredje kapitlet så kommer en genomgång av uppsatsens teoretiska utgångspunkter. Kapitel fyra och fem presenterar det empiriska materialet som denna studie grundar sig på. Den avslutande delen kommer presentera en analys, slutdiskussion samt avslutande reflektioner och tankar inför framtida forskning. Detta följs med en referenslista och appendix med intervju-schema och en anonymiserad lista över de intervjuade tjänstemännen.

1.4 Fallstudieområde: Kalmarsund

Denna del kommer att presentera information om det fall som använts i detta arbete. Inledningsvis ges en kort introduktion till Kalmar län följt av en genomgång av de planeringsdokument som studerats och varit av relevans för denna studie. Därefter presenteras DAR-piloten Mer Kalmarsund i mer detalj.

1.4.1 Kalmar län

Beläget vid Sveriges sydöstra kust, området vid Kalmar län var en gång i tiden rikets södra ingång tack vare sitt strategiska läge vid Östersjön och den dåvarande danska gränsen. Den medeltida residenstaden Kalmar har kallats "Sveriges nyckel" med referenser till stadens viktiga hamn- och handelscentrum. Idag har läget sedan länge förändrats, både Sveriges och Europas gränser har ritats om ett flertal gånger och det strategiska läget som landets södra inkörspport har sedan länge förflyttats till den västra sidan. De senaste decennierna har länet dragits med något mindre smickrande termer. Att Kalmar län är "landets baksida" och "skuggsida" är inte ovanliga benämningar, något som ofta uttryckts från länets egna befolkning. Kommunalrådet i Vimmerby uttryckte i media under 2014 att det finns en känsla i länet att regeringens satsningar enbart hamnar på den västra sidan av södra Sverige medan östkusten glöms bort (Karlsson, 2014). Vad som står klart är att länet inte fått samma utvecklingskraft som andra delar av landet. Studier pekar på de strukturella problemen som finns i länet som anledning: stort och glesbefolkat med en näringsprofil som kännetecknas av en hög andel sysselsatta inom tillverkningsindustrin och inom areella näringar (Eurofutures, 1994, i Ålind och Tallhage Lönn, 2014).

Kalmar län har haft en lång trend av negativ befolkningsutveckling och en demografisk struktur som visar på landets äldsta befolkning. Den högsta befolkningsnivån som hittills uppmätts är från 1880 då runt 245,000 personer bodde i länet. Idag ligger befolkningsmängden på 233,000 (Regionfakta, 2011). Det råder en stor obalans kommunerna emellan då enbart Kalmar och Mörbylånga ökat sin befolkning under de senaste 25 åren (Mönsterås ligger still runt 0,4%) medan övriga omkringliggande kommuner har minskat. Högsby och Hultsfred förlorade runt en femtedel av sin befolkning under denna 25 års period. Bland de som flyttar dominerar de unga, arbetsföra och välutbildade. Drygt 24,2% av länets befolkning är 65 år eller äldre medan motsvarande siffra för riket är 19,6% (Regionfakta,

2011). Enligt arbetsförmedlingens prognoser kommer antalet arbetsföra i länet minska med över 9% fram till år 2025. Samma statistik för riket visar en ökning på 0,9% (Arbetsförmedlingen, 2010). En stor utmaning framöver kommer således vara att tillgodose näringslivets kompetensbehov.

Vid sidan av en negativ befolkningsutveckling och åldrande befolkning så lyfts även länets splittring som ett bestående problem. Länet skapades genom regeringsformen 1634 men ses historiskt sett inte hoplänkat av några andra band än den gemensamma administrationen. Snarare kommenteras ofta en splittring mellan områdets södra och norra del, med Kalmar respektive Västervik som huvudorter. Denna splittring bidrog till en indelning i två landsting fram till 1970-talet. Större delen av länet hör till Smålands landskap men innehåller även mindre identitetsområden som Öland, som även är sitt eget landskap.

1.4.2 Relevanta planeringsdokument

Från att regionförbundet i Kalmar län bildades 1997 så har det arbetat för den regionala utvecklingen av länet. Ett av organisationens första utvecklingsprogram¹ som kom ut 1999 slår fast att den traditionella uppfattningen av länet som 'något av landets baksida' aktivt måste motarbetas för att vända områdets negativa självbild (Regionförbundet i Kalmar län, 1999: 16). I den senaste regionala utvecklingsstrategin från 2012² lyfts behovet av att arbeta för förstörade arbetsmarknader för att kunna nå en bättre matchning på arbetsmarknaden, kunna erbjuda invånarna ett större utbud och på så sätt bli en mer attraktiv och mindre sårbar region. Länet är idag uppdelat i fyra arbetsmarknadsregioner, något man i förlängningen ser bör minskas ner till två. Pendlingen är idag relativt låg både inom och över länsgränsen på grund av bristfällig infrastruktur och bristande möjligheter att resa kollektivt. Här lyfts behovet av att bygga ihop länets och grannlänens huvudorter med effektiv kollektivtrafik för att öka pendlingen.

Regionförbundets strategi för förstörade arbetsmarknadsområden kom att genomsyra arbetet med Kalmars översiktsplan som antogs 2012³. Kalmar och Oskarshamn är idag huvudorter för var sin arbetsmarknad där Mönsterås i större del hör till Oskarshamns upptagningsområde. Kalmars översiktsplan presenterar under kapitlet "Mer Kalmarsund" strategier för att bygga samman dessa två



Figur 2: Utdrag från Kalmar Översiktsplan

¹ RUPEN 99, *Regionalt utvecklingsprogram för Kalmar län*. Antagen av förbundsfullmäktige 23 juni 1999. Dokumentet var ett reviderat förslag till regionförbundets första regionala utvecklingsprogram RUPEN 97

² *Regional utvecklingsstrategi för Kalmar län 2012-2020*. Antagen på Regionförbundetsstyrelse 15 mars 2012

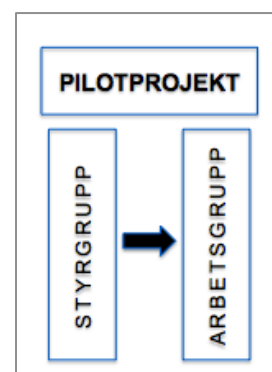
³ *Unika Kalmar, Översiktsplan för Kalmar kommun*. Antagen av kommunfullmäktige 17 juni 2013

arbetsmarknader samt att knyta samman hela området runt Kalmarsund under ett gemensamt begrepp och en gemensam identitet. Under processen gick Kalmar kommun in i informella samråd med omkringliggande kommuner som kunde tänkas känna tillhörighet till Kalmarsundsbegreppet, för att finna möjliga samarbetsområden och gemensamma intressen. Översiktsplanen lyfter Kalmarsund som den geografiska identiteten som knyter samman Öland med södra delen av Smålandskusten och inlandskommunerna till en gemensam arbetsmarknad. Tre fokusområden presenterades (se figur 2). Planen presenterade vidare de unika värdena man ser med området, bland annat nämns det unika eklandskapet, vattenområdet med tre kuster, och områdets unika kulturhistoria med sundets militära marinhistoria.

1.4.3 Mer Kalmarsund

DAR-piloten Mer Kalmarsund är en samverkan mellan Regionförbundet i Kalmar län, Trafikverkets regionala kontor, Kalmar Länstrafik (KLT), och Kalmar-, Mönsterås-, och Oskarshamns kommun. Projektet skapades utifrån de samtal som skett under arbetet med att koppla ihop Oskarshamns och Kalmars arbetsmarknader. Projektet har utgått från att bygga ihop de två kommunerna med ett effektivt kollektivtrafikenät vilket har mynnat ut i arbetet med ett BRT-system⁴, så kallat "superbuss" med principen "tänk tåg-kör buss". Regionförbundet har under en längre tid tittat på möjligheten att få en kustjärnväg som knyter ihop Kalmar med Oskarshamn men då det står klart att de nationella satsningarna som behövs för en kustjärnväg inte är aktuella de kommande decennierna så har man börjat titta på alternativa trafiklösningar. Tanken med superbussen är att restiden ska bli kortare än med bil och att en hög komfort liknande den på tåg ska erbjudas. Efter en etablering mellan Oskarshamn och Kalmar ska man studera möjligheten att vidga sträckan så att den i slutändan sträcker sig längst hela Östersjökusten mellan Karlskrona-Norrköping. Vid sidan av superbusskonceptet så arbetar projektet för att bygga upp en modell för gemensam bostadsmarknad i Kalmarsund och etablera en samverkansmodell på regional nivå som kan fortsätta arbetet efter DAR projektets slut. Man har tagit an visionen som utarbetades i Kalmars översiktsplan med att bygga upp en identitetsregion i Kalmarsund.

Pilotprojektet består utav en styrgrupp på sex personer och en arbetsgrupp med åtta deltagande. Grupperna har en sammansättning av representanter från de deltagande organisationerna och varje kommun där kommunerna själva har fått välja vilka som ska skickas. Arbetsgruppen, som träffas runt en gång i månaden, driver frågan framåt, medan styrgruppen, vilka träffas en gång i halvåret, är sammansatt av personer med mandat att ta beslut i sina respektive organisationer.



Figur 3: Pilotprojektet

⁴ BRT är en förkortning av det engelska begreppet "Bus Rapid Transit". Systemet kännetecknas ofta av egna bussfiler, hög turtäthet, effektiva hållplatser för snabb på- och avstigning

2. Metod

Det här kapitlet kommer att redogöra för de metodologiska val som gjorts under studien gång. Inledningsvis kan det nämnas att arbetet är en kvalitativ fallstudie som till största del bygger på intervjumaterial men även information från dokument och deltagande observationer. Att använda uteslutande kvalitativa metoder har i denna studie varit en självklarhet då syftet varit att undersöka sociala processer och underliggande motiv. Till skillnad från kvantitativa metoder som ofta arbetar med en stor mängd data, till exempel enkätundersökningar för att jämföra information från ett stort antal respondenter, riktar istället en kvalitativ undersökning på att få en mer ingående förståelse i det sociala fenomen man studerar (Bryman, 2008).

2.1 Fallstudie

Enligt Yin (2003) används fallstudier ofta när man vill arbeta utifrån frågeställningar som "hur" och "varför", när gränserna mellan sammanhang och företeelser inte är självklara eller när man vill studera komplexa sociala fenomen. Under studieprocessen undersöks nämligen en viss del av en större helhet som sedan används för att förklara fenomenet. Oftast är det både opraktiskt och ineffektivt, om inte omöjligt, att studera ett fenomen i sin absoluta helhet så istället fokuseras det under studiens gång enbart på ett eller ett fåtal fall. Den kritik som ofta riktas mot fallstudier är att de slutsatser och resultat som kan dras från detta tillvägagångssätt enbart beskriver det enskilda fallet, och att andra liknande studier i andra miljöer mycket väl kan resultera i andra slutsatser. Yins (2003) svar på detta är att målet med fallstudier inte är "statistisk generalisering" utan snarare det han kallar "analytisk generalisering" (p.10). Med detta menas att istället för att syfta till att generalisera för hela populationer eller räkna på frekvenser så bidrar fallstudier snarare till att bygga upp och generalisera etablerade teorier. Den redan utvecklade teorin används som en mall med vilken man jämför de empiriska resultaten av fallstudien med. Detta gör att teoridelen är av stor vikt och kommer in tidigt i studieprocessen (Yin, 2003).

2.2 Insamling av information

För fallstudier så är det rekommenderat att använda sig av flera metoder i sin forskning, så kallad triangulering (Yin, 2003). Grundtanken med triangulering är att man kombinerar olika metoder eller typ av data (kan även vara teoretiska perspektiv eller forskare) för att öka trovärdigheten för sina resultat (Svensson och Ahrne, 2011). Denna studie är till största del baserad på kvalitativa intervjuer, samt material från deltagande observationer och olika dokument, planer och tidningsartiklar som producerats inom och utanför projektet.

Triangulering har dock enbart gjorts inom avgränsade område av studien, nämligen i förståelsen för hur begreppet Kalmarsund kommuniceras ut i olika former.

För att undersöka underliggande motiv och attityder bland aktörer som medverkar i regionalt arbete kopplat till Kalmarsund så genomfördes intervjuer med totalt 10 tjänstemän (se tabell 1 nedan eller appendix I för en lista av de intervjuade). Åtta av dessa var med personer som arbetar inom projektet Mer Kalmarsund, både från styr- och arbetsgruppen. De andra två medverkanden arbetar med platsmarknadsföring men har kopplingar till Kalmarsundsområdet i sitt arbete. Studien har använt ett semi-strukturerat intervjuformat (se appendix II) med frågor som korrigerats i och med att nya ämnen kommit upp. Genom att använda denna intervjuform gavs utrymme till att anpassa hur samtalet fortgick efter situationen. Detta ger intervjuaren en viss flexibilitet som gör det möjligt för denne att röra sig in i olika spår (Bryman, 2008). En kritisk del utav arbetet har varit att bestämma urvalet av intervjupersoner. På grund av begränsat med tid så har enbart vissa från projektgruppen intervjuas. Urvalet baserades i stort på arbetslivserfarenhet. Det fanns tidigt en tanke att även intervjua politiker, tjänstemän från omkringliggande kommuner (främst Ölandskommunerna) och även andra personer som arbetat med Kalmarsundsområdet på ett eller annat sätt. På grund av tid- och resursbrist bestämdes det dock att fokus skulle ligga på projektgrupperna, med undantag för de två personer som arbetar med platsmarknadsföring. Alla intervjuer skedde på personens arbetsplats. De spelades in för att sedan transkriberas och analyseras genom riktad innehållsanalys inspirerad av Hsieh och Shannon (2005). Min analys följde i mångt och mycket de steg som anges av Rennstam och Wästerfors (2011).

Intervjuade	Kommun/organisation	Projektgrupp
Infrastrukturstrateg	Regionförbundet	Pilotprojektledare
Ordförande	Regionförbundet	Styrgrupp
Plankoordinator	Kalmar kommun	Styrgrupp
Kommunchef	Mönsterås kommun	Styrgrupp
Utvecklingschef	Oskarshamn kommun	Arbetsgrupp
Samhällsplanerare	Trafikverket	Arbetsgrupp
Planchef	Oskarshamn kommun	Arbetsgrupp
Trafikplanerare	KLT	Arbetsgrupp
Kommunikationsansvarig	Regionförbundet	Utanför projektet
Platsutvecklare	Attraktiva Oskarshamn	Utanför projektet

Tabell 1: Lista med intervjuade

Dokument från projektet, de deltagande organisationernas material, samt tidningsartiklar har analyserats. Från projektet har det bland annat varit minnesanteckningar från möten samt visioner och andra dokument som använts och producerats inom ramarna för piloten. Från Regionförbundet och kommunerna har olika tryckta strategier och översiktsplaner använts. Från media har artiklar där Kalmarsundsområdet diskuterats studerats. Under studietiden har totalt fyra pilotprojektmöten deltagits i, ett styrgruppsmöte och tre arbetsgruppsmöten. Dessa möten har till stor del observerats, där användbar information antecknats efter de diskussioner som förts. Eftersom möjlighet har getts till att i vissa situationer kunna påverka vad som diskuterats, genom ett aktivt deltagande i mötena, så hamnar denna metod inom ramarna för deltagande observationer. Vid sidan av pilotprojektmöten så har även nationella DAR-seminarium och konferenser besökts (se appendix I för en komplett lista).

2.3 Trovärdighet och reflexivitet

Det finns ett antal saker man kan göra för att förstärka kvalitén på sina forskningsresultat och på så sätt öka studiens trovärdighet. Som tidigare nämnts har fallstudie som metod mött kritik av att resultaten enbart är giltiga för ett specifikt fall och inte kan generaliseras till andra fall. Man kan möta denna kritik genom att motivera vilken typ av generalisering som kan göras, det vill säga en som strävar efter att bygga upp en viss uppsättning resultat mot en bredare teori (Yin, 2003).

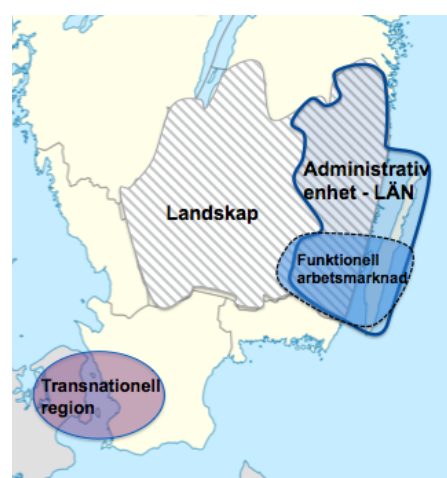
Reflexivitet innebär en förståelse hos forskaren att man har påverkat studieprocessen genom sina värderingar och de val man gjort och på så vis även influerat resultatet. Under studieprocessen är man inte bara en åskådare utan snarare en del av det hela - från att den aktuella problemformuleringen sätts till att analysen görs så påverkas valen bland annat av tidigare kunskap, föreställningar om världen och intresse (Bryman, 2008). Bland annat kan det nämnas att denna studie påbörjades med en föreställning om hur relationen såg ut mellan Öland och Kalmarsundsprojektet. Dock förändrades denna föreställning under studiens gång genom de intervjuer som gjordes. Fortfarande visar det empiriska materialet på vissa spänningar i relationen med Öland, men i mångt och mycket har även dessa kommuner varit del av arbetet med Kalmarsundsbegreppet. Denna erfarenhet har gjort att extra försiktighet försökts erhållas för att inte influera resultatet till att passa förutfattade meningar.

3. Teori

Detta kapitel kommer att presentera forskning och teorier som kritiskt granskar koncepten region och regional identitet. Då region är ett begrepp som kan referera till en mängd olika rumsliga enheter så kommer den första delen titta på olika definitioner som användas och vad de betyder. Därefter presenteras teorier om att se region som en socialkonstruktion och vad detta har för innebörd. För att få en förståelse för de olika processerna som influerar regioners utformning och regionala aktörers handlingar så kommer en redogörelse för framträdande idéströmningar inom regionalpolitiken de senaste decennierna ges. Den senare delen kommer titta på de analytiska fördelningar som kan göras på konceptet regional identitet.

3.1 Att studera en region

Många studier har noterat och problematiserat den vida användningen av begreppet "region" (Blomberg och Lindquist, 1994; Le Gale och Lequesne, 1998; Paasi, 2009). Då det finns stora variationer på hur begreppet används kan det vara svårt att definiera en gemensam nämnare. En av de mest förekommande, men således förhållandevis förenklade sätt att se på en region är som en subnationell nivå mellan det lokala/kommunala och det centrala/staten (Syssner, 2011; Strömbom, 2003). Dock härleder denna förklaring till en förståelse av regioner som administrativa enheter. Förutom administrativa indelningar delas regioner ofta in i kategorier som funktionella arbetsmarknads-, identitet/kultur- (t.ex. Syssner 2010, Strömbom, 2003), transnationella regioner (t.ex. Berg, 2008), för att inte glömma klimat- och växtzoner. I Sverige lever även de forntida landskapsgränserna vidare i folks medvetande som kulturella identifikationer. Till skillnad från administrativa regioner som finns inom ett bestämt avgränsat område, så ses funktionella arbetsmarknadsregioner som flexibla och föränderliga områden som hålls samman av ekonomiska band eller andra gemensamma intressen, som arbetsliv, näringsliv och/eller utbildning (Strömbom, 2003; Boschma, 2004). Andersson och Molina (2008) anser att dessa utmärker sig av att de inte har något politiskt ansvar eller legitimeras av någon demokrati, utan istället så utgörs de av aktörer som ingår i ett nätverk. Syssner (2011) å andra sidan ser dessa funktionella enheter som högst politiserade rum då de oftast är resultat av politiska projekt. Även om de inte har en organiserad styrning så definieras, knyts samman och styrs de i



Figur 4: Exempel på regiontyper

många fall genom politiska nätverk och partnerskap i en blandning av privata och offentliga aktörer.

3.1.1 Region som social konstruktion

Det ses nära in på som en ontologisk självklarhet inom regionstudier idag att förstå regioner som sociala praktiker som 'har skapats, vuxit fram och fyllts med mening via en lång rad samhällseliga processer' (Syssner, 2008: 53). Traditionellt har man sett regioner som bundna, ahistoriska enheter där de utmärkande regionala egenskaperna och identiteten kunde utforskas och ritas ut på en karta (Paasi, 2009). Regionforskare Anssi Paasi menar att regioner och dess identitet är en föreställd gemenskap som producerats och reproducerats genom sociala praktiker och diskurser. Denna sociala process ser han som ett maktspel i vilken vissa personer spelar en större del i konstruktionen än andra och på det viset formar regionen på ett visst sätt (Paasi, 2001; Paasi, 2009). Paasi (2002) betonar vidare att regioner har en komplicerad sammansättning eftersom de är beroende av överenskommelse mellan människor och olika institutioner (till exempel politiska organisationer, tjänstemän, näringslivet, media, utbildningssystem). Utifrån detta förhållningssätt så blir det intressant att studera de aktörer som fyller regionerna med meningsfullt innehåll, något som flera akademiker understryker (se bl.a. Grundel, 2014; Syssner, 2008, Andersson et al. 2008). Dessa aktörer verkar i tids- och platsspecifika sammanhang, vilket betyder att de påverkas av dels "var" processen äger rum, och dels av "när" den äger rum. Detta tillsammans med de många olika institutioner som är med och influerar processen, till exempel kultur, media, administration, så kan regioner skapas på väldigt många olika sätt (Syssner, 2008).

3.1.2 Regionalisering/regionalism/nyregionalism

I strävan att förstå hur regioner fungerar och skapas har begreppet brutits ner i en mängd olika indelningar och definitioner. En vanligt förekommande uppdelning är i de två processerna "regionalisering" och "regionalism" (se Fernandez 2000; Strömbom, 2003). Regionalisering kan ses som en rörelse uppifrån, dvs. staten som syftar till att stärka den regionala politiska maktcentrat. Regionalism å andra sidan är mer ett folkligt fenomen, en underifrån rörelse, som innebär att aktörer från olika nivåer (medborgare, planerare, politiker, näringsliv) skapar nätverk utifrån sitt eget initiativ för att på det viset stärka deras regionala intressen (Strömbom, 2003).

En av de rådande regiondiskurserna sedan 90-talet är den så kallade nyregionalismen (Gidlund och Sörling, 1993; Strömbom, 2003; Grundel, 2014, Syssner, 2008). En ökad global konkurrens och nyliberala vindar ledde till en ny syn på regioner som potentiella tillväxtområden. Denna idéströmning har framförallt varit framträdande i Europa och EU där man har stöttat huvudsakligen ekonomiska strategier 'för att främja regioners konkurrenskraft på den internationella arenan' (Strömbom, 2003:17). En central punkt inom denna idéströmning är att även regionerna själva konkurrerar mot varandra i jakt på bland annat investeringar och nyinflyttare. Ansvaret för regionalutveckling och tillväxt har flyttats över till regionerna själva där de profilerar sig mot varandra och där en viktig uppgift har blivit att

framställa sig som så attraktiv som möjligt för inflyttare, företag, statliga investeringar och turister (Heldt Cassel, 2008). Regionala strategier och satsningar drivs av näringslivet och politiska organisationer inte sällan i samordning med varandra. Grundel (2014) ger en beskrivning för hur strategisk rumslig planering på regional nivå har ökat under 2000-talet i takt med den här utvecklingen:

Strategisk rumslig planering och policyskapande har också kommit att inriktas mot ett strategiskt arbete som ska sätta den egna regionen (staden, kommunen, länet, landet och så vidare) på kartan /.../ Vi ser till exempel hur flertalet regionala utvecklingsprogram runtom i Sverige bygger på någon form av geografisk vision om framtiden som ska locka och attrahera investerare, inflyttare och besökare (Grundel, 2014: 7).

Planering och policys arbetas fram utifrån visioner om framtiden, image- och varumärkesbyggande trendanalyser och SWOT-analyser (Ek, 2003; Ek och Tesfahuney, 2008). En regions image ses som bidragande till att sätta regionen på kartan i både ett nationellt och internationellt sammanhang (Grundel, 2014). Konkurrenten mellan regionala enheter kan således leda till olika nätverks strävan efter att stärka den egna regionen mot andra (se exempelvis Gren 2002, i Lind 2010). Nya regionala formationer kan skapas vid sidan av den statliga regionala administrativa indelningen. Dessa strävar efter att stärka det specifika områdets strategiska utveckling, infrastruktur och därigenom regionens konkurrenskraft (Grundel, 2014).

3.1.3 Regionalpolitik i ett svenskt kontext

Svensk regionalpolitik följde i många hänseenden den nyliberala decentraliseringsvägen som sköljde över Europa under 80-talets slut och 90-talets början. Från en regionalisering som från statligt håll fokuserat på att utjämna ekonomiska skillnader mellan starkare och svagare delar av landet kom fokus mer och mer att handla om hur, med olika medel, tillväxt kunde skapas genom regional utveckling (Grundel, 2014; Andersson och Molina, 2008). Då regionalplaneringen introducerades på 60-talet så byggdes den på en aktiv lokaliseringspolitik. Genom bidrag och lån skulle industrisysselsättningen öka genom att stimulera omlokalisering från expansiva delar av landet. Utformandet av regionalpolitiken som vi känner igen den idag startade först på 90-talet då ansvaret för att utforma innehållet placerades hos regionala självstyrelseorgan eller länsstyrelser. Med propositionen som kom ut 1998⁵ kom regionalpolitiken att omfatta hela landet och formades med fokus på regional tillväxt. I och med skapandet av den regionala utvecklingspolitiken under 2001⁶ stod det klart att ett större fokus lagts på tillväxt och utformandet av funktionella arbetsmarknadsregioner med förutsättning att stå sig i konkurrens med andra områden. Idag är den regionala nivån väldigt aktuell i planeringssammanhang. Den 15 juni 2015 publicerar regeringens bostadsplaneringskommitté ett förslag om att etablera en obligatorisk regional rumslig

⁵ Prop. 1997/98:62 Regional tillväxt – för arbete och välfärd

⁶ Prop. 2001/02:4 En politik för tillväxt och livskraft i hela landet

planering som ska drivas av de regionala aktörer som idag sitter med det regionala utvecklingsansvaret.

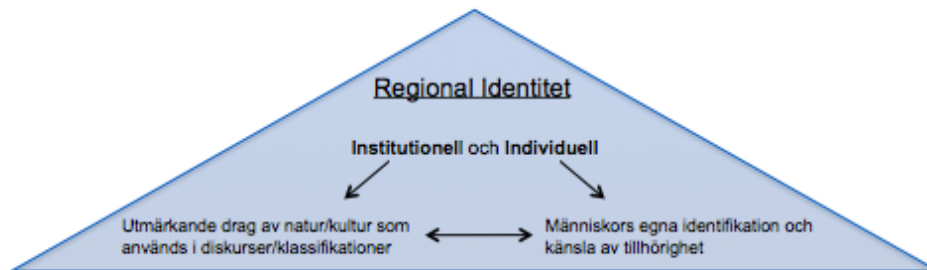
Tidigare var det främst hårda utvecklingsfaktorer som sågs som viktiga för hur en regions ekonomi utvecklades, så som tillgång till råvaror och andra lokaliseringsfördelar. Men i och med att man började gå mot en regional tillväxtpolitik så lyftes mer och mer de ”mjuka” faktorernas betydelse för att utveckla en livskraftig ekonomi. Dessa faktorer har beskrivits bland annat som förmågan till lärande, flexibilitet, samverkan och förtroende mellan olika aktörer, men även kultur, identitet och image har setts som viktiga delar av politiker och akademiker (Syssner, 2008). För att få regionalstöd till utvecklingsprojekt måste en region lyfta fram sin potential till nytänkande, innovationskraft och framgång i sin ansökan (Heldt Cassel, 2008). Fokuset på de mjuka utvecklingsfaktorerna har enligt vissa forskare lett till att regioner försökt kopiera och lära sig av framgångsrika exempel. Grundel (2014) kallar dessa ”myter” med vilket hon menar historier om framgångsrika regioner och lyckade exempel som produceras och reproduceras och som får fungera som modeller för andra regioner i policy och planering.

3.2 Regional identitet

Regional identitet har blivit ett mer och mer populärt nyckelord i både akademisk forskning och politik de senaste decennierna (Paasi, 2009; 2002, 2007; Tewdwer-Jones and Allmendinger, 2006; Zimmerbauer, 2011). Konceptet är komplext, då det förutom identifikation och regional medvetenhet även refererar till regionens särdrag. Det har gjorts en mängd olika analytiska fördelningar av konceptet för att förstå dess olika innehåll. Bland dessa finns Paasis (2003) fördelning mellan regional identity/identity of a region, eller Zimmerbauers (2011) regional identity/regional image. I grund och botten argumenterar de båda för vikten att förstå skillnaden mellan den institutionella (identity of a region/ regional image) och den individuella sidan (regional identity) av identitet. Den första kan förstås som de utmärkande drag av natur, kulturhistoria, m.m. som används i diskurser och för klassifikationer i t.ex. forskning, politik, marknadsföring och som skiljer en region från en annan. Den senare, dvs. den individuella sidan av regional identitet, pekar snarare på människors egna identifikation och känsla av tillhörighet. Båda dessa kan ses som sammanlänkade processer som påverkar varandra. Medborgares känsla av tillhörighet kan användas som bränsle för den regionala bilden som används och distribueras av olika aktörer, medan platsmarknadsföring på samma gång kan stärka den regional medvetenhet och identiteten hos invånare (Zimmerbauer, 2011).

Undersökningar om människors regionala tillhörighet görs ofta genom enkätstudier där personer ombeds ta ställning till vilken region de känner koppling till (se t.ex. Lidströms (2012) studie om norrlänningar som användes för diskussioner om att skapa en storregion Norrland). Paasi (2009) frågar sig till vilken utsträckning människor faktiskt reflekterar över sin identitet och speciellt då på regional nivå. Även om många studier visar att människor

ofta identifierar sig med sin hemort så kanske tillhörigheten till en regional nivå inte är självklart. Många personer reflekterar säkerligen inte över dessa rumsliga frågor i deras vardagsliv. Vad man diskuterar på teoretisk nivå som regional identitet är sådant som istället kanske snarare utförs i en persons vardagliga liv (Paasi, 2009).



Figur 5: Analytisk fördelning av regional identitet

3.2.1 Att arbeta med regional identitet från ett institutionellt håll

Den regionala identiteten framhålls ofta i både forskning (till exempel Paasi, 2009; Syssner, 2008, Syssner, 2009, Strömbom, 2003) och inom praktiken (till exempel i översiktsplaner) som en mjuk utvecklingsfaktor som indirekt kan bidra till den regionala ekonomiska utvecklingen. Vinningen anses tvåfald:

Om människor känner sig fast förankrade i en region och om den regionala identiteten är stark, anses befolkningen vara mindre benägna att flytta. Om regionen har en tydlig och positiv image antas ofta chanserna att locka till sig investerare och utbildad arbetskraft vara större (Syssner, 2008:47).

Uppfattningen att regional identitet är positivt för den ekonomiska utvecklingen har bidragit till att aktörer i politiska/administrativa och funktionella regioner tagit särskilda initiativ för att stärka känslan av sammanhållning och tillhörighet (Fernandez 2000). Bland annat kan olika kommun- och regionkontor använda sig av imagekampanjer, broschyrer, slogans och olika former av informationsmaterial för att försöker påverka och förbättra bilden av regionen/staden/platsen och få dess befolkning att känna sig mer hemma och tillhörande.

Det finns olika förhållningssätt till att stödja uppbyggnaden av en regional identitet. Wallis (2001) beskriver två sätt som baseras på spridningen av information om regionen. Tron är här att människor, i och med att man tar del av information om regionen, medvetengörs om en regions omfattning och karakteristiska drag och att detta följaktligen påverkar känslan av tillhörighet. Dels kan man försöka skapa en känsla av tillhörighet genom att identifiera och understryka regionens unika kulturella och geografiska karaktär. Med detta angreppssätt förväntas människor bredda sin platsbaserade identitet till att inkludera regionen. Det andra förhållningssättet som presenteras av Wallis (2001) är att istället påvisa och informera om regionens konkurrenskraft. Detta angreppssätt kopplar ihop individers livskvalitet med livsstilsaspekter. Tanken här är att regionens positiva resultat, inom till exempel näringsliv,

utbildning, sysselsättningsciffror och konkurrenskraft ska delas med invånare och på så sätt visa varför just denna region är bäst att leva i.

Annan forskning pekar på möjligheten att bygga en identitet genom den "territoriella" sidan av tillhörighet (Gieryn, 2000; Zepaand och Klave, 2011). Människor rör på sig för att utföra sina dagliga sysslor, idag i ännu större utsträckning än förr. Det vardagliga livet och de funktionella kopplingar man har till platser, genom bland annat möjlighet till mobilitet, tillgång till bra service och arbete, påverkar människors territoriella attityder och identifiering. Enligt Zepaand och Klave (2011) så formas regional identitet av just det vardagliga livet, och de territoriella kopplingar man har i sitt dagliga liv. Här spelar stödet eller avsaknaden av infrastruktur och kollektivtrafik stor roll då det möjliggör och underlättar kopplingen till vissa platser medan det vid avsaknad hindrar kopplingen till andra. Med riktade satsningar inom infrastruktur, trafikflöden och andra områden, kan vardagliga rörelser i mångt och mycket påverkas av de som organiserar policys på statlig, regional och kommunal nivå (Gieryn, 2000).

3.2.1 Det unika landskapet och byggandet av en image

En föreställning om regional identitet utgår från att det till viss del har byggts upp av gemensamma symboler och artistiska visualiseringar, t.ex. av landskap. Zimmerbauer (2011) uttrycker det på följande sätt:

The "articulation of landscape" becomes crucial, i.e. certain views and scenes gradually assume the role of regional and national icons which people identify with. This makes the process of institutionalization a highly symbolic, linguistic one. (Zimmerbauer, 2011:247).

En av de grundläggande faktorerna i byggandet av regioner är således det som ses som unikt eller distinkt med platsen. Den här typen av identitetsbyggande kan ses som att det står utanför den som produceras, innehas eller reproduceras av institutioner eller invånare, utan istället kan det ses som en konstruktion av regionala symboler eller ikoner som sedan kan användas kollektivt. Unika platser och landskap blir på detta sätt byggstenar för regional och nationell identitet och på samma gång så blir de att representera viss karakteristiska drag för just det området. Till slut får landskapet en fast representation som folk för knippar med den regionen och samma innehåll lyfts ständigt fram och upprepas i olika sammanhang som platsmarknadsföring (Zimmerbauer, 2011). Det här kan ses som en 'hyllning av det annorlunda' (Bond och McCrone, 2004), dvs. att det som tycks vara speciellt, genuint, ärvt, och typiskt för området anses vara så pass värdefullt att dess egenskaper lyfts (Syssner, 2008).

I denna process differentieras regioner från varandra med sådant som ses som någorlunda unikt för just sitt område. Enligt Anholt (2010) så handlar det många gånger om att förnya bilden av platsen, regionen, och skapa ett positivt rykte om det. Många akademiker påpekar att detta ska ses som en medveten och selektiv praktik, där utvalda föreställningar lyfts fram medan andra bitar eller områden väljs bort (Heldt Cassel, 2003; Zimmerbauer, 2011). Heldt Cassel (2008) påpekar att när man profilerar sig som kommun eller region så görs det med olika inriktningar, som turistort, potentiell boendeort eller näringslivsetablering. Samma marknadsföring fungerar troligen inte på alla områden, då boende t.ex. utöver vacker natur

och intressanta besöks mål troligen även kräver bevis på god service, bred arbetsmarknad, eller företag som behöver en bred kompetensnivå hos befolkningen (Heldt Cassel, 2008). Profileringen kan enligt Grundel (2014) även vara en inåtriktad praktik, riktad mot politiker, tjänstemän, näringslivet eller den egna befolkningen. Syftet med denna kan vara att just stärka den regionala identiteten med hjälp av specifika symboler eller attribut. Ett annat syfte kan dock vara att skapa ett ideal för politiken, där mål och visioner läggs fram för att skapa enighet kring vissa frågor. Detta kan sedan användas som en mall för hur politiken ska utformas, men även för den bild som ska förmedlas utåt (Grundel, 2014).

4. Länets utmaningar

Det här är det första utav två kapitel som presenterar studiens empiriska material. Fokus i det här kapitlet kommer främst vara på de hinder och svårigheter de intervjuade har noterat finns i Kalmar län och hur man anser att man bör arbeta för att möta dessa. Syftet med detta är att få en fördjupad förståelse för de underliggande motiv och attityder som respondenterna har till projektet och även arbetet med identitet på regional nivå. I det senare kapitlet kommer sedan de intervjuade aktörernas arbete och tankar om just regional identitet beskrivas i närmare detalj.

4.1 Attrahera kompetens och utvecklingsmedel

Kalmar läns negativa befolkningsutveckling och åldersstruktur är någonting som flertalet av respondenterna kommenterar som ett bestående problem i Kalmar län. Rekryteringsbehovet och matchningsproblematiken hos näringslivet är något som återkommande lyfts i flera av intervjuerna. Speciellt Oskarshamn och Mönsterås ses som att det inte har tillräckligt stark dragningskraft för att kunna locka nya välutbildade inflyttare. Arbetsmarknaderna i Oskarshamn, med fokus på tillverkningsindustrier och kärnkraft och med ett stort behov av ingenjörer, och Kalmar, med en mer utpräglad tjänste- och handelsprofil, ses som att de skulle komplettera varandra bra och att man sinsemellan skulle dra stora vinster av ett samarbete. Redan idag pendlar upp mot 3000 personer mellan Kalmar-Mönster-Oskarshamn⁷. Att med bättre trafiklösningar kunna binda samman orterna tror man kan dels bidra till att få folk att känna sig mer benägna att pendla och även att som nyinflyttad känna att man får tillgång till ett större utbud av allt från arbets- och bostadsmarknad men även fler valmöjligheter inom service, handel och kultur. Flertalet av respondenterna ser en större arbetsmarknadsregion som en tillväxtfråga och att en av de största utmaningarna för regionen framöver är just att attrahera kompetent arbetskraft:

Kan du inte attrahera rätt kompetens riskerar du att bli en förlorare (Regional tjänsteman, DAR)

Större arbetsmarknadsregioner är idag en tillväxt faktor. Du skapar en mer robust arbetsmarknad både för dig som arbetstagare och för arbetsgivare. Det är nödvändigt för att också näringslivet ska kunna få tag i sin kompetens. Det är fullt klart att de här frågorna kommer att öka i aktualitet med tanke på att vi har en ökad konkurrens om kompetensen som finns på arbetsmarknaden. Det här är centrala frågor för oss (Regional tjänsteman, DAR)

⁷ Baserats på statistik från Kalmars kommun (2012:42) och Mönsterås kommun (2014:7)

Att man ser det här området som en helhet och att man har en viss total kompetens. Då måste vi för att fungera överhuvudtaget i landsändan dra till oss människor som tillför kreativitet och kompetens. Det är ett sätt för oss att överleva helt enkelt (Kommunal tjänsteman, DAR).

Förutom att locka nyinflyttade så nämns även vikten av att hitta lösningar så att *unga driftiga personer ska stanna* i regionen. I nuläget har man identifierat en generell trend där unga vuxna flyttar från de mindre orterna till omkringliggande städer, och sedan från dessa till större städer. Även om man ser detta som en naturlig process så vill man arbeta för att sannolikheten för att dessa personer ska återvända i senare ålder, till exempel efter universitetsstudier, ska öka.

Vid sidan av konkurrens över kompetent arbetskraft så lyfts även statliga infrastruktursatsningar som något man behöver attrahera och arbeta för. Flera aktörer i Kalmar län, bland annat Regionförbundet, har under en längre tid drivit frågan om byggandet av ett nytt järnvägsspår i nord-sydlig riktning. Den infrastruktur som för närvarande finns längst kusten är E22 samt en enkelspårig, oelektrifierad järnväg mellan Kalmar-Linköping som viker av västerut vid Blomstermåla, Mönsterås. Denna järnväg har av en av respondenterna kallats *den felande länken* på grund av att man inte tycker att den bidrar med de dynamiska effekter som området skulle få om banan istället kopplade ihop Kalmar och Oskarshamn. DAR-projektet Mer Kalmarsund fokus på en superbuss mellan de två städerna beskrivs av en av de intervjuade som ett "second-best" alternativ man varit tvungen att ta då Trafikverket bekräftat att länet ej kommer att få finansiering för byggandet av en ny järnväg inom de närmsta 50 åren. Några har uttryckt detta som ett hinder för länets utveckling och att man känt sig förbisedd från Trafikverket nationellt⁸. En av anledningarna som ges till varför man har blivit förbisedd är att man inom länet historiskt sett inte kunnat enas om vad man velat ha:

En sak med den här delen av Sverige, kanske för att man inte hållit ihop, det är att man fått väldigt lite del av statliga investeringar exempelvis i transportinfrastruktur som väg och järnväg. Man känner sig för fördelad därför att man har varit ganska små och man har inte kunnat enas om någonting. Den ena har velat ha det och den andra har velat ha det. Till skillnad mot, vi brukade jämföra det när jag jobbade på Regionförbundet med Norrland. De hade ett år när man hade det här med nationella planer där alla, hela Norrbottens län och Västerbottens län, hade samlats om att de ville ha en sak, de ville ha Botniabanan. Alla kommuner i de två länen var bestämda om att det var det här de ville ha. Så har det aldrig varit här (Regional tjänsteman, DAR).

Att bygga täta relationer med Trafikverket, inte bara den lokala men även nationella, ses som en taktik man kan använda sig av för att öka insikten och förståelsen av nödvändigheten att bygga ut länets infrastruktur. Flertalet av respondenterna ser det som att man nu har bytt taktik. Istället för att klaga på den dåliga infrastrukturen så gäller det istället att visa på vilka

⁸ Detta kan kopplas till en OECD-rapport som togs fram för regionen 2011 och som några av de intervjuade refererar till. I denna rapport pekar OECD på bristerna i länets infrastruktur och hur detta påverkar den interna dynamiken i regionen negativt (OECD, 2011)

utvecklingspotentialer länet här – öka antalet inflyttare, öka antalet pendlare – tills det blir uppenbart att detta område måste satsas på:

Jag kan känna att vi kanske har jobbat lite fel. Förut har vi ropat mot statsmakterna att "vi får aldrig infrastrukturen" och så vidare. Vi kanske ska byta taktik! Det kanske inte är gnället som kommer generera. Vi vet också att det behöver bo en viss volym människor men vi kanske måste vara mer offensiva och visa på de vinsterna vissa satsningar skulle medföra istället för att tala om att E22 fungerar inte. Den fungerar jättebra egentligen men det finns andra saker som skulle behöva satsas och göras och då behöver vi nog byta lite inriktning och taktik (Kommunal tjänsteman, DAR).

4.2 Anpassa sig till nya förhållanden

Man har iakttagit en utveckling där konkurrensen har flyttat från att vara interkommunal till att gå över på en mer nationell nivå. Flera av respondenterna anser att Kalmar län historiskt sett varit väldigt splittrat och till följd haft svårt att enas och samarbeta kommunerna emellan. Mer och mer har man dock börjat inse att de satsningar som krävs för att stå sig i konkurrensen nationellt om både attraktiv arbetskraft och statliga finanser inte kan göras enskilt utan att man snarare måste samarbeta för att bli starkare:

Jag tror det var något storebror/lillebrorskomplex och att man inte tog reda på vad man skulle ha för nytta av att samarbeta med varandra. Man var rädd för konkurrensen. Nu ser man en större helhet, det är liksom inte Kalmar mot Oskarshamn längre utan nu är det vi mot en ännu större omvärld på något sätt. Att vi tillsammans måste fixa många problem, vi kan inte fightas mot varandra, vi är alldeles för små och folk springer om oss. Jag tror att det är en bättre omvärldsbevakning och en mognad i utvecklingsarbetet (Kommunal tjänsteman, profilering).

Jag tyckte att man tävlade lite mer mot varandra och var lite mer mot varandra. Nu känns det som att man har ändrat sig beroende på omvärlden då. Man ställer sådana krav nu med olika saker (Regional tjänsteman, profilering)

Om man inte samarbetar nu så känner man att andra regioner kommer springa förbi en och man kommer tappa allt mer i tillväxt.

Just store-/lillebrorsförhållandet mellan Kalmar och dess omkringliggande kommuner är någonting som återkommer i alla intervjuer. Flera förklarar att det funnits en historisk tyngd som hämmat samarbetet kommunerna emellan. Kalmars status som residensstad under historiens gång har genom bland annat företeelser som djurgårdsinrättningen⁹ och med sin handelsmakt satt en prägel på hur staden uppfattas av sina grannar. Det nämns att det finns ett antal tidigare försök till att etablera samarbete och ihopslagningar interkommunalt men vilka fallit samman då man tyckt att Kalmar åtnjutit alla fördelar på bekostnad av de svagare

⁹ Från 1569 till 1801 var hela Öland inrättat som en kunglig djurgårdsinrättning, det vill säga en kunglig jaktmark där allt villebråd tillhörde kronan. Ölänningar förbjöds jaga och äga jaktvapen och hundar, ölänningarna var även förbjudna att hugga ved och ta virke från skogen.

kommunerna. Denna misstro kommuner emellan börjar dock minskas. Flera kommenterar att de uppfattar det som om kommunerna mer och mer börjat blicka mot varandra. En företeelse som enligt två av de intervjuade har utvecklats markant under bara det senaste decenniet:

För Kalmar och Oskarshamn hade det inte varit en chans på miljonen att vi skulle ha samarbetat för 10 år sedan (Kommunal tjänsteman, profilering)

Samverkan mellan de här tre kommunerna har absolut ökat. Jag känner inte igen att man samverkade så mycket när jag jobbade i Mönsterås. Då var det lite problem upplevde i alla fall Mönsteråsarna (Regional tjänsteman, DAR)

Vid sidan av detta ses även länet som en konstgjord enhet som inte har några kopplingar annat än den rent administrativa. Att det finns en upplevd splittring mellan norra och södra delen är någonting som flertalet av de intervjuade poängterar. Länet var uppdelat i två landsting till 1970, Kalmar läns norra och Kalmar läns södra landsting, med Kalmar och Västervik som respektive huvudorter. Länets norra del med Västervik i centrum ses som det fortfarande har stark dragning och samhörighet till Norrköping/Linköping. De intervjuade beskriver även en upplevd kulturgeografisk fördelning mellan det södra och norra landskapet i länet, där området kring Kalmarsund karakteriseras av ett öppet eklandskap med odlingsfält vilket får mer skogskaraktär desto mer norrut man kommer.

4.3 Bryta sig ur den administrativa tvångströjan

Att som regional planeringsaktör kunna fokusera på ett specifikt område inom länet anses av vissa av respondenterna vara viktigt för att kunna utveckla den tillväxtpotential som finns i området. Många ser ett problem med att Regionförbundet måste fördela sin verksamhet inom hela det administrativa området. Att arbeta med projekt som Mer Kalmarsund blir därav en möjlighet att kunna bryta sig ur den administrativa tvångströjan:

Enligt min uppfattning så har vi inläsningseffekter utifrån de gamla administrativa gränserna både när det gäller kollektivtrafik men även när det gäller planering och näringslivsarbete. Vi blir alldeles för fokuserade på länsgränser istället för de arrenderingar som är naturliga för olika frågor (Regional tjänsteman, DAR)

Problemet för Regionförbundet är att man måste försöka förhålla sig till denna konstgjorda geografi som är Kalmar län. Man måste tänka in, gör man någonting söder så måste det vara någonting som även har märk på norr. Det har hämmat dem ganska mycket. Det här var även ett sätt att komma loss från den regionala administrativa tvångströjan som länet är och få titta, vilka är utvecklingsförutsättningarna i söder, för de är olika de som är i nora. Så att lösgöra regionförbundet att det måste vara i den här geografin (Regional tjänsteman, DAR)

En av de kommunala tjänstemännen lyfte dock en problematik hen sett med detta, nämligen att det kan utveckla en periferi inom länet. Det område som knyts samman genom Mer

Kalmarsund kommenteras vara den absolut starkaste delen av länet. Inlandskommuner som Högsby och Hultsfred tappar starkt i befolkning och är i skriande behov av något form av stöd för att klara de utmaningar som kommer med en negativ befolkningstillväxt och följaktligen en minskande kommunkassa. Vid sidan av detta tycker en annan informant att det inte fungerar att vara helt rättvis i ett regionalt arbete och speciellt inte då Kalmar är ett avfolkningslän där förändringar och nya strategier behövs för att vända en negativ trend. Om då Kalmarsundskommunerna kan använda sitt fina läge vid kusten så anser denna person att de borde unnas att göra det.

Att inte hamna i periferi är någonting som även diskuteras på en högre skala. Regionaliseringsdebatten angående en framtida regionreform är närvarande för många av de intervjuade. Man är i de olika kommunerna intresserade av att veta vilken region man kommer att tillhöra och har här olika åsikter om vilken den naturliga kopplingen är – en Smålands region eller Region Skåne. En bakgrundstanke i arbetet med Mer Kalmarsund är att se till att när man väl hamnar i en ny regionindelning, vilken det än må vara, så är det av stor vikt att se till att man har någonting att erbjuda:

Diskussionerna handlade mycket om att vad vi kan erbjuda till en sådan region så att vi inte halkar efter och blir någon utsuddad ytterkant. Det skulle vara väldigt tydligt att Mer Kalmarsund är en del i den här regionen eller den här regionen (Kommunal tjänsteman)

Här nämns tillgänglighet som A-O och jämförelse görs till Skånes strukturbilder där man ser hur orter som ligger utanför de starka pendlings- och infrastrukturstråken är de som förlorar i tillväxt, befolkning och i förläggningen även skattekraft. Tanken här är att man som område måste knytas samman, speciellt med starkare städer, för att inte hamna vid sidan av och tappa mer och mer till starkare kommuner i samma region.

5. Att skapa Mer Kalmarsund

Detta kapitel kommer specifikt att koncentrera på arbetet och tankarna kring regional identitet bland de intervjuade aktörerna. Första delen kommer att beskriva varför aktörerna ser det som viktigt att arbeta med identitetsfrågan på regional nivå. Därefter kommer processen bakom uppbyggandet av begreppet gås igenom, främst då med fokus på det arbete som förekom med Kalmars översiktsplan. Informanternas tankar om gränsen kommer beröras, det vill säga, vilka områden man i projektet anser ingår i regionen Kalmarsund. De sista två delarna presenterar hur man faktiskt arbetat med att kommunicera ut och förankra begreppet till andra aktörer och hur man anser att man i det långa loppet kan realisera visionen att binda ihop området under en gemensam identitet.

Värt att nämna är att två av de intervjuade tjänstemännen inom piloten tidigare varit aktiva i arbetet med Kalmars översiktsplan där begreppet "Mer Kalmarsund" myntades. Med anledning till detta, och även eftersom de två processerna i mångt och mycket överlappar, så kommer det arbete som de intervjuade beskriver med begreppet även kunna kopplas till arbetet med Kalmars översiktsplan.

5.1 Varför arbeta med regional identitet?

Under intervjuerna har i stort tre olika anledningar getts till varför man valt att arbeta för byggandet av en identitetsregion. Dessa är: att skapa ett varumärke och sätta regionen på kartan; förändra synen på regionen/känna stolthet; samt, att hitta den gemensamma nämnaren. Nedan kommer dessa tre redogöras var för sig.

- Varumärke

Att utmärka sig och sätta regionen på kartan är en av anledningarna som ges till varför man i området bör arbeta med regional identitet. Kalmar län ses inte som ett starkt varumärke i sig själv som kan användas för att attrahera utomstående. De starka varumärken som finns i länet är idag främst kopplade till besöksnäringen, med bland annat Öland, Astrid Lindgrens Värld och Glasriket. Även om dessa anses vara starka och väletablerade turistmål så kommenterar en av respondenterna att hen inte tror de direkt bidrar till att öka inflyttningsnettot, även om de kan ses som mervärden för området. Småland uppfattas som att det är ett för stort område för att kunna bidra med de positiva effekter man vill få från att bygga upp ett varumärke.

Att vara riktad i sin profilering är något som lyfts upp som viktigt av flera av de intervjuade. Två av respondenterna ansåg att det är viktigt att se vilken skala man vill profilera sig inom,

det vill säga inom vilken marknad. Är det en inhemsk så kan man använda sig av begreppet ”Mer Kalmarsund”, men handlar det däremot om att marknadsföra sig till exempel ett tyskt företag eller en tysk turist så kanske ”Småland” eller ”Baltic region” har andra bärkrafter. En annan kommenterar vikten av att veta vilken målgrupp det är man riktar in sig på och göra en satsning speciellt riktat mot dem:

Ska du till exempel attrahera folk att flytta in, då måste du ställa frågan vilken typ av målgrupp är det du ska jobba med. Man borde vara betydligt mer riktad i sin profilering. Man måste ha en målbild och veta vad det är man vill. Man kan säga hypotetiskt att i Kalmarsund där kan man konstatera att flera ingenjörer behövs, för det vet jag är en bristvara i Oskarshamn. Det är en av de mest strategiska kompetenserna för att tillvarata den tillväxtpotentialen som finns i regionen. Då är det fullt klart att det kanske är där man ska marknadsföra sig, där man ska skapa en identitet, en bild (Regional tjänsteman, DAR)

Hen fortsätter med att säga att vi måste ha ett mål med det vi gör. Är det att skaffa fler besökare så har området redan en stark grund att bygga på med de redan etablerade och starka besöksmålen. Men om det snarare är inflyttare så krävs en annan strategi: *ska vi attrahera fler ingenjörer ska vi snarare visa på de spännande jobben som finns här och den utvecklingspotential som finns* (Regional tjänsteman, DAR).

En annan aspekt som lyfts upp till varför det är viktigt att arbeta med identitetsfrågor för Kalmarsund är för att sätta regionen på kartan i främst ett nationellt perspektiv. Här drar man paralleller till regioner som Öresund, Höga Kusten och Österlen. Det som gör dessa begrepp till goda exempel anses var just för att de framkallar en mental bild hos människor om var i landet det ligger och vad det innehåller. Det behöver dock inte vara innehållet som är det viktiga utan mer att det är ett inarbetat begrepp:

För har vi en gemensam identitet som man kan prata om i till exempel Malmö, då kan folk tänka ”ja just det! Kalmarsundsregionen är väldigt spännande, där skulle jag kunna tänka mig bo i framtiden” /.../ eller ”vilken spännande arbetsmarknad det finns i Kalmarsundsregionen, den skulle jag vilja ta del av om några år”. Jag tror det handlar om att synas, det är ett slitet begrepp, men att sätta regionen på kartan, så pratade man mycket på 90talet men det finns ändå en godo i det där som man måste våga växla upp när man jobbar med det (Kommunal tjänsteman, DAR)

Att skapa ett varumärke för att attrahera den externa medborgaren ses som väldigt viktig av en av respondenterna för att kunna attrahera nya inflyttare till regionen. Man måste vid sidan av detta självklart arbeta för bland annat bra kommunalservice för den redan etablerade befolkningen men denna person tror att det är den externa bilden som är den viktigaste. För när man har etablerat ett positivt varumärke så kan detta även spilla över på de som bor i området: *om omvärlden börjar tala gott om oss då blir vi själva lite stolta och då förändras vår egen bild av oss själva* (Regional tjänsteman, DAR).

- Att känna stolthet

Flera av respondenterna refererar till en mentalitet som man upplevt funnits i Kalmarområdet med orden "det gaur inte". Istället för att se potentialen som kan finnas så innefattar denna inställning snarare en oengagerad och något negativ framtidssyn. Vissa av de jag intervjuat har lyft att det är viktigt att skapa en ny inställning bland befolkningen, att man inte tar tagelskjortan på sig eller med ryggmärgsreflexen säger vi har så dålig infrastruktur när man folk frågar hur det är att bo i området. Den här mentaliteten tror man kan ändras genom att arbeta upp en mer positiv attityd till området. Att bli ett område som folk känner har en framtidstro och ett driv:

Det handlar väldigt lika mycket om vår syn på oss själva och så vidare, den mentala bilden utav oss. Vi kan indirekt styra och ställa rätt mycket genom vårt sätt att se på den värld vi lever i och så vidare. Och det finns ju ett uttryck i vissa delar av Kalmar län där man säger "det gaur inte" och om man uttalar det alltför länge då finns det ju också en risk att det blir den värderande normen på ditt sätt att se på saker och ting. Istället för att säga ja visst det här fixar vi (Regional tjänsteman, DAR).

Det ska vara "rauligt" att bo här (Kommunal tjänsteman, DAR)

Jätte viktigt [att arbeta med regional identitet]. Det är det viktigaste. Att slå undan benet för "det gaur inte" mentaliteten och att skapa en framtidstro. Det här att barnen kan flytta bort och studera ett tag men att man ändå kan se att det kan vara intressant att flytta tillbaka efter ett tag. Det finns någonting där som är en identitet med mig, det handlar inte bara om rötter utan man är lite stolt över platsen man bor på och känner att det finns en framåtanda och att det finns en framtidstro (Regional tjänsteman, DAR)

Det är viktigt att man känner en stolthet för det här med identiteten och den regionen man bor i (Kommunal tjänsteman, DAR)

Har man en befolkning som trivs och talar varmt om sin egen region så kan detta spilla över till ett större kontext. Istället att förmedla bilden av att man har dålig infrastruktur och att man kommer från ett område där inga satsningar görs så tror några att man kan ändra synen hos sina invånare genom att visa att man aktivt arbetar för en mer attraktiv region.

- Hitta den gemensamma nämnaren

En av anledningarna som delas av flera av de intervjuade till varför identitet är viktigt är att man anser att det kan bidra till att binda samman regionen. Att man som invånare, men även politiker och tjänstemän, känner att man tillhör en större enhet. Om man till exempel arbetar med Kalmarsundsbegreppet, marknadsför det som ett och binder samman området med effektiva transportalternativ så kan personer följaktligen börja ses sig själv som verkande i ett större sammanhang och kan ta del av det som erbjuds i hela den regionen:

Att man ska känna i förläggningen att det är möjligt att den ene jobbar i Kalmar, den andre i Oskarshamn och att man bor någonstans inom regionen och att man känner att det är ok. Det är själva målet tycker jag (Kommunal tjänsteman, DAR)

Men det är det som på något sätt att genom att få människor att känna att man är närmare eller att veta att man faktiskt kan hålla ihop det här mer (Regional tjänsteman)

En sak som många av de intervjuade tar upp och som ofta diskuteras under projektmötena är att arbeta för, utöver en gemensam arbetsmarknad, en gemensam bostadsmarknad. En gemensam bostadsmarknad kan enligt de intervjuade innebära en samsyn i varandras bostadsprojekt, eller en samlad paketering av attraktiva bostadsområden som kommuniceras ut externt så att man som potentiell inflyttare känner att man har en stor variation att välja mellan. Det är inte enbart en gemensam bostadsmarknad och arbetsmarknad utan även att man ska kunna erbjuda ett större utbud av bland annat kulturella och idrottsliga möjligheter. Man vill även arbeta mot den splittring som man tycker har funnits i länet:

Jag tror att det har varit nyttigt med DAR för den typen av identitetsfrågor i länet. Just det här att det har känts på något sätt som att Kalmar län har varit lite splittrat och då är det jätteviktigt det här vi pratar om med målbildsarbetet att man försöker sätta en gemensam bild (Regional tjänsteman, DAR)

Att sätta en gemensam målbild ses här som ett sätt att få kommunerna att samarbeta mot ett gemensamt mål. En gemensam identitet som kan användas som ett paraply och på så vis etablera samverkan och etablera nya samverkansformer kan motverka en fortsatt splittring kommunerna emellan.

5.2 Bygga upp ett begrepp

Att Kalmarsund är äldre än Kalmar påpekas av flera av de intervjuade¹⁰. Det var Kalmar som fick sitt namn av sundet och inte tvärtom. Även om Kalmarsund är ett begrepp som funnits sedan vikingatiden så tror man inte att begreppet används för identifikation eller för att beskriva regionen på det sättet man vill att det ska göra framöver. På frågan om de intervjuade tror att folk känner tillhörighet till begreppet så framstår det att detta inte är en självklarhet idag:

Kalmarsundsidentiteten tror jag inte finns idag, utan vi är några få som har denna tanke (Regional tjänsteman, DAR)

Begreppet Kalmarsundsregionen är ganska nytt så där är jag tveksam till hur det kan ha sjunkit in i människors medvetande (Kommunal tjänsteman, DAR)

Kalmarsund används i olika former och vi vet att vi bor här men det kanske inte ger en identitetskänsla på det sättet idag som vi vill att det ska göra (Kommunal tjänsteman, DAR)

¹⁰ Det finns en runsten från 1000-talet i Södermanland som nämner Kalmarsund medan ortsnamnet Kalmar härleder från 1200-talet

Arbetet med att bygga upp en identitet runt begreppet Kalmarsund började officiellt som tidigare nämnts med Kalmars översiktsplan. Med bakgrundstankarna i att skapa en större och mer konkurrenskraftig arbetsmarknadsregion så började man titta på hur man aktivt kunde arbeta tillsammans med de omkringliggande kommunerna och vilka värden man hade att arbeta med. Man var medveten om att det redan fanns ett starkt varumärke i området:

Vi tyckte att det saknades en tydlig identitet här. Vi hade ju en väldigt tydlig identitet här med Öland. Väldigt många förknippas Kalmar med Öland och egentligen hela den här regionen med Öland. I och med att det är ett så pass stort besöksmål och det finns väldigt mycket på Öland som är intressant och lockande. Och de hade jobbat ett antal år med det men vi tyckte att den här regionen är mer än Öland, det är Kalmar och hela kuststräckan på land också (Kommunal tjänsteman, DAR)

I processen så hade man diskuterat varför det heter Ölandsbron och inte Kalmarsundsbron, då det ofta i områden som knyts samman av en bro utvecklas ett etablerat begrepp för hela den regionen. Man såg att det hade varit väldigt många fördelar med bron och att det i sammanhanget inte var Öland som var det viktiga utan snarare att det binder samman två delar som blir ett, genom Kalmarsund. Att begreppet är naturligt och inte konstruerat poängteras av fler av de intervjuade. Det är ett begrepp som man anser har en legitim förankring till personerna som bor längst sundet och ses på så sätt visa *hänsyn till den lokala identitet* och inte vara ett *påklivat varumärke*. Dock ser man här att andra kommuner kan känna att de inte hör samman med området då man geografiskt sett inte är en del utav sundet. Kommuner som Västervik, Hultsfred och Emmaboda förstår man att de kan känna ett visst utanförskap till begreppet.

Under processen att bygga upp begreppet Mer Kalmarsund så tittade man på andra regioner man ansåg hade en positiv image, bland annat Österlen, Höga Kusten och Provence i Frankrike. Dessa områden är idag etablerade begrepp men det diskuterades i projektgruppen att det är någonting man kan bygga upp. Till exempel Österlen:

Den gamle stadsarkitekten och jag tänkte på Österlen. Det fanns knappt när vi växte upp. Det kanske stod på någon gammal dammig skolkarta, men det var inget speciellt. Var det omgivet av en association så var det att det var i utkant av Skåne där ingenting hände, parallellt till den här delen i Sverige som vi befinner oss i nu (Regional tjänsteman, DAR).

Hur skapar man ett varumärke? Österlen handlar om att man skapar ett varumärke utifrån någonting som har varit en bakgård och de har gjort ett jätte starkt varumärke, kan vi göra någonting liknande? Någonting liknande som de har gjort där utifrån något begrepp här (Regional tjänsteman, DAR).

I arbetet så började man således fundera på vad det är som är unikt och platsbundet med Kalmarsund:

Vad är det som är unikt och som är platsbundet för det kan aldrig någon ta ifrån dig. Allt som är kopierbart det kommer kopieras någonstans längre österut och till ett mycket billigare pris än vad vi kan göra (Regional tjänsteman, DAR).

Vi pratade mycket om identitet. Vi pratade om eklandskapet är ju väldigt karaktäristiskt för den här delen av Sverige. Landskapet på Öland med alvaret naturligtvis är också väldigt karaktäristiskt för den här delen. Det är inte bara Öland som äger själva identiteten utan det hänger ihop med hela regionen (Kommunal tjänsteman, DAR).

Mervärdena som man kan läsa om för Kalmarsundsområdet i översiktsplanen är dessa: ett unikt landskap med bland annat ekar, odlingsmark och kustslätter; ett unikt vattenområde med tre kuster; och en unik kulturhistoria med Kalmar som residensstad och ett unikt skeppsvraksarv. De två intervjuade som var delaktiga i arbetet med översiktsplanen berättade att det var en aktiv process med att välja ut vad som skulle fokuseras på. Man försökte hitta de gemensamma nämnarna för området som alla runt sundet kunde känna anknytningar till.

Man la till "mer" framför Kalmarsund då det användes som en konsekvent rubrik i hela dokumentet, med bland annat "Mer Möre", "Mer Stad". En av de intervjuade anser att man även ska se det som att "mer" innebär att det är mer än bara Kalmarsund, att det även är de omkringliggande kommunerna, eller snarare alla som känner tillhörighet. På så vis, fortsätter hen, *kan man stoppa in så mycket som helst i ett sådant begrepp.*

5.3 Vad ingår i regionen Kalmarsund?

Vilket område det är som exakt ingår i Kalmarsund är inte helt klart bland respondenterna. Tittar man i översiktsplanen så presenteras Oskarshamn, Mönsterås, Kalmar, Borgholm och Mörbylånga, det vill säga de städer och köpingar som ligger direkt vid sundet. Om man tittar på samverkan i DAR-piloten Mer Kalmarsund så är det Kalmar, Mönsterås och Oskarshamn. Dock så räknas fler kommuner in under intervjuerna. Som tidigare nämnts besöktes, vid sidan av de som nämnts i översiktsplanen, även kommunerna Torsås, Nybro och Emmaboda.

I DAR-piloten Mer Kalmarsund är det för närvarande Oskarshamn, Mönsterås och Kalmar som är medverkande. Målet i detta projekt är att arbeta mot det regionala målet med en förstorad arbetsmarknadsregion med ett effektivt transportsystem. Att DAR-piloten kom att innefatta just de tre kommunerna beslutades det om för att göra projektet mer lätthanterligt. I början av piloten så var det en konversation om vilka kommuner som skulle bli inkluderade i samverkan. Eftersom man ville fokusera just på förstörande av arbetsmarknaden mellan Oskarshamn och Kalmar var de kommunerna givna, samt Mönsterås som har sitt läge emellan de båda. Tidigt i diskussionerna fanns det åsikter om att ta in både Ölandskommunerna och Nybro. Det finns även tankar att det naturliga för arbetet under Kalmarsundsbegreppet vore att inkludera allt fler kommuner i projektet:

För heter det Mer Kalmarsund så måste man ha någonting på andra sidan av sundet och då är Öland är en naturlig koppling och Torsås längre ner så ser man Västeråker längre upp. På något sätt är det här sundet som hänger ihop då. Men inledningsvis så var vi överens om att vi börjar med Kalmar, Mönsterås, Oskarshamn och ser till att vi får ett koncept som går att använda (Regional Tjänsteman)

I frågan till respondenterna om man har fått några åsikter från omkringliggande kommuner att man inte är med så visar det sig att det finns ett intresse från fler att få bli delaktiga i det samarbete som nu finns. Några av kommunerna har uttryckt en oro för att bli lämnade utanför och att inte få ta del av det positiva som projektet kan leda till:

Nu på Ölandssidan här senast så hade vi dialog och pratade om det här och de kände väl lite så där "vi blir väl inte åsidosatta?" Torsås har också känt sig lite vid sidan om (Regional tjänsteman, DAR)

Det har också blivit så att det finns många utav kommunerna som t. ex Mörbylånga, men även Torsås och Nybro som har sagt att vi skulle också gärna velat vara med (Regional tjänsteman, DAR)

Det finns de som har visat intresse och sagt att vi vill veta vad ni gör och eventuellt vill vi vara med någon gång också. Till exempel som i Torsås där de har en ganska framsynt samhällsbyggnadschef nu. Men vi är inte riktigt där ännu vi måste känna att det här nu landar. Annars kanske vi inte kommer någon vart överhuvudtaget (Regional tjänsteman, DAR)

Att inkludera vissa kommuner i DAR-piloten har kommenterats som ett beslut att inkludera de områdena som redan idag har ett aktivt utbyte med varandra, där man kan dra någonting positivt ur det från båda sidorna. Utbytet mellan Oskarshamn och Kalmars arbetsmarknader men även bostadsmarknad (där även Mönsterås ofta nämns) ses som någonting som skulle förstärka regionen attraktivitet då man kan erbjuda flera olika profiler. En respondent nämner:

Vi ser att de här tre kommunerna, de kan samarbeta och de kan nå några resultat, men det finns också andra kommuner här som skulle bli, man får inte vara elak men, som nog skulle vara lite bakåtsträvare och skulle ifrågasätta mycket. Till exempel jag är inte säker på att Ölandskommunerna skulle tyckt det var så himla käckt att tala om Kalmarsund (Regional tjänsteman, DAR)

Vad man tänker om Ölandskommunernas attityd till Kalmarsundsbegreppet är någonting som går isär bland respondenterna. De som har varit med i arbetet med översiktsplanen och som då åkte ut till Mörbylånga och Borgholm, de två kommunerna på Öland, ser det som att kommunerna tog sig an begreppet och kände att det fanns en naturlig koppling till dem. Dock så finns även tankar hos vissa i projektet att Ölandskommunerna skulle ha svårt att ta sig an varumärket Kalmarsund helhjärtat, något som reflekteras i kommentaren ovan. Det har varit diskussioner inom media angående sundets namn denna vår då en öländsk campingägare gick ut i februari i den lokala tidningen för att argumentera på ett namnbyte av Kalmarsund till Ölandssund. Denna diskussion fick vidare anstormning på sociala medier där flera hundra personer diskuterat ämnet. Att namnet på sundet och dess bro kan bli ett känsligt samtalsämne nämner även en av de intervjuade:

Man får nästan inte prata om det här med Ölandsbron. Normalt sätt om man faktiskt tittar så heter det Högakustenbron, Svinesundsbron, Öresundsbron och så vidare. Så är det egentligen fel benämning då. Men det är så att det är väldigt infekterat de här frågorna (Regional tjänsteman, DAR)

Men många poängterar dock att Öland har en stark relation till Kalmar, bland annat i och med att många som arbetar på fastlandet bor på ön eller äger en sommarfastighet. Samt att

kommunerna där inser att man i mångt och mycket är beroende av sina relationer till fastlandet och främst då Kalmar kommun. Men vissa tror ändå att i kontexten med DAR så känner Ölandskommunerna, och främst då Borgholms kommun *”att de klarar sig själv lite, så de är inte besvikna att de inte får vara med”*.

Att begreppet Kalmarsund har börjat användas mer och mer är någonting som flera av de intervjuade håller med om. Dels att det lyfts i respektive kommun som är med i DAR-projektet, där man fått i uppgift att kommunicera ut arbetet med superbussen och en gemensam bostadsmarknad till politiker och andra tjänstemän. Det har diskuterats att begreppet ska lyftas in i flera planeringsdokument i andra kommuner än Kalmar. Utanför DAR-samverkan och det arbete som gjordes med översiktsplanen i Kalmar så har även begreppet börjat användas i andra sammanhang och andra nätverk. Hösten 2014 tog de tre näringslivsansvariga i de tre kommunerna Oskarshamn, Mönsterås, Kalmar initiativet att lansera ett gemensamt nyhetsblad *”Aktuellt från oss i Kalmarsundsregionen”* där de marknadsför regionens gemensamt. Bladet, som kommer ut elektroniskt en gång i kvartalet, fokuserar på att informera om aktuella aktiviteter inom näringslivet, livsstil, bostads- och arbetsmöjligheter. Vid sidan av detta finns även en näringslivsplattform sedan runt 2010 kallad Kalmarsund Promotion som arbetar för att *”utveckla regionens företagsklimat”*. Syftet är att odla affärskontakter och skapa en marknadsföringsyta som medlemsföretagen kan använda sig av. Nätverket samlas i frukost- och lunchmöten och andra tillställningar.

Flera av respondenterna tror även att det är ett begrepp som kommer att växa och användas av fler framöver och man ser en bärkraft i att det är fler som använder sig av det. Man ser möjligheterna som finns om begreppet växer och blir starkare då även omkringliggande kommuner som kanske i dagsläget känner ett visst avstånd även kan känna att det kan få positiva effekter att ansluta sig till det, speciellt då för de svagare kommunerna:

Så låt säga att det här Kalmarsundsbegreppet blir starkare, då kanske en sådan kommun som Torsås har mycket mer att vinna på att hänga på Kalmarsundsbegreppet än låt säga Västervik /.../ De små kommunerna tror jag har en större vinning i att hänga med i Kalmarsundsbegreppet Mönsterås till exempel (Kommunal tjänsteman, profilering)

5.4 Kommunicera ut och förankra regionen Kalmarsund

Inom piloten Mer Kalmarsund så har man inte kommunicera ut begreppet mer än till de egna kommunerna, samt vid ett antal workshops där representanter från näringslivet har varit delaktiga. Att aktivt kommunicera ut projektet till allmänheten ses av många av respondenterna som ett steg som projektet inte varit moget att ta ännu, men att man kanske snart närmare sig det stadiet. Tills nu har piloten till största del handlat om att förankra det i respektive kommun samt att arbeta upp en strategi för superbussens förverkligande. Att kommunicera ut till allmänheten ses av många av de intervjuade som något man gör när det börjat komma positiva resultat ut av arbetet. För en farhåga som delas av flera av de

intervjuade är att man går ut med information till den lokala tidningen och att det sedan blir plattfall:

Det är klart att får ett sådant här projekt legitimitet hos gemene man så är det en styrka. Men det har inte varit vårt fokus ännu. Utan ska allmänheten involveras så kanske det inte är i planeringsstadiet utan mer när man börjar konkretisera grejer och man börjar se positiva resultat av det hela. Det ställer krav på aktörerna att man verkligen konkretiserar och kan uppvisa resultat. Annars tror jag inte det gagnar projektet att göra det för synligt om man inte kan presentera resultat. För då kan du snarare få den här kritiska granskningen (Regional tjänsteman, DAR).

Jag känner behovet av att gå ut mer till näringslivet och allmänheten. Men sen samtidigt så är det så att man kan inte bara gå ut och säga att vi ska starta en superbuss och sen så blir det bara platt fall. Man vill ha lite på fötterna innan man gör det. Det är svårt att veta hur man skulle kommunicera det med allmänheten faktiskt (Regional tjänsteman, DAR).

Jag tror det är viktigt att vi känner att det finns några konkreta förslag som vi kan spela ut. Annars blir det nog ja men det där har vi nog hört förut och det blev ingen buss och det blev ingenting utan det är viktigt för legitimiteten att visa att vi har någonting (Kommunal tjänsteman, DAR).

Att processen med att bygga en ny arbetsmarknadsregion och att få Kalmarsund till en gemensam del kommer ta tid är något alla av de intervjuade anser. Även om man ser att man är på rätt väg framåt så tror man att det är många år kvar innan man kommit så långt att man ser området som en större gemensam del. Det man känner att det blivit nu är att det är ännu mer konkret, man har ett samarbete och man arbetar under paraplyet Kalmarsund och det är ett arbete som händer på många olika fronter. Men för att det ska utvecklas vidare så behövs det även befastas mer. Vissa av de intervjuade kan känna att hela projektet och idén om Kalmarsund är något personberoende, det vill säga att det är beroende av drivet från ett fåtal personer med visionerna om vad de vill att det ska bli. På så vis så är det viktigt tycker vissa att se till att det blir mer förankrat hos politikerna för att försäkra att arbetet fortgår även om några av de visionära och drivande personerna försvinner från sina tjänster. Det är någonting som långsamt bör byggas upp med hänsyn till den historiska tyngden till samverkan som funnits i länet:

Att inte ha bråttom utan att det måste få ta tid och det måste få krypa ner och att man får prata om detta. Precis som man pratar om fotbollsmatcher och annat på fikarasterna. Det är mycket prat, mycket kaffe. Mycket bullar och prata om Kalmarsund och då måste de ha något slags sakinnehåll (Regional tjänsteman, DAR)

Det viktiga är det som vi pratade om, förankra en målbild så man sätter en visuell bild så att politiker både drömmer goda drömmar och mardrömmar om bilderna och förädla dem lite så drar vi åt något håll (Regional tjänsteman DAR)

5.5 Från vision till verklighet

Grunden är att vi ska börja se oss som en gemensam enhet inom ramen för Mer Kalmarsund
(Kommunal tjänsteman, DAR)

Alla de intervjuade fick frågan hur man tror att det är möjligt att förverkliga visionen av att skapa en identitetsregion. Fem angreppssätt och metoder pekades totalt ut, av vilka vissa stöds av flertalet intervjuade och andra enbart nämns av en enskild person. De som presenteras är, i fallande ordning: fortsatt regional samverkan; arbeta för en gemensam bostadsmarknad/samställd samhällsplanering; bygga ihop med infrastruktur och effektiva transportlösningar; få till det personliga mötet; extern marknadsföring och gemensamma evenemang. Dessa kommer nedan presenteras var för sig.

- Samverkan

Flertalet av de intervjuade ser behovet av fortsatt samverkan efter DAR-projektets avslut. Att man håller dialogen och samtalet mellan kommunerna vid liv och inte låter det rinna ut i sanden är en förutsättning för att man ska kunna stödja arbetet med en identitetsregion. Man ser att DAR har möjliggjort samverkan genom att ge en anledning till att mötas och arbeta gemensamt med ett regionalt perspektiv. Nu ser man behovet av att trigga igång ytterligare samverkan för att länka ihop området. Vikten av att inkludera inflytelserika politiker och tjänstemän i samarbetet poängteras, utan det politiska stödet riskerar arbetet med en gemensam funktionell region stanna upp.

- Gemensam bostadsmarknad/planering

Flera personer lyfter gemensam bostadsmarknad och samställd samhällsplanering som en metod för att arbeta fram regional identitet. Att kunna erbjuda tre olika profiler och bostadsutbud till inflyttare och sina medborgare skulle öka valmöjligheten inom prisklass och typ av boende och område. Genom att marknadsföra sig som en, så suddar man ut gränserna och får folk att se området som ett samlat istället för tre enskilda. En informant kommenterar behovet av samställd regional planering för att förstå regionens struktur och på så sätt bygga ihop området med gemensamma plandokument. Det är den mentala bilden av ett gemensamt område som man vill skapa, som invånare ska man inte känna av kommungränserna utan snarare att man lätt kan röra sig mellan flera.

- Infrastruktur

Bra infrastruktur och goda transportmöjligheterna lyfts som den yttre ramen som är viktig i att få människor att skapa en regional identitet. Infrastruktur ska bilda en sammanhållande länk inom området. Det kommenteras att E22 har denna roll idag men att det även bör finnas effektiva kollektivtrafiklänkar med. Snabbare förbindelser platser emellan ses som bidragande till att folk rör sig mer inom regionen:

För att man ska känna att man tillhör ett och samma, då måste man ha möjlighet att röra sig inom den här geografin ganska smärtfritt. Det ska vara lätt att röra sig med kollektivtrafiken (Regional tjänsteman, DAR)

Om du har möjlighet att åka snabbt mellan Kalmar och Oskarshamn då kan du faktiskt dra nytta av de arrangemang som är i Oskarshamn om du bor i Kalmar och vice versa (Regional tjänsteman, DAR)

- Det personliga mötet

Det personliga mötet både mellan invånare emellan och tjänstemän och politiker, ses som det är bidragande till att utveckla en känsla av tillhörighet. En person kommenterar att känslan av att höra samma i en och samma region inte kan kommuniceras ut utan snarare kommer utifrån det vardagliga livet. När man börjar röra sig i ett större sammanhang så kommer det av sig självt utveckla tankar om att man tillhör en större geografi:

Vi kanske inte alltid begriper när vi pratar storytelling, vi berättar våra berättelser om vad vi själva har upplevt om ortopederna i Oskarshamn eller "oj vad proffsiga de var där uppe" och så vidare. Och sådana berättelser tror jag inte vi kan skapa på en PR byrå utan de tror jag måste skapas själva på något vis och vara autentiska och ärliga för att kunna för att man ska kunna säga aha det sa han (Kommunal tjänsteman, DAR)

- Extern marknadsföring

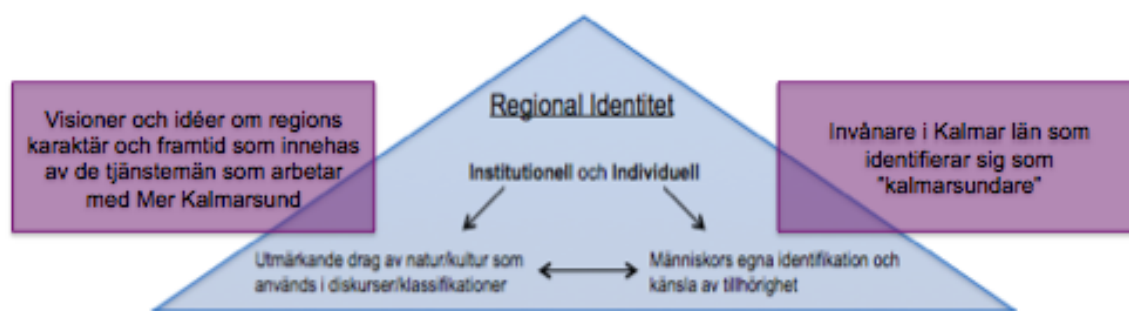
Extern marknadsföring, liknande Kalmarsundsbladet tros bidra till att bygga en medvetenhet av området och i längden även en regional identitet. Det kan även vara gemensamma evenemang och aktiviteter, gemensam närvaro på mässor, och att man samtidigt syns i media och på sociala medier.

6. Analys

I följande del kommer uppsatsens empiriska material att relateras till de teoretiska utgångspunkter och referensramar som tidigare presenterats. Förutom den inledande delen, som diskuterar rådande teorier om social konstruktion kopplat till Kalmarsund, så är kapitlet i stor del strukturerat utifrån studiens tre frågeställningar.

6.1 Arbeta med regional identitet

Den här uppsatsen tog sitt avstamp i förståelsen av regioner som en social konstruktion. Det empiriska materialet låter oss förstå att Kalmarsundsregionen i dagsläget främst är en överenskommelse mellan ett antal tjänstemän och politiker med det gemensamma motivet att arbeta för en förstorad arbetsmarknad. Att människor i området identifiera sig själv som "kalmarsundare" (vilket är ett av de fem målen i DAR-piloten Mer Kalmarsunds målbild) ses idag inte som en självklarhet. Snarare uttrycks det som föga troligt dels då begreppet, förrän väldigt nyligen, inte använts i formella sammanhang för att beskriva regionen, men även för att det traditionellt inte varit ett enande begrepp. Här kan den analytiska fördelningen av regional identitet som Paasi (2003) och Zimmerbauer (2011) presenterar vara användbar. Jag har valt att kalla denna uppdelning den "institutionell" och "individuell" sidan för att samla de båda akademikernas teorier under enande koncept (se figur 6). I fallstudien står det klart att det finns en förståelse att arbetet idag främst är inom det institutionella, det vill säga främst finns hos de politiker och tjänstemän som aktivt arbetar med det. Det finns förhoppningar inom DAR-piloten att man genom riktade medel kan stärka den regionala medvetenheten och identiteten hos sina medborgare till den grad att man känner en individuell tillhörighet till det geografiska området Kalmarsund. Att detta är möjligt stöds av Zimmerbauers (2011) som anser att de båda kategorierna är sammanlänkande processer som i mångt och mycket påverkar varandra.



Figur 6: Analytisk fördelning av begreppet regional identitet kopplat till Kalmarsund

Innan diskussionen går in och tittar på varför och hur man valt att arbeta med regional identitet inom projektet så vill jag först kommentera vidare på kopplingen mellan teorin som ser regioner som social konstruktion och den aktuella fallstudien. Paasi (2009) anser att regioner formas av diskurser och sociala praktiker där aktörernas makt påverkar deras inflytande i processen. Empirin visar att de under olika tillfällen tagits beslut som påverkat, dels vilka som blivit inbjudna till diskussion och samverkan, samt vad och vilka företeelser som koncentration och kraft har lagts på. Under Regionförbundets arbete med den regionala utvecklingsstrategin sattes ett fokus på pendlingsrelationen Kalmar och Oskarshamn emellan. I och med arbetet i Kalmar kommun så lyftes detta till att även inkludera visionen att skapa identitetsregionen Mer Kalmarsund. Genom att fokusera på ett visst område, ge inflytande till utvalda kommuner, väljs vissa aspekter ut och andra bort. Det i sin tur påverkar hur och till vad regionen formas.

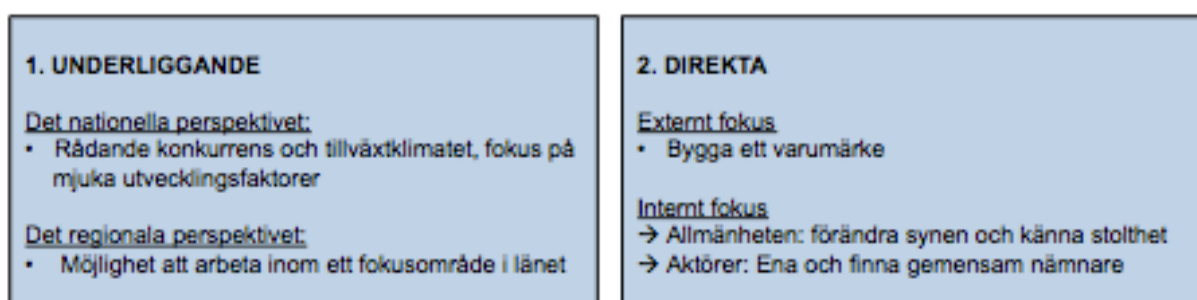
6.2 Underliggande och direkta motiv

Valet att arbeta med regional identitet inom DAR-piloten Mer Kalmarsund kan i mångt och mycket kopplas till diskursen om nyregionalism. En central punkt inom nyregionalismen är att regioner konkurrerar mot varandra i jakt på investeringar och nyinflyttare samt att arbetet med att nå tillväxt i större utsträckning lagts på regionerna själva. Heldt Cassel (2008) beskriver hur detta lett till att en viktig uppgift för dagens regioner blivit att framstå som så attraktiv som möjligt för potentiella medborgare, turister och företag. En röd tråd i samtliga intervjuer som gjorts för denna studie är medvetenheten om behovet att attrahera just kompetent arbetskraft och statliga investeringar och att detta görs i konkurrens med andra regioner runt om i landet. Flera av de intervjuades kommentarer visar på att man ser en förändring i hur en region och dess kommuner bör verka för att nå positiva resultat: *"man har ändrat sig beroende på omvärlden"*, *"man ställer sådana krav nu"*, *"det är vi mot en ännu större omvärld"* är bara några av de citat som beskriver de intervjuades syn på regionen och det klimat man som kommunal och regionalaktör måste arbeta inom. Utvecklingen inom den svenska regionalpolitiken, att lyfta immateriella konkurrensfaktorer, så som ett starkt humankapital, kan till stort ses följas i fallstudieområdet. I resultat kapitlet lyfts både samverkan och regional identitet som slagord för att nå en positiv regional utveckling och tillväxt i Mer Kalmarsund och inom länet i stort. Regional identitet kan genom detta ses som ett indirekt medel för att stärka regionens konkurrenskraft.

Om det som presenteras ovan ses som det nationella perspektivet på varför man valt att arbeta med identitetsfrågan inom projektet så kan man även uppfatta ett underliggande motiv som utspelar sig på den regionala nivån. Regionförbundet har i uppgift att arbeta för utveckling av hela Kalmar län även då länet i stort har stora variationer och olika utvecklingsförutsättningar. Att arbeta under paraplyet Mer Kalmarsund ses som en möjlighet att kunna fokusera på en viss del av länet och viktigt för att kunna utnyttja det specifika områdets tillväxtpotential. Ser

man till länets historia, dess sammansättning som härleder till 1600-talet, samt den information som ges i empirin, så blir man medveten om att den administrativa enheten Kalmar län i många avseenden enbart är sammanhållen av dess administrativa gränser. Snarare framkommer det i studien att länet och dess gränser kan ses som en ”administrativ tvångströja” som låser in regionförbundet i en konstgjord geografi. För att kunna lyfta och arbeta med den tillväxtpotential som finns i området kommenterar flera av respondenterna behovet av att den regionala aktören bör få arbeta mer med ett funktionellt fokus. Att arbeta under Mer Kalmarsund paraplyet ses således som en möjlighet att ”bryta sig ur den administrativa tvångströjan”.

Alla respondenter fick den direkta frågan om varför man i projektet valt att införa regional identitet som en del av målbilden och varför det är viktigt att arbeta med detta inom Kalmar län (se 5.1 varför arbeta med regional identitet?). I och med frågans karaktär så har jag valt att kalla dessa ”direkta” motiv (se figur 7 för tematisk bild av fördelning mellan de motiv som getts av projektgrupperna). Vidare fördelar jag de direkta motiven med externt och internt fokus. Det externa fokus som studien visar på är behovet av att arbeta för att skapa ett starkt varumärke för området som kan användas för att attrahera externa medborgare. Att sätta regionen på kartan och skapa en mental bild för utomstående ses som viktigt för att få människor att få upp ögonen för regionen. Här dras paralleller till kända regioner som Österlen och Höga Kusten som båda anses framkalla en bild av igenkännande och om var i landet de är belägna. En annan respondent kommenterar behovet av riktad profilering. Länet har redan starka varumärken inom besöksnäringen, som de kända turistplatser Öland, Astrid Lindgrens Värld och Glasriket, istället så är det snarare ett riktat varumärke för att attrahera de ”strategiska kompetenserna” som behövs, det vill säga välutbildade människor som kan tänkas flytta till området. Istället för att sprida information om regionens unika natur och kulturvärden anser denna person att det är de spännande jobben och områdets utvecklingspotential som ska visas. Dessa kan båda kopplas till de förhållningssätt som Wallis (2001) presenterar för att stödja uppbyggnaden av regional identitet. Den innebär att människor, i och med att de får ta del av information om regionen, medvetengörs om dess karaktär. Detta kan göras genom att sprida information om regionens unika kulturella och geografiska karaktär, liknande det som gjorts i och med Österlen. Ett annat angreppssätt är att istället påvisa och informera om regionens konkurrenskraft för att koppla ihop individens idéer om vilken livskvalité de vill ha med de livsstilsaspekter som kan erbjudas i området.



Figur 7: Motiv för att arbeta med regional identitet i Mer Kalmarsund

Syssner (2008) anser att vinningen med att arbeta med regional identitet är tvåfald. En stark image kan locka investerare och utbildad arbetskraft. Och med en stark regional identitet och förankring så tros befolkningen vara mindre benägen att flytta. Vid sidan av att bygga ett varumärke som kan användas för extern marknadsföring så nämns även betydelsen av att påverka den interna befolkningens syn på regionen och den mentalitet som finns i området i empirin. Genom att skapa en stolthet för platsen, tillit och en positiv framtidstro hos sina medborgare vill man att de ska känna sig mer förankrade till området och därav vara mindre benägna att flytta.

Det empiriska materialet pekar även på vikten att påverka den interna tjänstemannastaben och politiker som har möjlighet att stödja utvecklingen i rätt riktning. Motivet att arbeta för en gemensam identitet kan ses här som ett paraply under vilket man kan enas och få en mer gemensam syn. Grundel (2014) nämner att ett syfte att arbeta med identitet på regional nivå kan vara att skapa ett ideal för politiken och att genom mål och visioner skapa enighet i vissa frågor. Vi ser i fallstudien hur en gemensam målbild sätts som en sätt att få kommunerna att arbeta tillsammans. Bland annat har i Mer Kalmarsund diskussionerna om en gemensam bostadsmarknad börjat och man studerar hur man kan ta det vidare.

6.3 Hur kan målbilden realiseras?

Under studiens gång har de intervjuade fått kommentera på hur de ser att arbetet med regional identitet kan realiseras och bli verklighet i Mer Kalmarsund. I avsnitt ”5.5 Från vision till verklighet” delas svaren in i fem delar. Eftersom några av dessa går in i varandra så har jag här i diskussionen valt att presentera dem i en flytande text men inom tre övergripande teman: genom samverkan, genom infrastrukturen, samt genom extern marknadsföring.

För att förverkliga målbilden med att skapa en identitetsregion runt kalmarsund så lyfts behovet av fortsatt samverkan efter det att DAR-projektet har avslutats. En möjlig väg för samverkan som noteras i empirin är att arbeta för en gemensam bostadsmarknad och mer samställd samhällsplanering de tre deltagande kommunerna emellan. En gemensam bostadsmarknad ses som att det skulle kunna vara det samverkansprojekt som kan binda ihop området samtidigt som det kan bidra till mer insyn kommunerna emellan och ge ett mer övergripande perspektiv på samhällsplaneringen. Den regionaliseringsdebatt som pågår i Sverige idag diskuterar behovet av ett ökat regionalt perspektiv i dagens samhällsplanering (se 3.1.3 Regionalpolitik i ett svenskt kontext), vilket skulle kunna realisera några av de behov man ser av insyn och mer samställd bostadsplanering. Men fortfarande skulle man med all sannolikhet få liknande inläsningseffekter som man redan idag känner med den administrativa gränsen eftersom förslaget troligen inte kommer gå efter den funktionella geografin.

Bra infrastruktur och effektiva transportmöjligheter lyfts i empirin som en viktig komponent då det ökar möjligheten för människor att röra sig i en större geografi och på så sätt även möjliggöra att tillhörighet till ett större geografiskt område utvecklas. Det här kan kopplas till det förhållningssätt som fokuserar på de yttre ramarnas betydelse för att bygga en regional identitet. Gieryn (2000) och Zepaan och Klave (2011) presenterar båda teorier om den "territoriella" sidan av tillhörighet. Tron är här att det är människors vardagsliv och hur man rör sig dagligen som i mångt och mycket påverkar förbindelser man känner till ett specifikt område. Möjligheten att kunna ta sig lätt och effektivt från en plats till en annan, samt att det som erbjuds inom platsen i form av service, handel och arbete är åtråvärt för den regionala medborgaren gör att vissa platser blir mer självklara val än andra. Genom detta så förmodans följaktligen en anknytning till platsen och rummet formas. I empirin så lyfts behovet av ett effektivt transportnätverk, och detta är inte konstigt då själva utgångspunkten för DAR är att arbeta för samspelet kring ett regionalt transportsystem. Det personliga mötet invånare emellan lyfts som en viktig del när man ska börja känna sig som tillhörande inom en större geografi. Att personer från Oskarshamn och Kalmar träffas och tar del av respektive orts utbud. En av de intervjuade kommenterar även att det är här denne främst tror att tillhörighet skapas, det vill säga i vardagslivet och i mötet med andra människor och "*inte på en PR-byrå*". Denna syn kan kopplas till Paasis (2009) fundering av i vilken utsträckning personer faktiskt reflekterar över sin identitet, och att det kanske snarare är sådant som händer i personers vardagliga liv.

I viss utsträckning lyfts även betydelsen av extern marknadsföring för att kunna realisera Kalmarsund som en framtida identitetsregion. Idag ser man arbete som med Kalmarsundsbladet som något man tror kan öka medvetenheten hos både den externa och interna befolkningen.

6.4 Det meningsfulla innehållet

I DAR-piloten Mer Kalmarsund så medverkar personer som i sina tidigare roller arbetat i processen med att ta fram Kalmar kommuns översiktsplan, där begreppet Mer Kalmarsund myntades för första gången. Två av dessa har intervjuats för denna studie och har kunnat redogöra för den process som låg bakom uppbyggandet av begreppet. Det står klart att arbetet var en aktiv urvalsprocess där begreppet fylldes med symboliskt värde av det som sågs som "*unik och platsbundet*", och "*karakteristiskt*" för området runt kalmarsund (se 5.2 Hur man arbetat med identitet). Förutom landskapet på Öland med alvaret, tänkte man även på eklandskapet och de historiska företeelser som gick att lyfta upp, som det unika skeppsvraksarvet. Det här kan kopplas till vad Bond och McCrone (2004) kallat "hyllning av det annorlunda".

Framgångsrika och lyckade exempel på regioner runt om i världen fungerar som modeller för policy och planering (Grundel, 2014). Det empiriska materialet visar att detta har varit fallet

under processen med att bygga upp Kalmarsundsbegreppet. Man tittade på regioner som Österlen, Höga Kusten och Provence. Man har även använt sig av dessa begrepp när man förklarat vad det är man vill uppnå. De intervjuade ställde sig frågor som ”*kan vi göra någonting liknande?*”. Man tänkte på hur Österlen byggts upp från att ha varit ”*Skånes bakgård*” och att inte alls haft den berömmelse som området har idag. Det man eftertraktar här är just att få den positiva, sammanhållande image som de här områdena har och att de framkallar en mental bild om var i landet de ligger.

6.5 Intern förankring

Projektgrupperna, det vill säga styr- och arbetsgruppen, har för närvarande främst koncentrerat sig på att förankra och kommunicera ut begreppet internt till sina respektive organisationer. Tankar finns att begreppet så småningom i större utsträckning ska kommuniceras ut till en större krets inklusive allmänheten. Rätt tid spås vara när det finns konkreta resultat som man kan dela med sig av för att hindra att projektet blir ett ”top-down” försök som inte får någon förankring alls hos gemene man utan snarare får ”*den kritiska granskningen*”. Resultat är bland annat en implementering av superbussen som man sedan ser att man kan presentera regionen utifrån. Arbetet med identitet idag riktas från projektet sidan alltså främst emot den interna sfären med sina tjänstemannakollegor och politiker. Dock så ser man inom empirin att begreppet även börjar få spridning utanför projektet, dels där de näringslivsansvariga inom kommunerna gått samman för att starta det så kallade ”Kalmarsundsbladet” och näringslivsrepresentanter från olika företag som själva skapat lobbygruppen ”Kalmarsund promotion”.

Det framkommer i intervjuerna att den nya regionen Mer Kalmarsund dels tros komma skapas genom diskurs. Många av respondenterna anser att det behövs tid för att få begreppet att sjunka in hos allmänheten, kollegor och politiker. Det behövs tid för att människor ska kunna diskutera Mer Kalmarsund, få läsa om det i tidningen och höra det på gatan. Det krävs ”mycket prat, mycket kaffe och bullar” för att begreppet tids nog ska bli en självklarhet för de som bor kring sundet och även runt om i landet, lika mycket som Österlen idag är en självklarhet för Skåne och Sverige i stort.

7. Slutdiskussion och avslutande reflektioner

Denna del kommer diskutera slutsatserna och ge rekommendationer till projektets fortgående arbete. Avslutningsvis så presenteras tankar inför framtida forskning.

7.1 Diskussion kring motiv

Denna fallstudie har i stort bekräftat teorier som beskriver regional identitet som en mjuk utvecklingsfaktor. Resultatet visar på ett flertal motiv till varför man inom fallstudieområdet valt att arbeta med fokus på att bygga upp en ny identitetsregion, vilka jag valt att dela in i underliggande och direkta motiv. Det står klart att man inom olika planeringssammanhang i Kalmarsundsområdet har använt regional identitet men att det sålunda setts som en resurs för att uppnå andra mål i regionarbetet, bland annat för att minska antalet utflyttande och att attrahera inflyttare. Ett annat motiv beskrivs som möjligheten för länets regionala aktör, regionförbundet i Kalmar län, att få fokusera på den tillväxtpotential som finns inom ett specifikt område genom att arbeta under ett enande (och diskuterbart, exkluderande) paraply. Vid sidan av dessa så ser man även att regional identitet kan bidra till att skapa ett starkt varumärke och en mental bild som kan få upp ögonen hos externa medborgare för regionen och dess bra kvalitéer. Samt att det kan bidra till att få den interna befolkningen till att känna stolthet och de interna tjänstemännen och politiker att enas under en samlad vision.

En avslutande reflektion angående de motiv som getts till varför man valt att arbeta med regional identitet är angående möjligheten för regionförbundet att koncentrera på ett specifikt område av länet för att tillgodose dess utvecklingsmöjligheter och fulla tillväxtpotential. Introduktionen till studien redogjorde för den problembild som Kalmar län står inför eller snarare dragits med under en väldigt lång tid. Större delen av länet har en avfolkningstrend där i stort sätt alla inlandskommuner tappar starkt i befolkning och är i stort behov av något slags stöd. Vad som står klart är att DAR-piloten och Mer Kalmarsundsområdet är den starkaste delen av kommunen och inkluderar de enda kommunerna (om man räknar in Mörbylånga) som har en positiv befolkningstillväxt. Detta gör att man kanske i och med riktade insatser mot just det starkaste området, i samma veva, skapar ett internt periferi med en ännu mer nedåtgående trend i de omkringliggande kommunerna. Det andra argumentet är att man måste våga satsa och kunna tillgodose de funktionella arbetsmarknadsområden som man har i området för att i över huvud taget kunna stå sig i konkurrensen med andra regioner.

Det är kanske ändå viktigt att ta ett steg tillbaka och reflektera över på vilket sätt det arbete som görs i dagsläget inom samhällsplanering ligger inom rådande diskurser för tillväxt, konkurrens och urbanisering. Det som i mycket ses som ett planeringsideal idag – förstörade

arbetsmarknadsområden och högre pendling in till stadsområden – kanske i sin tur skapar nya problem som vi inom en snar framtid kommer behöva arbeta med för att lösa. Å andra sidan så spås Sveriges arbetsmarknader reduceras från ett 80-tal ner till under 60 de närmsta 20 åren. Kanske är det så att det inte finns någon väg tillbaka. Vi blir alltmer mobila, transportalternativen alltmer effektiva, kanske bör vi snarare hjälpa utvecklingen på traven och se till att man med effektiva transportsystem fortfarande kan bo på landsbygden men kunna pendla snabbt och miljösmart till ett regioncentrum för arbete, skola och service.

7.2 Samverkan, infrastruktur och marknadsföring

Denna studie har visat att det inom fallstudieområdet finns en tilltro till att regional samverkan, utbyggandet av infrastruktur och extern marknadsföring kan realisera visionen om regional identitet. Samverkan har fördjupats mellan de tre kommunerna, Kalmar, Mönsterås och Oskarshamn, i och med medverkandet i DAR. Frågan som bör tas vidare är på vilket sätt och i vilka former denna samverkan tas vidare då DAR projektet drar till sitt avslut om ett års tid. Detta kan möjligen vara inom det arbete som redan påbörjats med fokus på en gemensam bostadsmarknad.

Vid sidan av samverkan så beskrivs även byggandet av de yttre ramarna som en viktig faktor till skapandet av en regional identitet. Bra infrastruktur och effektiva transportnätverk möjliggör mobilitet och tillgänglighet till en större geografi. Dock så skapar det inte per se en attraktiv region. DAR handlar om att studera samspelet mellan den rumsliga bebyggelsen, infrastruktur och transport och hur de tillsammans kan bidra till skapandet av attraktiva platser. För att bygga upp platser människor kopplar till sina vardagsliv bör man fortsätta med detta integrerade och regionala perspektiv i sin framtida planering.

Extern marknadsföring nämns även det som en metod som kan stötta arbetet med att bygga upp en regional identitet. Bland annat ses det redan etablerade Kalmarsundsbladet som ett bra sätt att nå ut till externa medborgare under en gemensam flagga och att liknande förhållningssätt bör användas under event där man bland annat kan presentera området under en gemensam fana.

7.3 Tankar kring arbetet med identitet

I empirin ser man att det varit en aktiv urvalsprocess i att fylla begreppet Mer Kalmarsund med mening och symboliskt innehåll. Detta arbete har främst skett under utförandet av Kalmars översiktsplan. I den processen har man tagit inspiration från andra områden som man anser har den bilden man vill åstadkomma med Kalmarsundsbegreppet. Unika företeelser har valts ut för att få representera området. Även då vissa ser det som mål att kommunicera ut Kalmarsund till en bredare publik så har ännu inga aktiva steg tagits i denna riktning. Fokus har främst riktats till att kommunicera ut begreppet internt inom

kommunerna till politiker och tjänstemän för att få det att bli förankrat och mindre personberoende.

En reflektion och rekommendation angående det arbetet som hittills har gjorts med regional identitet i Mer Kalmarsund är att när tiden väl kommer att kommunicera ut begreppet till den interna och externa befolkningen så bör extra fokus läggas på riktad profilering. Arbetet med att bygga upp begreppet innebar att man tittade på de unika värdena som fanns i området. Under process tog man inspiration från områden som Österlen och Höga Kusten. Tittar man på dessa områden så är de främst kända för sin besöksnäring. I en profilering riktad mot turister så bör man kanske använda sig av det redan etablerade varumärket Öland och genom det kunna erbjuda ett mervärde i Kalmarsund. För den externa och interna befolkningen gäller det snarare att få människor att få upp ögonen för de omkringliggande områdena och se de möjligheter som finns därinom. Här har redan Kalmarsundsbladet kommit en bit på vägen men mer kan, som det redan förstås i projektet, göras.

Även då man i nuläget ännu inte kommit till ett realiserande av superbussen mellan Kalmar och Oskarshamn så bör man inte hålla allmänheten utanför. För att visionen om att folk ska känna sig som "kalmarsundare" ska bli verklighet så krävs det att den individuella sidan av regional identitet byggs upp. Detta kan stöttas genom att bygga den yttre ramen med effektiva transportlösningar i området men även att människor medvetengörs om de möjligheter som det aktivt arbetas för inom projektet.

7.4 Avslutande reflektioner

Denna studie har gett ett bra tillfälle att få gå in på djupet under en process av regionskapande. Om 10 år kanske projektet med Kalmarsund har glömts bort, eller så är det ett välkänt begrepp som används och nämns i olika sammanhang runt om i landet. I vilket fall som helst, så har denna studie kunnat komma in i en aktiv planeringsprocess där mening och innehåll tillgetts ett regionalt område.

Intressanta framtida studier kan vara att undersöka de omkringliggande kommunernas attityd till projektet och Mer Kalmarsund. Då mycket och mycket inom planeringsvärlden i Sverige är beroende av politiska beslut för att gå igenom så vore även en studie om olika politikernas attityd till projektet intressant att studera. Ett annat fokus skulle kunna vara att undersöka den individuella sidan av regional identitet liknande den som utförts av Lidström (2012). Detta skulle visa vilka regionala tillhörigheter som kan urskiljas i området idag. En sådan studie kan vara intressant i den rådande storregionsdebatten.

8. Referenser

- Andersson, F. och Molina, I. (2008) 'Regionalisering och skalpolitik', i Andersson, F., Ek, R., Molina, I. (red.) *Regionalpolitikens geografi – regional tillväxt i teori och praktik*, Lund: Studentlitteratur, 115-138
- Andersson, F., Ek, R. och Molina, I. (2008) 'Introduktion: En regional politik i förändring', i Andersson, F., Ek, R., Molina, I. (red.) *Regionalpolitikens geografi – regional tillväxt i teori och praktik*, Lund: Studentlitteratur, 7-36
- Anholt, S. (2010) *Places, identity, image and reputation*, Hampshire: Palgrave Macmillian
- Arbetsförmedlingen (2010) *Generationsväxlingen på arbetsmarknaden – I riket och I ett regional perspektiv*, Rapport
- Berg, G.C. (2008) 'The economics of transnational regions: meaning and measure', *The international trade journal*, 22(1): 63-84
- Blomberg, B. och Lindquist, S-O. (1994) *Den regionala särarten*, (red.), Lund: Studentlitteratur
- Bond, R. Och McCrone, D. (2004) 'The growth of English regionalism? Institutions and identity', *Regional & federal studies*, 14(1):1-25
- Boschma, R. (2004) 'Competitiveness of regions from an evolutionary perspective', in *Regional studies*, 38(9): 1001-1014
- Bryman, A. (2008) *Social research methods*, (3 uppl.), Oxford: University press
- Burr, V. (2003) *Social constructionism*, (2 uppl.), London: Routledge
- Ek, R. (2003) *Öresundsregion – bli till! De geografiska visionernas diskursiva rytmer*, Diss., Lunds universitet
- Ek, R. och Tesfahuney, M. (2008) 'Den post-politiska regionen som fångst- och rörlighetsterritorium', i Andersson, F., Ek, R., Molina, I. (red.) *Regionalpolitikens geografi – regional tillväxt i teori och praktik*, Lund: Studentlitteratur, 81-114
- Fernández, C. (2000) *Regionalisering och regionalism: Idé, ideologi och politisk verklighet*, Lund: Statsvetenskapliga institutionen, Lunds universitet
- Gidlund, J. och Sörling, S. (1993) *Det europeiska kalejdoskåpet*, Stockholm: SNS Förlag
- Gieryn, T. (2000) 'A Space for Place in Sociology', *Annual Review of Sociology*, 26: 463–496

- Gren, J. (2002) 'New regionalism and west Sweden: the factors of change in the regionalism paradigm', *Regional & federal studies*, 12(3): 79-101
- Grundel, I. (2014) *Jakten på den attraktiva regionen: En studie om samtida regionaliseringsprocesser*, Diss., Karlstad universitet
- Heldt Cassel, S. (2003) *Att tillaga en region: Den regionala maten i representationer och praktik – exemplet Skärdgårdssmak*, Diss., Uppsala universitet
- Heldt Cassel, S. (2008) 'Platsmarknadsföring, regional image och jakten på attraktivitet', i Andersson, F., Ek, R., Molina, I. (red.) *Regionalpolitikens geografi – regional tillväxt i teori och praktik*, Lund: Studentlitteratur, 161-184
- Hsieh, H-F. och Shannon, S.E. (2005) 'Three approaches to qualitative content analysis', *Qualitative health research*, 15(9): 1277-1288
- Kalmar kommun (2013) *Unika Kalmar, Översiktsplan för Kalmar kommun*, Antagande av Kommunfullmäktige 17 juni 2013
- Karlsson, J. (2014) 'Regeringen bidrar till avfolkning', *Länstidningen Norr/Vimmerby tidning*, 17 april, <http://www.vimmerbytidning.se/article/view/58093/> (Hämtad 2015-06-01)
- Le Galés, P. och Lequesne, C. (1998) *Regions in Europe*, (red.), London: Routledge
- Lidström, A. (2012) *Ett delat Norrland – på väg mot regioner?*, (red.), Forskningsrapporter i statsvetenskap, Umeå universitet
- Lind, P. (2010) *Regionbildning I Skåne, Götaland och i Svealand: ledande politiker och tjänstemäns syn på tre regionbildningar*, Arbetsrapport Nr. 743, Uppsala universitet
- Mönsterås kommun (2014) *Bostadsförsörjningsprogram, Mönsterås kommun*, Förslag 2014-06-24
- Nutek (2006) *Framtidens arbetsmarknadsregioner – ett uppdrag från ansvarskommittén*, rapport
- OECD (2011) *Territorial Review: Småland-Blekinge*, Rapport/OECD
- Paasi, A. (1996) *Territorier, Boundaries and consciousness: the changing geographies of the Finnish-Russian border*, Chichester: Wiley
- Paasi, A. (2001) 'Europe as a social process and discourse: considerations of place, boundaries and identity', *European, urban and regional studies*, 8(1): 7-28
- Paasi, A. (2002) 'Place and region: regional worlds and words', *Progress in human geography*, 26(6): 802-811
- Paasi, A. (2003) 'Region and place: regional identity in question', *Progress in Human Geography*, 27(4): 475-485

- Paasi, A. (2007) 'Regional identity – theoretical viewpoints and empirical examples of a contested category', i Elenius, L. och Karlsson C. (Red.) *Challenges of Globalisation and regionalization*, Studies in northern European histories 4, Luleå universitet
- Paasi, A. (2009) 'The resurgence of the 'Region' and 'Regional Identity': theoretical perspectives and empirical observations on regional dynamics in Europe', *Review of international studies*, 35: 121-146
- Regionfakta (2011) *Kalmar län – fakta och perspektiv*, <http://www.regionfakta.com/Kalmar-lan/Befolkning-och-hushall/Befolkning/Befolkningsutveckling-1805-2010> [2015-06-01]
- Regionförbundet i Kalmar län (2012) *RUS – Regional utvecklingsstrategi för Kalmar län 2012-2020*
- Rennstam, J. och D. Wästerfors (2011) 'Att analysera kvalitativt material', i G. Ahrne och P. Svensson (red.) *Handbok i kvalitativa metoder*, Malmö: Liber, 194-210
- Statistiska centralbyrån (2010) *Lokala arbetsmarknader – egenskaper, utveckling och funktion*, Rapport
- Strömbom, L. (2003) *Identitet och identitetspolitik i Sveriges regioner*, Lund: Statsvetenskapliga Institutionen Lunds Universitet
- Svensson, P. och G. Ahrne (2011) 'Att designa ett kvalitativt forskningsprojekt', i G. Ahrne och P. Svensson (red.) *Handbok i kvalitativa metoder*, Malmö: Liber, 19-35
- Syssner, J. (2008) 'Den regionala medborgaren' i Andersson, F., Ek, R., Molina, I. (red.) *Regionalpolitikens geografi – regional tillväxt i teori och praktik*, Lund: Studentlitteratur, 37-56
- Syssner, J. (2009) 'Conceptualizations of culture and identity in regional policy', *Regional & federal studies*, 19(3): 437-458
- Syssner, J. (2011) 'No space for citizens? Conceptualizations of citizenship in a functional region', *Citizen studies*, 15(1): 109-123
- Syssner, J. (2011b) *Världens bästa plats? Platsmarknadsföring, makt och medborgarskap*, Lund: Nordic academic press
- Tewdwr-Jones, M. och Allmendinger, P. (2006) 'Territory, identity and spatial planning', i Tewdwr-Jones, M. och Allmendinger, P. (ed.) *Territory, identity and spatial planning*, London: Routledge, 3-21
- Trafikverket (2014) *Den attraktiva regionen*, <http://www.trafikverket.se/denattraktivaregionen> [2015-05-22]

- Wallis, A.D. (2001) 'Making regions viable by making them imageable', I *National Civic Review*, 90(1): 75-84
- Yin, R.K. (2003) *Case study research: Design and methods*, Thousands Oaks: Sage (3 uppl.)
- Zepa, B. och Klave, E. (2011) 'National identity, mobility and capability', in *Human development report*, Riga, University of Latvia, ISBN 978-9984-45-534-1
- Zimmerbauer, K. (2011) 'From image to identity: building regions by place promotion', *European planning studies*, 19(2): 243-260
- Ålind, P. och Tallhage Lönn, I. (2014) 'Mer Kalmarsund – ett pilotprojektom samverkan för utveckling av gemensam attraktivitet och identitet', I antologin *Den attraktiva regionen – målbilder och utvecklingsstrategier*

Appendix I

Intervjuer med tjänstemän inom DAR-piloten Mer Kalmarsund:

2015-03-16 Ordförande, Regionförbundet i Kalmar län

2015-03-17 Infrastrukturstrateg, Kalmar Länstrafik

2015-03-18 Utvecklingschef, Oskarshamn kommun

2015-03-18 Plankoordinator, Kalmar Kommun

2015-03-19 Samhällsplanerare, Trafikverket

2015-03-20 Planchef, Oskarshamn kommun

2015-03-20 Infrastrukturstrateg, Regionförbundet i Kalmar län

2015-03-23 Kommunchef, Mönsterås kommun

Intervjuer med tjänstemän utanför DAR-piloten:

2015-03-19 Kommunikationsansvarig, Regionförbundet i Kalmar län

2015-03-19 Platsutvecklare, Attraktiva Oskarshamn

Deltagit på följande möten i pilotprojektet Mer Kalmarsund:

2015-02-13 Arbetsgruppsmöte

2015-02-17 Styrgruppsmöte

2015-03-19 Arbetsgruppsmöte

2015-05-08 Arbetsgruppsmöte

Deltagit på följande seminarium och möten inom nationella DAR:

2015-02-05 Nationellt arbetsgruppsmöte

2015-03-12 Workshop: Stationsnära planering

2015-05-25 Idéseminarium

Appendix II

Bakgrund och allmänna frågor

Nuvarande arbetsplats och arbetsuppgifter?
Roll inom DAR-piloten Mer Kalmarsund?

Mer Kalmarsund – bakgrunden

Berätta om bakgrunden till Mer Kalmarsund projektet

Namnet?

Vilka kommuner? Varför inte andra? Fanns det förankringar?

Har det funnit några konflikter/oro från omkringliggande kommuner

Ser du den samverkan som finns nu som något permanent?

Vad ser du att Mer Kalmarsund ingår i för regionaltkontext idag?

Ser du Mer Kalmarsund som en region?

Åsikter om regional identitet

Berätta om bakgrunden till att införa regional identitet i er målbild?

Var någon drivande?

Fanns det på tapeten innan DAR?

Vad innebär det för en region att ha en gemensam identitet?

Är det viktigt?

Hur ser du på Kalmarsundidentiteten?

Tror du att människor identifierar sig/känner tillhörighet med Kalmarsund idag?

Finns det andra identiteter i området?

Det bakomliggande arbetet

Om man tittar på arbete i Mer Kalmarsund, hur kan man gå från vision till verklighet?

Konkreta åtagande?

Vad har ni gjort?

Vad är det som behövs tror du för att en gemensam identitet ska utvecklas?

Har ni kommunicerat Mer Kalmarsund ut till andra aktörer? (Om så, vilka?)

Tror du andra anammat idén/blivit påverkade? (Om så, vilka och hur?)

(Någon drivande från näringslivet?)

Hur ser du på allmänhetens roll i projektet?

Avslutande frågor

Tror du att det kommer att lyckas?
Är det något mer du vill tillägga?