

2020 VISION

*I den attraktiva staden Umeå
förenas kompetens, kommunikation
och entreprenörskap till global
konkurrenskraft och hållbar tillväxt*

Den 13 november 2020

Förord

Följande dokument är resultatet av ett stort antal möten i Umeå. Tre arbetsgrupper har vid tre tillfällen vardera och vid ett avslutande möte med samtliga grupper diskuterat innehåll och utkast till vision, mål, strategier och åtgärder. Det har rört en näringslivsvision med sikte på år 2020.

Vid diskussionerna har många frågor dryftats. Sammansättningen av grupperna har påverkat innehållet. En grupp har dominerats av unga Umeåbor, en av i huvudsak småföretagare och en grupp av representanter från de större företagen i Umeå. Grupperna har var för sig kommit med förslag och idéer till hur vision Umeå 2020 ska se ut.

En första sammanställning av diskussionerna presenterade vid ett gemensamt möte den 25 september 2008. Synpunkterna från detta möte inarbetades i ett dokument som sedan presenterades för Tillväxtalliansen den 10 oktober 2008.

Här redovisas det reviderade dokumentet, där förslag och idéer från "näringslivets Umeå" först sammanfattas i ett kort "samtal" från den 13 november år 2020. Skildringen fångar visionens huvuddrag på tre sidor. För den som vill fördjupa sin läsning och se mer av de förslag och tankar som förts fram i arbetet med visionen ges sidhänvisningar för fortsatt läsande.

Ambitionen har varit att fånga Umeås framgångsvägar i en komplex och spännande framtid. Dokumentet avslutas med ett avsnitt som ger en koppling till vetenskapliga rön kring regional utveckling. Denna visar att Umeå "hittat rätt". Nu återstår det viktigaste: att gå från ord till handling!

Vid pennan för arbetsgrupperna och Tillväxtalliansen

Dan Hjalmarsson

Innehåll

Tiden är 13 november 2020	7
Bakgrund och förutsättningar	7
2020 VISION	11
Mål och strategier	11
Åtgärder: Kompetens för global konkurrenskraft	13
Åtgärder: Kommunikation för konkurrenskraft	17
Åtgärder: Det entreprenöriella Umeå – inom alla områden	21
Åtgärder: Den attraktiva staden – tät och nära	26
Genomförandet	30
En not om den vetenskapliga grunden för visionen	32
Deltagare i arbetsgrupperna som format visionen	34

2020 VISION¹

I det följande refereras ett tänkt samtal som utspelar sig den 13 november 2020: Det är frågor och svar som sammanfattar Umeås vision, mål, strategier och åtgärder

Fråga: Hur kommer det sig att Umeåregionen idag – **den 13 november 2020** – är internationellt konkurrenskraftig och erkänd som en av de mest hållbara tillväxtregionerna i världen? Varför är Umeå den största och mest dynamiska arbetsmarknaden norr om Stockholm? Vilken är hemligheten bakom Umeås framgångar?

Svar: Jag tror att framgången beror mycket på den vision som Umeås näringsliv var med och formade redan år 2008. Man tog inte bara fram en vision utan såg också till att förverkliga denna. Visionen, som fortfarande är aktuell löd:

I den attraktiva staden Umeå förenas, kompetens, kommunikation och entreprenörskap till global konkurrenskraft och hållbar tillväxt.

Fråga: Låter bra, men vad betyder det egentligen?

Svar: Låt mig börja med **målen**: Global konkurrenskraft och hållbar tillväxt. Det globala beroendet och den stenhårda konkurrensen blev påtagligt i spåren av den finansiella och realekonomiska krisen som kulminerade år 2009. Och redan tidigare var medvetenheten stor om allvaret i miljöfrågorna. Samtidigt var de kvantitativa tillväxtmålen för Umeå högt ställda. Man måste bli större för att klara sig!

En **strategi** i två delar tog fram:

Den första delen handlade om att förena kompetens och konkurrenskraft. Umeå hade länge varit "kunskapsstaden", med framgångsrika universitet, en bra utbildningssektor och ett rikt kulturliv, inte minst som en följd av att Umeå blev Europas Kulturhuvudstad år 2014. Men problemet, som näringslivet såg det, var att kompetensen och kulturen inte i tillräcklig omfattning förenades med entreprenörskap till lönsamt företagande. Näringslivet ville vara med och ändra på detta. Man bestämde sig för att vara mer "närvarande" i kunskapsstaden. Se till att "kunskapsstaden" och "näringslivet" antog utmaningarna tillsammans.

Den andra delen av strategin handlade om stadens utveckling: Att näringsliv, akademi, kommun och landsting gemensamt måste bygga den attraktiva staden där kreativa och entreprenöriella människor möts kring hållbar tillväxt. Investeringar i byggnader, men också i kreativa processer, har gjort staden till ett

Läs mer på
sid. 11 - 12

Läs mer på
sid. 12

¹ 20/20 vision indicates the sharpness or clarity of vision at a distance.

drivhus för idéer. Ingenstans har stadsplaneringen så tydligt knutits till global konkurrenskraft och hållbar tillväxt som i Umeå.

Fråga: *Målet är alltså global konkurrenskraft och hållbar tillväxt och strategin är att ta vara på kompetensen och den attraktiva stadens fördelar. Men vad var är det som har hänt sedan 2008? Vad har Umeå gjort? Vad är det för åtgärder?*

Svar: *Ett sätt att beskriva detta är att återknyta till visionens fyra **åtgärdsområden** – (1) kompetens,(2) entreprenörskap,(3) kommunikation och (4) den attraktiva staden - och beskriva vad som gjorts inom dessa områden:*

När det gäller den attraktiva staden har utvecklingen varit enastående. Staden har lyckats förenat handel, boende, konstnärligt campus, resecentrum, kulturhus, evenemangsarena och nordiskt logistikcentrum till en skapande helhet. Kulturhuvudstaden menar att Umeå kan ses som ett levande konstverk där många kreativa krafter skapar en hållbar stad. Mellan åren 2008 och 2020 investerades tiotals miljarder SEK i byggnader och anläggningar i den attraktiva staden.

Läs mer på sid. 26 - 29

Inom åtgärdsområdet kompetens har mycket gjorts för att kunskapsstaden ska kunna härbärgera fler lönsamma affärer. En del i detta är att näringslivet varit närvarande i den akademiska forskningen. Totalt talar vi om miljardbelopp i samverkansprojekt av olika slag under det senaste decenniet. Men det är inte bara universiteten utan hela utbildningssektorn som har aktiverats. Idag är föreläsare från näringslivet och offentliga verksamheter snarare regel än undantag i skolan och i allt lärande. Och forskningen tacklar samhällsfrågor och näringslivsrelevanta spörsmål. Kompetens för konkurrenskraft utvecklas i möten som kännetecknas av ömsesidighet, respekt, kreativitet och affärsmässighet.

Läs mer på sid. 13 - 16

Åtgärder för förbättrad kommunikation har varit viktiga. Umeå växer, men blir naturligtvis aldrig så stort att staden kan ha allt inom sina egna gränser. Resurser måste komma från annat håll, genom inflyttning, allianser och samverkan. Umeå har haft unika framgångar. Ingen annan ort i Sverige har flera utrikes födda i arbetskraften och inom akademien. Och de förbättrade kommunikationerna gav oss redan år 2010 60 000 nya "invånare" på den dynamiska arbetsmarknaden, genom att Botniabanan kopplade oss samman med Örnsköldsvik. Tillväxtalliansen, som var med och tog initiativ till visionen, har ytterligare fördjupat samarbetet med kommunerna i alliansen. Vi jobbar nu tillsammans! En majoritet av Umeåborna ser sig själva som ambassadörer för den attraktiva staden och för hela regionen. Vi är stolta och berättar om vår region för alla som vill höra! Alla kommunicerar externt men också inom Umeå: Kulturen, näringslivet och det offentliga "talar" med varandra.

Läs mer på sid. 17 - 20

Tillsist men inte minst har mycket gjorts för att stärka entreprenörskapet. Näringslivets "närvaro" i skolan, och samhället i stort har lett till att mer än var tredje Umeåbo – lika många kvinnor som män – vill driva eget. Detta är långt över riksgenomsnittet. Det har blivit lättare att starta eget idag, då avknoppningar från både privata och offentliga företag ses som något positivt.

Idag nyregistreras fler än 1 000 företag varje år. Rörligheten mellan privata och offentliga verksamheter har också ökat. Dessutom har Umeå i förhållande till andra regioner fler "gränsgångare", som både arbetar offentligt och privat. Vidare har ett upphandlingsforum etablerats, där företagare och offentliga upphandlare möts och gör ömsesidigt fördelaktiga affärer. Det viktigaste är naturligtvis att allt detta lett till att attityderna i hela samhället förändrats. I Umeå är entreprenörskap och kulturellt skapande ofta samma sak. I visionen för Kulturhuvudstaden 2014 uttrycktes det som att "kulturen genomsyrar och syresätter all verksamhet ... kulturen som drivkraft för nyfikenhet och passion, om kulturen som en arena för skapande, kritiska och engagerade medborgare och om kulturen som drivkraft för ett mer hållbart samhälle." I Umeå är den bästa "produkten" och "tjänsten" den som får människor att växa, i en hållbar värld. Runt om i Sverige talar man nu om det entreprenöriella Umeå som ett föredöme där man "köper" hållbar tillväxt!

Läs mer på
sid. 21 -25

Visionens fyra åtgärdsområden har blivit till en skapande enhet. Detta inspirerar de många beslut som ger förutsättningar för visionen. I dagens Umeå lever visionen, målen nås och strategierna genomförs ...

Fråga: Hur kom ni igång? Hur gick **genomförandet** till?

***Svar:** Vi började med att sätta skarpa mål. Till exempel skulle vi att göra Umeåregionen till norra Sveriges mest dynamiska arbetsmarknad med 210 000 människor, tillsammans med Örnsköldsvik. Vi ville också att entreprenörskap skulle vara i fokus och genomsyra hela samhället. Därför skulle alla elever i gymnasiet få delta i ung företagsamhet eller annan typ av kreativ entreprenörskapsutbildning. Målen var också att var tredje Umeåbo skulle vilja starta eget och att 1 000 nya företag skulle startas varje år. Vi skulle ordna ett upphandlingsforum för att stärka dynamiken i regionen. Andra skarpa mål var att andelen affärsmässiga forskningssamarbeten mellan akademi och näringsliv skulle öka med mer än 100 procent och att fördubbla antalet akademiker i våra företag. Tillsammans med målet om att tredubbla antalet kommersiella avknoppningar från akademi, landsting och kommun var detta djärva ambitioner. Till sist ett avslutande exempel på ett av de mål vi ställde upp: Umeå 2020 skulle ha 10 inkubatormiljöer för unga företag varav fyra med fokus på kreativa näringar och hållbar utveckling. Vi har nått alla våra mål och bygger vidare på visionen.*

Läs mer på
sid. 30

Umeå hade förstås en bra utgångspunkt! Priset som Tillväxtkommun 2008 var ett tecken bland flera. Men visionen signalerade tydligt att Umeå "ville mer"! Tillväxtalliansen fick uppdraget att samordna arbete. Pengar avsattes till så kallade inspiratörer och stigfinnare vars uppgift var att få med så många som möjligt i ett aktivt medskapande av en konkurrenskraftig och hållbar tillväxt. Dessa stigfinnare tog ansvar för att etablera arbetsgrupper med representanter från akademien, kommun, landsting och näringslivet som såg till att agera för att nå målen. Dessa aktiviteter inspirerade det "ordinarie" Umeå att ta nödvändiga steg i riktning mot global konkurrenskraft och hållbar tillväxt. Och arbetet fortsätter förtrutet.

Tiden är 13 november 2020

En vision är en framtidssyn, en berättelse om en framtida önskad verklighet. I detta dokument beskrivs Umeå den 13 november 2020, så som näringslivet vill ha det:

Bakgrund och förutsättningar

Utmaningarna för näringslivets Umeå

När arbetet med näringslivets vision för Umeå inleddes år 2008 var alla eniga om att Umeå skulle behöva växa för att klara utmaningarna. Man var också medvetna om att det skulle behövas ännu flera jobb i den privata sektorn. Detta var inget helt nytt, då det privata näringslivet redan var regionens tillväxtmotor sedan många år. Men det behövdes alltså ännu mer.

Ett grundvillkor för att man skulle lyckas var att kostnaderna i Umeå för arbetskraft, kapital och transporter förblev rimliga. Men man visste också att det inte räckte med det! Umeås näringsliv måste dessutom vara smartare, mer entreprenöriellt än andra regioners näringsliv för att varje år kunna generera de tusentals nya jobb som behövdes inom det privata näringslivet. De gällde att kompensera för de arbeten som naturligt försvinner genom konkurser eller nedläggningar av andra skäl, vilket Umeå sedan länge klarat av. Den stora utmaningen var förstås att se till att den växande befolkningen hade arbeten att gå till. I Umeå var det som hos Alice i Underlandet – att man måste springa det värsta man orkar för att vara kvar på samma ställe. Och vill man komma någonstans fick man springa ännu fortare ... Och det var precis vad man gjorde!

**Tusentals
nya jobb**
...

I de många samtalen om näringslivets utveckling i samband med att visionen togs fram återkom ständigt frågorna om globalisering och global konkurrens. Särskilt de stora internationella koncernerna i Umeå betonade att det inte var tillräckligt att vara bäst i Norrland eller ens i Sverige. Beslut om investeringar och lokaliseringar fattas i globala perspektiv. Därför måste Umeå ständigt mäta sig med orter som Shanghai, Gent och Murmansk för ha en chans att expandera eller ens ha kvar sina nuvarande verksamheter. Men även de små serviceföretagen visste att det gällde att kunna matcha utbudet i omvärlden, annars var inte Umeå ett alternativ på

sikt.

De tusentals nya jobben måste således skapas i knivskarp internationell konkurrens! Umeå måste "ta i mera"! Visionen 2020 skulle peka mot "ännu bättre"! Alla tycktes vara överens om att Umeå stod inför mycket stora utmaningar och tuffa mål. Men man såg också att möjligheterna att klara dessa var goda.

... i global
konkurrens
krävs för att
nå framgång

Fanns en god grund att bygga vidare på

När näringslivets företrädare talade om utmaningar såg de självklart till den egna förmågan att stärka sina respektive affärsidéer och sina positioner på de globala marknaderna. Men för att kunna göra detta hållbar och över tiden måste Umeå i ett fruktbart "möte" mellan näringsliv, offentlig sektor och akademi tillsammans kunna erbjuda världsklass när det gäller entreprenörskap, kompetens, öppenhet och en attraktiv, tät och nära stad. I samtalen om näringslivets konkurrenskraft handlade det således i hög grad om att skapa förutsättningar för dessa kreativa och ömsesidiga möten mellan offentligt och privat. Detta blev också stommen i den vision som näringslivet vill se förverkligad.

Den egna
konkurrens-
förmågan
avgörande

Den kommunala organisationen hade under 2000-talets första år drivit ett omfattande arbete för att kartlägga omvärldsförändringar och ta fram visioner för kommunens egna verksamheter. Det var omvitnat att Umeå kommun var konkurrenskraftig. Flera utmärkelser som Årets kvalitetskommun 2005, Årets IT-kommun 2007, Umeå Fritid Guldlänken 2008, Union of Baltic Cities "Innovative Cultural Activity of the Year 2006, 2007" och United Nations Public Sector Awards 2008 och slutligen Årets Tillväxtkommun 2008 talade sitt tydliga språk. Umeås kommunala organisation var redan då i topp! Den fick inte minst höga betyg för sitt samarbete med näringsliv och akademi.

Årets
Tillväxt-
kommun
2008

På samma sätt hade Umeå universitetet förberett sig för framtiden. I omvärldsanalyser och visioner hade framtiden "beskrivits". Inget annat än global världsklass var gott nog för långsiktig konkurrenskraft. Nyckelord var fokusering och ett nära samspel med näringslivet i Umeå och runt om i världen. Inom utbildnings- och forsknings-Sverige hade Umeå universitet redan fått flera erkännanden för ett högklassigt strategiskt arbete och en förmåga till långsiktigt tänkande. Sveriges förenade studentkårer (SFS) gav Umeå utmärkelsen Årets studentstad 2006, framförallt för den uppmärksammade samarbetsmodellen mellan universiteten, kommunen, studentkårerna och näringslivet. Den internationella tidningen Business Week hade rankat designhögskolan i Umeå högt och generellt

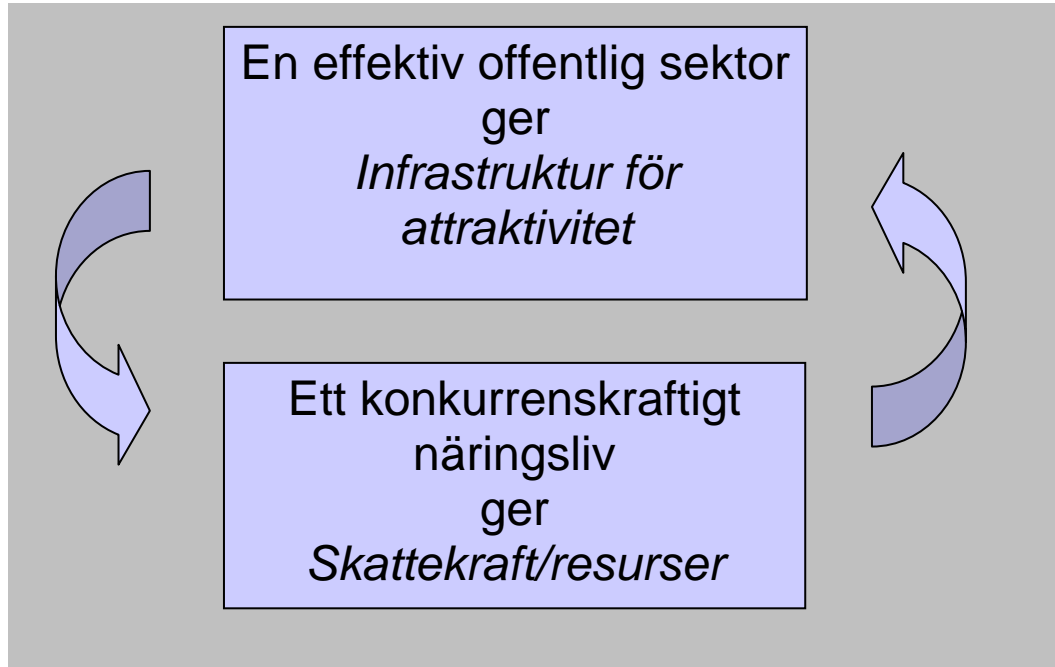
Årets
student-
stad 2006

sett låg universitetets olika forskningsverksamheter bra till när det gällde publicering i vetenskapliga tidskrifter och den vetenskapliga tidskriften Science hade topprankat växtgenetikforskning i Umeå.

Kommunen och universiteten hade sina analyser och visioner. År 2008 var det näringslivets tur att ta fram en vision av en önskad framtid. Grupper av företagare och ungdomar intresserade av företagande arbetade under försommaren, sommaren och hösten 2008 på Tillväxtalliansens² initiativ med visioner, utmaningar och strategiska satsningar för näringslivet.

Det var näringslivets roll för utvecklingen, som ett komplement till de visioner som den kommunala organisationen och universiteten hade utvecklat, som var i fokus. Redan tidigt i arbetet med den nya visionen stod det klart *att näringslivets förutsättningar i mycket hög grad hängde samman med den kommunala servicen och universitetens verksamheter.* Näringslivet förutsätter det offentliga och det offentliga förutsätter det privata i ett ömsesidigt beroendeförhållande. Detta var en viktig tanke som kom att präglade arbetet med näringslivets vision.

Figur 1: Sambandet mellan näringsliv och offentlig sektor



² Tillväxtalliansen är ett samarbete mellan näringsliv, kommuner, landsting och universitet

Representanter för Umeås näringsliv hade som en gemensam nämnare att Umeå var bra men måste bli ännu bättre. Man måste anta utmaningarna och se själva utmaningen som framåtsyftande och stimulerande. Engagemanget för att vara med och bygga en hållbar framtid var stort och sågs som en meningsfull uppgift. Näringslivets representanter talade om att Umeå behövde gå "from Good to Great!". Bakom detta låg att Umeå inte började resan mot framtiden 2008 då visionen togs fram, utan långt tidigare. Det hade sedan flera decennier drivits ett ambitiöst arbete för att skapa goda förutsättningar i Umeå. Kommunens olika utmärkelser, universitetets goda rykte och titeln Årets Tillväxtkommun talade sitt tydliga språk. Umeå var redan på god väg. Men talet om "from Good to Great" indikerade att det kunde bli mer och bättre.

Ett samlingsbegrepp för näringslivets vision var att man ville mer! Att man fullt ut var beredd att anta den globala utmaningen, med kompetens, entreprenörskap och kommunikation i en attraktiv stad. Man samlade sina tankar den vision som fortfarande gäller:

2020 VISION

I den attraktiva staden Umeå förenas kompetens, kommunikation och entreprenörskap till global konkurrenskraft och hållbar tillväxt

Mål och strategier

Umeå, liksom alla andra regioner, har ett ansvar för att bygga ett globalt konkurrenskraftigt samhälle med hållbar tillväxt. Allt som görs måste rymmas inom de ramar som naturen ställer upp. Umeå var med och byggde VälfärdsSverige. Nu bygger Umeå vidare på det detta och på det hållbara samhället. I spåren av den framgångsrika utvecklingen av Kulturhuvudstaden vävs kultur, natur, social öppenhet och ekonomi samman till en kreativ enhet.

Målen

Umeå har klarat den (1) globala konkurrenskraften och (2) den hållbara tillväxten genom att:

- Det nyregistreras fler än 1 000 nya företag varje år
- Företagen i regionen växer snabbare än genomsnittet i Sverige
- 50 nya företag per år väljer att flytta till Umeå
- Volymexpansionen av utbildning och forskning i världsklass överskrider årligen den svenska BNP-tillväxten med två procentenheter
- Umeås attraktionskraft för externa etableringar/investeringar ökar genom en stor och dynamisk arbetsmarknad och en offentlig service av högsta kvalitet vilket avspeglas i internationell och nationell ranking samt att
- All verksamhet och utveckling gynnar en utveckling mot ett ekologiskt hållbart samhälle.

**Fler och
växande
företag
tuffa mål
för ...**

Strategierna

För att klara dessa mål har Umeå en strategi i två delar:

1. Den första handlar om att göra kompetens till konkurrenskraft. Umeå hade länge varit "kunskapsstaden", med framgångsrika universitet, en bra utbildningssektor och ett rikt kulturliv, inte minst som en följd av den lyckade satsningen på Kulturhuvudstaden år 2014. Men problemet, som näringslivet såg det, var att kunskapen och kulturen inte förenades med kompetens och entreprenörskap till lönsamt företagande. Ett av huvuddragen i visionen var därför att se till att kompetens oftare skulle bli till lönsamma affärer. Representanterna från näringslivet var mycket tydliga. Man ville vara mycket mer "närvarande" i kunskapsstaden. Se till att "kunskapsstaden" och "näringslivet" möttes och antog de framtida utmaningarna tillsammans.
2. Den andra delen av strategin handlade om stadens utveckling: Att näringsliv, akademi, kommun och landsting gemensamt måste bygga den attraktiva staden där kreativa och entreprenöriella människor skulle kunna mötas kring hållbar tillväxt. Investeringar i byggnader, men också i kreativa processer, har gjort staden till ett drivhus för idéer. Ingenstans har stadsplaneringen så tydligt knutits till global konkurrenskraft och hållbar utveckling som i Umeå.

Det har inte funnits några genvägar till att förverkliga strategierna. Alla goda krafter har behövts. Varje dag under alla de år som gått sedan visionen först lanserades har ett stort antal beslut och handlingar gått i "rätt riktning". Nyckelaktörer inom privat och offentlig verksamhet har bidragit till en socialt, ekonomiskt och ekologiskt hållbar framtid! Det är inte enstaka händelser eller personer som bäddat för framgången. Sanningen är man med en bred pallett av åtgärder målat ett framgångsrikt Umeå. Visionen översattes till konkreta handlingar inom följande områden:

- (1) kompetens,
- (2) kommunikation
- (3) entreprenörskap och
- (4) den attraktiva staden

Åtgärder: Kompetens för global konkurrenskraft

Utgångspunkterna

För framgång behövs kompetens i världsklass. I Kina, Indien och på andra växande marknader satsas enorma belopp inom forskning och utbildning. Sverige måste hänga med. För Umeå gäller det att förbli en "kunskapsstad", i konkurrens med många andra.

Umeås näringsliv vet att "kunskapen" är grunden för Umeås nuvarande och framtida styrka. Det handlar om att på alla nivåer ha en utbildning i världsklass, från förskolan till den globalt excellenta forskningen. Inom näringslivet är man överens om att ingenting annat duger på sikt.

Umeå har här en unik plattform och står stadigt inför framtiden. Universitetet har ett brett utbud av forskning och utbildning. Ingen annan ort utanför Stockholm, Göteborg och Malmö/Lund kan erbjuda en lika rik akademisk miljö som i Umeå. Campusmiljön och den täta staden ger Umeå avgörande konkurrensfördelar. För forskare och studenter är Umeå en i högsta grad attraktiv stad.

Umeå har också lyckats med det som få andra klarat av, nämligen att rekrytera studenter och forskare från hela landet och även internationellt från Europa och länder i Asien. Detta är en styrka, som naturligtvis kräver ständiga fortsatta ansträngningar för att behålla.

— — — — —
**Fortsätta att
 vara en
 "kunskaps-
 stad i
 världsklass**
 — — — — —

— — — — —
**Goda förut-
 sättningar
 för "möten"
 för
 konkurrens-
 kraft**
 — — — — —

Figur 2: Umeås starka forskningsområden:

- » Befolkning - åldrande och livsvillkor
- » Biologisk kemi
- » Cancerforskning
- » Ekosystem i förändring
- » Genusforskning
- » Infektioner
- » Matematiklärande
- » Nervsystemet
- » Nordliga studier
- » Välfärdsforskning
- » Växt- och skogsbioteknik
- »Ämnesomsättningssjukdomar

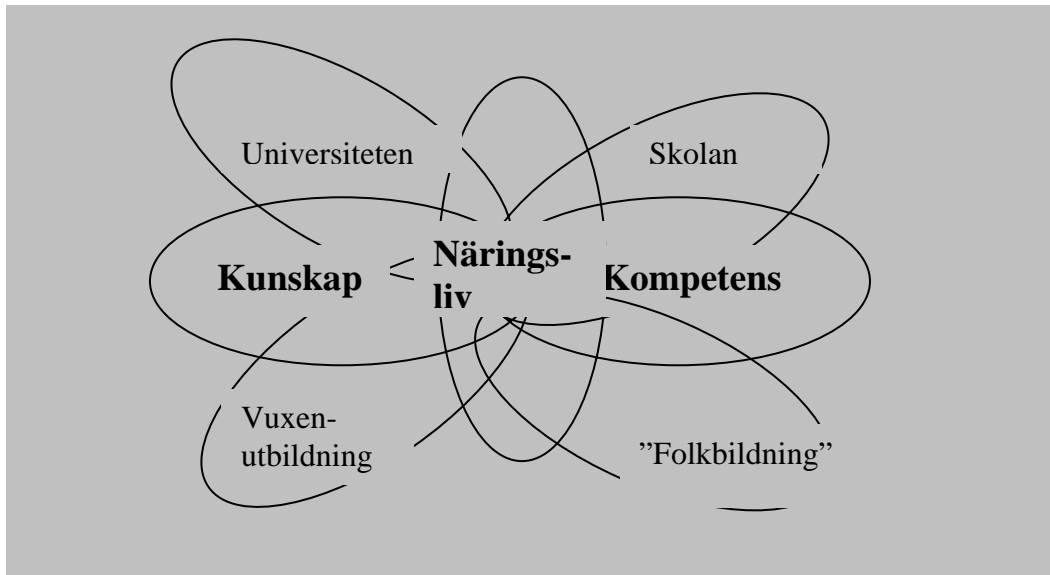
Men det räcker inte med att forskningen och utbildningen är i världsklass utan den måste även kunna omsättas till kompetens, som i sin tur kan bädda för utveckling av varor och tjänster som kan säljas på internationella marknader. De nya jobben i Umeå måste i hög grad baseras på kompetens och unika produkter eller tjänster.

Den stora potentialen ligger i att ta vara på ett ömsesidigt samspel mellan kunskapsmiljöer och kompetensbehov i näringsliv och förvaltning.

**Kunskap
blir till
kompetens
och
lönsamma
affärer i
hållbar
utveckling**

Åtgärder för att förverkliga visionen

Figur 3: Den ”kompetenta” staden 2020



Kompetens i vid mening bäddar för att Umeå ”vinner” i den stenhårda konkurrensen. Det är också tillgången till kompetens som lockat företag till Umeå. För näringslivets konkurrenskraft är kunskapsstaden Umeå en av de givna grundbultarna. ”Kunskapsstaden” och ”Näringslivet” möts och antar utmaningarna tillsammans! Flera uppmärksammade aktiviteter drivs effektivt med bland annat konstnärligt campus i centrum.

**Finns
kompetens
att bygga på**

Vidare är universiteten ständigt aktiva i konstruktiva utbyten med näringslivet, i en ömsesidig utvecklingsprocess. Här investeras årligen 100-tals miljoner i gemensamma utvecklingsprojekt.

Näringslivet vill mera och deltar i den kontinuerliga utvecklingen av Umeå för konkurrenskraft där lärlingsskap, "lean production", ömsesidig samverkan och "multi-inkubatorer" är nyckelord. "Kunskapsstaden" samverkar med näringslivet så att man lär av varandra över sektorsgränser. Det finns många olika fora för dessa möten och det finns en stark ambition att göra dessa möten ännu mer fruktbara. Att man ständigt måste bygga vidare på visionen, är en vanlig uppfattning.

Umeå har lärt av andra framgångsrika miljöer i Sverige och internationellt. Akademin drar nytta av företagets kompetens och ekonomiska resurser. Man forskar kring frågeställningar där många är intresserade av svaren. Genom det stora intresset får man också lättare extern finansiering. Företagen omsätter sedan mycket av kunskap till lönsamma produkter och tjänster. Affärsmässigheten och utbyte av olika erfarenheter är således nyckeln till framgång. Alla - stora som små företag - tjänar på att vara med! Näringslivet är "närvarande" i kunskapssamhällets olika verksamheter.

Grunden är ett levande privat-publikt partnerskap - PPP - som förverkligar visionen om det "närvarande näringslivet". De gamla gränserna mellan "offentligt" och "privat" har suddats ut. Nu ser man Umeå som en stad som förenar och samlar invånarna från olika delar av samhället.

Aktiviteter och aktörer:

- Uminova Innovation
- Industridoktorander
- Praktiktjänster/rörlighet/utbyte
- Examensarbeten
- Utbytestjänstgöring
- Närkontakt för ökad samverkan

Umeå vill mer genom att:

- Ännu fler företagare är föreläsare inom skola och akademi
- Ytterligare konkreta samarbeten mellan näringsliv och utbildning/forskning
- Umeås infrastruktur fortsätter att "byggas ihop" för att ge plats för kreativa möten med bland annat konstnärligt campus och resecentra som brygger mellan kunskapsstaden och näringslivet (se även den attraktiva staden)
- Den attraktiva staden stärks som en mötesplats i sig - med erfarenheter från andra framgångsrika miljöer världen över

- Näringslivet tar ett allt större ansvar för mötesplatser där näringslivets erfarenheter och resurser "bjuds ut" - ett partnerskap för att förverkliga visionen.

Inspiratörer och stigfinnare:

- En arbetsgrupp har uppdraget att samordna det fortsatta arbetet, att inspirerar och finna nya vägar. Uppgiften är att få med så många som möjligt i ett aktivt medskapande av en konkurrenskraftig och hållbar tillväxt. Dessa stigfinnare har ansvar för att skapa arbetsgrupper med representanter från akademien, kommun och landsting och näringslivet som ser till att identifiera skarpa indikatorer på framgång och sätta konkreta åtgärder. Gruppen rapporterar till Tillväxtalliansen.

Exempel på indikatorer för framgång (att vidareutveckla):

- Antalet affärsmässiga samarbeten/samarbetsavtal
- Andelen samfinansierade forskningsprojekt
- Antalet doktorander som helt eller delvis finansieras av näringslivet
- Antalet examensarbeten i företag
- Antalet företagare som regelbundet föreläser i skola
- Antalet akademiker i företagen fördubblat
- Antalet kommersiella avknoppningar från akademi, landsting och kommun tredubblas
- Antalet företagare som fungerar som mentorer och/eller deltar i affärsutvecklingsprojekt i anslutning till Uminova Innovation
- Antalet patent i regionen
-

Åtgärder: Kommunikation för konkurrenskraft

Utgångspunkterna

Kompetens ger enligt näringslivet i Umeå förutsättningar för att klara framtidens utmaningar. Men Umeå eller någon annan stad i Sverige blir aldrig så stor att det finns allt och att man klarar allt på egen hand. Avgörande är att staden är öppen för allianser och samarbeten, för möten och kontakter med dem som finns utanför.

Forskning om regional utveckling visar entydigt att orter och regioner med en stor och växande befolkning alltid har avgörande konkurrensfördelar gentemot mindre och krympande regioner. Växande befolkning innebär fler kunder där "tjänste- och kunskapssamhällets" aktörer kan sälja produkter och service. Mer tjänster genererar tillväxt där kunder möter leverantörer och så vidare i en positiv utvecklingsspiral.

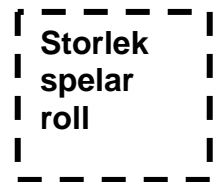
En omfattande och dynamisk arbetsmarknad ger inflyttare och återvändare trygghet. Här kan hela familjen bo kvar även om någon vill pröva ett annat jobb eller flytta till en annan skola. Här finns den service och utbildning som familjens olika medlemmar vill ha.

Det är också en trygghet för de stora internationellt verksamma företagen att arbetsmarknad inte står och faller med enskilda företag. Storleken är således av avgörande betydelse och Botniabanan gav många tusen nya arbetsplatser, bokstavligen talat över en natt när tågtrafiken öppnades..

Informationsteknologin och globala regelverk skapar förutsättningar för en i det närmaste fri rörlighet för tankar och människor. Inom näringslivet, där de stora företagen spelar sina specifika roller i globala produktionssystem, är detta vardag. Umeås näringsliv möter den globala konkurrensen varje arbetsdag, 365 dagar om året.

Inom kunskapssamhället är kontakter, allianser och samarbeten själva kärnan i "produktionsprocessen". Och excellent forskning är alltid en del av denna globala kunskapsproduktion.

Umeå finns med i dessa många internationella nätverk. Denna fördel av att vara internationellt uppkopplad måste ständigt vidareutvecklas. Umeå vet att förmågan att kommunicera i vid mening kommer att skilja vinnarna från förlorarna.



Men flera har pekat på att det inte bara är kommunikation av budskap som blir avgörande. Lika viktigt är de fysiska kommunikationerna; vägar, järnvägar och flyg av högsta kvalitet. Utan "fysisk kontakt" har Umeå små möjligheter att "vinna" i den internationella konkurrensen.

Att känna till ...

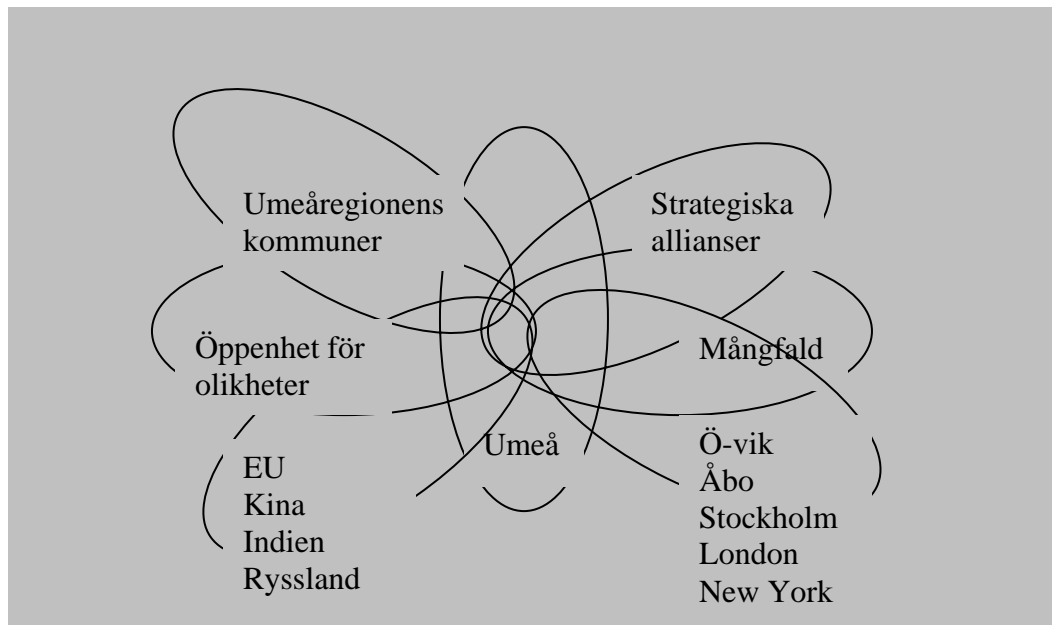
I en alltmer global värld blir flyget med flera konkurrerande operatörer och rimliga priser avgörande. Knappt 10 minuter från flyget till city är också en del av konkurrenskraften!

Kommunikation betyder vilja till allianser och kopplingar till resurser världen över. Genom samspel med andra får Umeå tillgång till det bästa, och endast de bästa är gott nog. Näringslivet verkar i det globala samhället och så hela Umeå, är en återkommande replik i samtalen mellan företrädare för näringslivet.

... och kunna nå Umeå

Åtgärder för att förverkliga visionen

Figur 4: Den "kommunikativa" staden 2020



Näringslivet i Umeå arbetar på en "glokal" arena. Arbetsfältet är både lokalt och globalt. Umeå har valt att vara uppkopplad mot omvärlden. *Umeå 2020 har ett ännu mer omfattande utbyte med omvärlden än tidigare.* Andelen utrikes födda i Umeå har mer än fördubblats sedan år 2008. Det är studenter, forskare och experter av olika slag som valt Umeå som ort för

Umeå – uppkopplad mot omvärlden

sin skapande verksamhet. Det är i detta utbyte med andra som Umeå fortsätter att växa och utvecklas.

I det nära perspektivet är relationerna och det allt intensivare utbytet med grannkommunerna avgörande. Tillväxtalliansens samverkansprojekt har gett mycket goda resultat och samverkan har ytterligare fördjupats. Nu är rollerna tydliga. Det finns en unik samverkan och kommunerna kompletterar varandra på många områden.

Botniabanan innebär att Umeå kommunicerar med Örnsköldsvik. Umeås arbetsmarknad har vidgats, vilket stärker Umeå, samtidigt som det naturligtvis är till gagn för Örnsköldsvik. Tillsammans är man mycket starkare än tidigare med över 210 000 på den gemensamma, dynamiska arbetsmarknaden.

Men som resonemanget ovan pekat på räcker det inte med fysisk kommunikation. Det behövs också marknadsföring. Redan 2010 kunde majoriteten av dem som bodde i Umeå berätta om visionen och de utmaningar som Umeå ville möta, och hur det skulle gå till. Nu vet nästan alla! Genom att nästan alla vet hur bra det får Umeå också många ambassadörer. Näringslivets företrädare har alltid med sig med en kort presentation av Umeå när de träffar kunder och leverantörer. Det finns ett utbrett ansvar för att många vet vad Umeå kan och att Umeå vill mer! Man är stolt över att vara Umeåbo! Och man talar om det! Denna stolthet är den utan jämförelse viktigaste marknadsföringen ...

Den effektiva kommunikationen i alla dimensioner har fått fler studenter, familjer och investerare att flytta till Umeå, men också fått Umeåborna att bli mer entreprenöriella och "tro på framtiden". När har Ronny Erikssons i början av 2000-talet talade om att "Det är aldrig för sent att ge upp" ändrade umeåborna detta till att "Det är aldrig för sent att vilja mer!"

Kommunikationens "hård" sida visar sig i den framgångsrika utvecklingen av effektiva väg-, järnvägs-, sjö och flygkommunikationer. Samlade insatser har också resulterat i att Umeå fått gehör för sina investeringsbehov även i nationella sammanhang. 2010 års infrastrukturproposition var något av ett genombrott.

Två saker var särskilt viktiga på vägen framemot 2020: Den nya förbifarten och järnvägen. Dessa investeringar tillsammans med resecentrum och kopplingen till Örnsköldsviks arbetsmarknad blev en symbol för det nya Umeå som ville mer på den globala arenan. Och detta gjorde

Den mest dynamiska arbetsmarknaden norr om Stockholm

tydliga avtryck även i fysiska investeringar.

Aktiviteter och aktörer som agerar idag:

- Företagen på den lokala arenan
- Kommunikationsplattformen
- Flygrådet
- Botniabanan
- Ö-vikssamarbetet
- Tillväxtalliansen

Umeå vill mer genom att:

- Göra majoriteten av invånarna blir ambassadörer för Umeå
- Näringslivet informerar om Umeå vid alla externa möten
- Fler internationella direktlinjer med flyg

Inspiratörer och stigfinnare:

- En arbetsgrupp har uppdraget att samordna det fortsatta arbetet, att inspirerar och finna nya vägar. Uppgiften är att få med så många som möjligt i ett aktivt medskapande av en konkurrenskraftig och hållbar tillväxt. Dessa stigfinnare har ansvar för att skapa arbetsgrupper med representanter från akademin, kommun och landsting och näringslivet som ser till att identifiera skarpa indikatorer på framgång och sätta konkreta åtgärder. Gruppen rapporterar till Tillväxtalliansen.

Exempel på indikatorer för framgång (att vidareutveckla):

- Umeåregionen är tillsammans med Örnsköldsvik norra Sveriges mest dynamiska arbetsmarknad med 210 000 människor.
- Antalet internationella allianser
- Andelen utrikes födda som andel av befolkningen
- Andelen inflyttade från södra delarna av Sverige
- Rörligheten på arbetsmarknaden
- Andelen "gränsgångare" - personer som arbetar i "två" sektorer
- God kännedom om Umeå som ort i omvärlden
- Antalet avgångar och ankomster till Umeå (flyg, tåg, buss och båt)
- Konkurrenskraftiga gods- och transportkostnader

Åtgärder: Det entreprenöriella Umeå – inom alla områden

Utgångspunkterna

Ett genomgående tema i visionen är "entreprenörskap". I Umeå speglar begreppet entreprenörskap en vilja till aktiv handling och en förmåga att använda kompetens och dra nytta av "kommunikation".

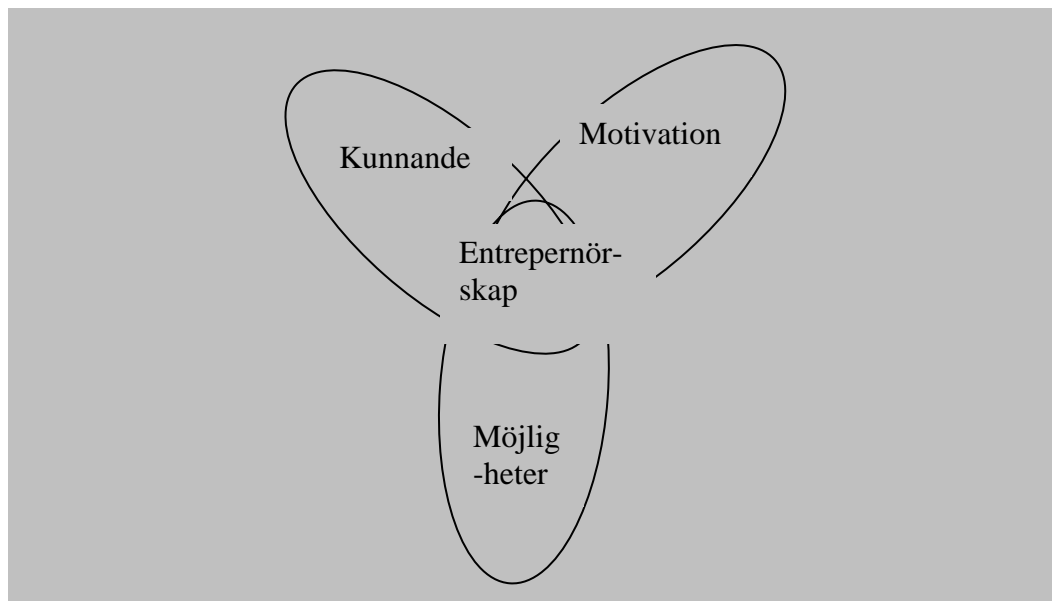
Det är entreprenören och innovatören som startar eget eller gör skillnad inom akademien eller i offentlig sektor. Det är hon eller han som med kunskaper från företag, universitet, kommun eller landsting startar eller utvecklar något nytt.

För ett rikt entreprenörskap behövs de många förebilderna, som barn och vuxna vill likna. Avgörande är också att det finns mentorer som är beredda att hjälpa andra och dela med sig av sin egen framgång.

Förebilder
och mentorer
visar vägen
till
entreprenör-
skap

Åtgärder för att förverkliga visionen

Figur 6: Det entreprenöriella Umeå 2020



Entreprenörskap vilar på kunnande, motivation och möjligheter. Umeå erbjuder idag en unik miljö med positiva attityder till entreprenörskap. Den attraktiva staden är en genuint entreprenöriell miljö. Näringslivets "närvaro" i skolan, och samhället i stort har intresserat mer än var tredje Umebo - lika för kvinnor och män - att överväga att välja eget företagande som karriärväg, det vill säga långt över riksgenomsnittet.

**Unik miljö för
entreprenörskap
där man vill, kan
och får starta
och driva eget**

De stora företagen arbetar aktivt för att underlätta för medarbetare som vill pröva nytt och starta eget. Storföretagen vet att de på lång sikt tjänar på att näringslivet expanderar. Och med fler entreprenörer som vill starta, blir det också flera "intraprenörer" som stannar kvar i företaget och utvecklar nytt och förbättrar befintliga produkter och tjänster.

Bland Umeås näringslivsföreträdare talats det fortfarande om vikten av konkurrensutsättning och avknoppning, även om mycket har hänt under de senaste 20 åren. Planerna har blivit verklighet. Avknoppning från företag, kommun och landsting är en viktig del av det som gör arbetsmarknaden dynamisk. Gemensam finansiering av sådant som vård, skola och omsorg är fortfarande dominerande och de flesta vill att det ska vara så, men privat produktion blir allt vanligare för driva verksamheterna. Man skiljer på produktion och finansiering.

Nära hälften av jobben i Umeå fanns 2008 inom den gemensamma sektorn, med många skickliga yrkesarbetare. Jobben inom dessa områden är idag flera, men drivs i ökad omfattning av andra än offentliga förvaltningar. Det handlar om aktiebolag som fått entreprenader, men också i ökande omfattning om verksamhet i kooperativ och i andra former, som exempelvis socialt företagande utan vinstsyfte. I Umeå driver många eget, i skiftande former.

Förändringen ses som en direkt följd av att landstinget och kommunen idag upphandlar ungefär en tredjedel av sin verksamhet. I kölvattnet av en breddad och varierad produktion av gemensamt finansierade tjänster följer nya tjänster för marknaden i Umeå, Sverige och internationellt. Hälso- och sjukvård i vid mening har blivit en av Umeås tillväxtbranscher. Samspelet mellan det stora sjukhuset och de många små företagen och akademien har resulterat i många gemensamma affärer och ett stort antal avknoppningar av företag som idag är framgångsrika på internationella marknader. Ett exempel av många är det stora antalet internationella idrottsstjärnor som varje år får behandling i Umeå. Dessa välbetalda stjärnor har både råd och lust att betala för tjänsten. En bieffekt av detta är förstås att Umeås "egna" patienter samtidigt får världens i särklass bästa behandling när inom "gångavstånd.

**Avknoppningar
från både privat
och offentlig
verksamhet i ett
tillåtande klimat**

Relationerna mellan privata (små)företag och de stora offentliga köparna är i ännu högre grad än under tidigare decennier affärsmässiga och långsiktiga. Det finns en ömsesidig förståelse för de möjligheter och svårigheter som ligger i att upphandla offentligt finansierad verksamhet. Umeå arbetar inom de regelverk som WTO, EU och nationen Sverige tillämpar, men aktörerna i Umeå är världsbäst på att hantera dessa regelverk så att de ger stora möjligheter för en positiv utveckling i Umeå. Det handlar i hög grad kommunikation och en ömsesidig förståelse.

Den ökade omfattningen av intraprenader, entreprenader och avknoppningar har lett till att offentliganställda och anställda i storföretag idag vet att eget företagande uppmuntras av arbetsgivaren. Entreprenörskapet är något av ett nyckelbegrepp inom alla sektorer.

Men det handlar inte bara om företagande. I Umeå står det samtidigt klart att en väl fungerande offentlig verksamhet är lika bra som en privat eller ett kooperativ. Det privata och det offentliga möts i ett kreativt samspel med ömsesidig respekt.

Den stora förändringen gentemot 2000-talets början är att näringslivet nu tar en aktiv del i samhällsutvecklingen, på ett sätt som få andra regioner i världen har kunnat åstadkomma. Men det sker inom ramen för affärsmässiga relationer mellan parter som har insikter och kunskaper om varandras förutsättningar.

I Umeå är entreprenörskap och kulturellt skapande ofta två sidor av samma mynt. I visionen för Kulturhuvudstaden 2014 uttrycktes det som att "kulturen genomsyrar och syresätter all verksamhet ... kulturen som drivkraft för nyfikenhet och passion, om kulturen som en arena för skapande, kritiska och engagerade medborgare och om kulturen som drivkraft för ett mer hållbart samhälle." Den bästa "produkten" och "tjänsten" är den som får människor att växa, i en hållbar värld. Runt om i Sverige talar man nu om det entreprenöriella Umeå som en förebild, någonting för andra att försöka leva upp till.

Umeå har förverkligat "entreprenörskap som livsstil" 2020! Det är inte frågan om en satsning utan om ett i grunden förändrat klimat, en ny kultur.

Rörlighet
mellan
privat
och
offentligt

Aktiviteter och aktörer:

- Intraprenader och entreprenader
- Kultur och affärer i centrum för Kulturhuvudstaten
- Ung företagssamhet ...
- Connect
- Jobs & Society
- BIC
- Uminova
- ALMI
- Kommunen

Umeå vill mer genom att:

- Skolan och akademin uppmärksammar och skapar förutsättningar (stöd/resurser/kunskap) och en kultur för entreprenörskapet i alla moment och alla sektorer
- Attityder i hela Umeå främjar entreprenörskap - ett tillåtande och uppmuntrande klimat dominerar
- Kultur som affärer och affärer som kultur görs till en framgångsväg
- Upphandlingsforum ger förståelse mellan sektorer och verksamheter
- Fler mentorer
- Näringslivet aktiv del i Uminova Innovation, Connect med mera
- Aktivt synliggöra förebilder för företagande
- I Umeå vågar man satsa

Inspiratörer och stigfinnare:

- En arbetsgrupp har uppdraget att samordna det fortsatta arbetet, att inspirerar och finna nya vägar. Uppgiften är att få med så många som möjligt i ett aktivt medskapande av en konkurrenskraftig och hållbar tillväxt. Dessa stigfinnare har ansvar för att skapa arbetsgrupper med representanter från akademin, kommun och landsting och näringslivet som ser till att identifiera skarpa indikatorer på framgång och sätta konkreta åtgärder. Gruppen rapporterar till Tillväxtalliansen.

Exempel på indikatorer för framgång (att vidareutveckla):

- Var tredje Umeåbo säger sig vilja starta eget (lika för kvinnor och män)
- 1 000 nya företag startas varje år i regionen
- Upphandlingsforum är ett effektivt instrument för att skapa dynamik i regionen
- Antalet nya företag (avknoppningar, genuin nystart, inflyttning av företag, lika för kvinnor och män)
- Antalet växande företag
- Antalet storföretag som etablerar i Umeå
- Antalet företagsmentor
- Antalet förebilder/inspiratörer för företagande
- Antalet Umeåbor som kan tänka sig starta eget (attitydmätningar/ regional GEM-studie)
- Andelen företag i upplevelsebaserade verksamheter (kultur och besöksnäring)
- Andelen av medarbetarna i storföretag respektive akademi och offentlig sektor som överväger att starta eget
- Andelen offentlig verksamhet som upphandlas
- Antalet innovativa företag (mätt bland annat enligt de mått som används av European Innovation Scoreboard)

Åtgärder: Den attraktiva staden – tät och nära

Utgångspunkterna

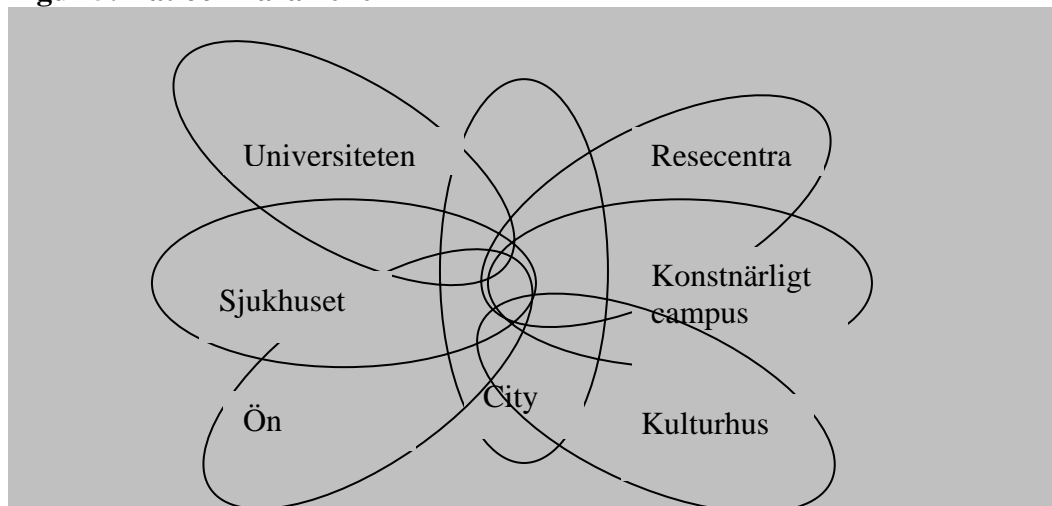
Kompetens utvecklas där människor spontant kan mötas. För näringslivets och hela samhällets framåtskridande är det avgörande att människor – medarbetare, kunder, leverantörer och investerare – uppfattar orten som attraktiv, med ett fullgott utbud av goda boendemiljöer, vård, skola och omsorg samt ett rikt kulturliv. Det måste också finnas ett stort utrymme för kreativa möten. På platser som Silicon Valley och område runt väg 128 i Boston har goda förutsättningar för sådana möten skapats. Liknande kreativa platser finns på andra platser i världen, och Umeå är en av dessa.

Möten äger rum i miljöer som präglas av täthet och närhet med kultur, utbildning, service och nöjen som svarar mot dagens och framtidens behov. En tät och intensiv, men ändå nära och trygg stad, bäddar för framgång.

Umeå är Kulturhuvudstaden i norr som rymmer traditionella kulturyttringarna och konstformerna men även nyskapande kombinationer av kultur, teknik och entreprenörskap. Ett exempel på verksamheter som varit stilbildande är den innovativa BloggOperan, där ungdomar själva "skrev" librettot genom att blogga. De efterföljande föreställningarna blev framgångsrika både konstnärligt och ekonomiskt.

Åtgärder för att förverkliga visionen – läget 2020

Figur 5: Tät och nära 2020



Umeå –
en av
världens
mest
kreativa
platser
för ett
rikt liv

Tillväxt –
förutsättning
för utveckling
i kultur- och
tjänste-
samhället

Umeå 2020 har allt inom gångavstånd. Umeå är "nära" men vill bli ännu "närmare"! Visionen om den attraktiva, täta staden byggs bokstavligt talat dag för dag. Investeringar för tiotal miljarder under tiden 2008 till 2020 förändrade Umeå. Resecentrum förenade sjukhuset och akademien med kultur och konstnärligt campus och utvecklingen på Ön. Näringslivets investeringar ger ständigt fler kreativa mötesplatser, där företagare möter studenter, forskare och boende i ett kultur-, nöjes- och näringsliv. I dessa möten säkras näringsliv, offentlig sektor, akademien och kultur en hållbar fortsatt tillväxt. Investeringar i byggnader men också i kreativa processer har gjort staden till ett drivhus för idéer.

Hållbar
och kreativ
stadsmiljö

I Umeå pratar man inte bara om visionen utan visar också att man vill mera genom att bygga vidare den attraktiva staden!

Näringslivet har utvecklat "egna mötesplatser". Här träffas företagare och "gör affärer". Men det viktigaste är att näringslivet också möter samhället i stort. Umeås näringsliv har ett eget "Speakers Corner". Här finns också det fysiska utrymmet för "upphandlingsforum" där förutsättningar för samspel mellan privat och offentligt ständigt utvecklas. Ett tema för upphandlingsforum är att skapa ännu bättre förutsättningar för hälso- och sjukvård som framtidsbranscher. Inspiration till detta gavs av Tillväxtverket som under år 2009 fick regeringens uppdrag att utveckla politik för kommersialisering av hälso- och sjukvård. Umeå tog fasta på en del av de möjligheter som regeringen gav och utvecklade en stark potential inom området. Samspelet mellan offentliga aktörer och privata initiativ har banat vägen för nyskapande inom medicinsk teknik, läkemedelsprövningar, men också olika avancerade hälso- och sjukvårdstjänster för export på växande världsmarknader, som exempelvis den ovan nämnda idrottsmedicinska specialiteten.

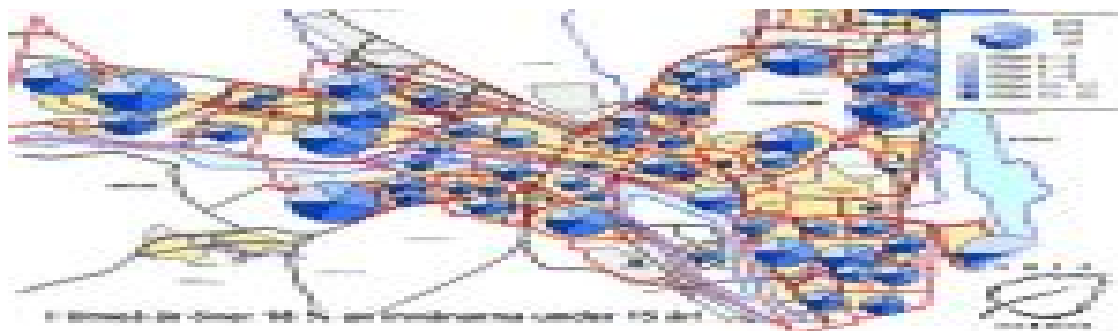
Med
närings-
livet i
centrum

Miljöfrågor och tänkbara lösningar på dessa är ständigt i fokus. Hållbar tillväxt finns idag med i all utveckling. Här är Umeå i forsknings- och utvecklingsfronten. Man bygger vidare på erfarenheter som vanns redan vid slutet av 1900-talet!

Den täta och nära staden är en hållbar stad. Umeå kommun har i samarbete med Umeå Energi, akademien och innovativa nya företag tagit fram lösningar som är ledande när det gäller fjärrvärme och kollektivtrafik. Näringslivet är med och bygger vidare på affärsidéer kring hållbarhet. I Umeå 2020 förenas kompetens och entreprenörskap till globalt konkurrenskraftiga lösningar. Umeå tjänar pengar på en hållbar framtid!

Umeå är en stad där upplevelser ger affärsmöjligheter och affärsmöjligheter ger upplevelser. Kulturhuvudstadens motto är levande: "kulturen genomsvävar och syresätter all verksamhet". I Umeå "köper" man ett rikt liv!

Figur 6: Umeå 2020 – den stora, täta staden (komplettera med ny bild)



Aktiviteter och aktörer:

- Kulturhuvudstaden 2014
- Staden mellan broarna och mera stad
- Investeringar i resecentrum
- Konstnärligt campus
- Kulturhus
- Evenemangsarena
- Äventyrsbad
- Nordiskt logistikcentrum

Umeå vill mer genom att:

- Gemensam handelsutveckling i den täta och nära staden
- En "cool" stadsplanering - närhet, kultur, nöjen och "cool" ur miljöhänsyn
- Staden byggs av näringsliv och offentlighet i samspel
- Företagens egen mötesplats gör företag och företagande närvarande i kunskapsstaden

Inspiratörer och stigfinnare:

- En arbetsgrupp har uppdraget att samordna det fortsatta arbetet, att inspirerar och finna nya vägar. Uppgiften är att få med så många som möjligt i ett aktivt medskapande av en konkurrenskraftig och hållbar tillväxt. Dessa stigfinnare har ansvar för att skapa arbetsgrupper med representanter från akademien, kommun och landsting och näringslivet som ser till att identifiera skarpa indikatorer på framgång och sätta konkreta åtgärder. Gruppen rapporterar till Tillväxtalliansen.

Exempel på indikatorer för framgång (att vidareutveckla):

- Inkubatormiljöer för unga företag varav flera med fokus på kreativa näringar och hållbar utveckling
- Fler mötesplatser i vardagen – sektor och gränsöverskridande miljöer
- Kortare restider/ökad närhet
- Energieffektivitet
- Närmare naturen – älven och skogen som miljö för utveckling i världsklass

Genomförandet

Vintern 2008 pekade Vision 2020 ut en färdväg. Visionen identifierade åtgärdsområden där Umeå ville mer! De signalerade en tydlig färdriktning. De var förslag som skulle stimulera till nytänkande och handling. Dessa förslag har omvandlats till tusentals beslut och handlingar som varje dag bidragit till att göra visionen till verklighet.

Umeå - näringsliv, offentlig sektor och akademien - avsatte resurser för att driva visionsarbetet vidare i samverkan. Inspiratörer och stigfinnare gavs möjligheter att arbeta långsiktigt för att främja nyskapandet. De inspirerade nyckelpersoner till att medverka i utvecklingsgrupper där företrädare för näringsliv, akademi och offentlig sektor tillsammans arbetade fram lösningar. Man tydliggjorde målen, slipade på strategierna och framför allt såg till att vidta de åtgärder som visionen byggde på. De preciserade indikatorerna på framgång och inspirerade till handling.

Precis som på andra orter där man lyckats med utvecklingsarbetet fanns det också i Umeå *eldsjälar som ville driva frågorna*. Vision 2020 visade att Umeå ville mer! Och att Umeå kunde mer!



Figur 7: Näringslivets och Tillväxtalliansens överenskommelse 2008

**FAKTARUTA: NÄRINGSLIVETS
UTFÄSTELSER**

1. Lärare och forskare ska besöka regionens företag
2. Studenter ska känna till regionens näringsliv
3. Näringslivet ska vara närvarande på universiteten
4. Universiteten ska vara närvarande i näringslivet
5. Ett starkt innovationssystem stärker företagen
6. Fler forskarutbildade till företagen

*Undertecknat av representanter
från näringsliv, akademi,
kommun och landsting*

En not om den vetenskapliga grunden för visionen

Förslagen till vision, som växte fram vid samtal mellan representanter för Umeås näringsliv, har ett starkt vetenskapligt stöd. De tankar som utkristalliserats kan samlas i fyra områden:

Kompetens är den faktor som nästan alla analyser av regional utveckling lyfter fram i första rummet. Den ofta citerade Richard Florida talar om den kreativa klassen som bärare av utvecklingen. Han lyfter fram talang, tolerans och teknik. I Sverige har bland annat den tidigare regionalpolitiska utredningen funnit vetenskapliga samband mellan regioners kompetensnivåer och tillväxt. OECD och olika tankesmedjor lyfter alla fram excellent utbildning och forskning som grunden till hållbar tillväxt. Den svenska regeringen har bland annat i en proposition hösten 2008 ytterligare betonat betydelsen av kunskap och kompetens och ett ömsesidigt utbyte mellan näringsliv och den offentliga kunskapsproduktionen som förutsättningar för global konkurrenskraft.

Entreprenörer och entreprenörskap har fått ett allt större utrymme i ekonomisk teori och inom kulturgeografin. Författare som Friedrich Hayek, Israel Kirzner och William Baumol har alla i olika vetenskapliga verk lyft fram entreprenören som drivkraften i den ekonomiska utvecklingen. Bland senare svenska författare märks Erik Dahmén och senare Pontus Braunerhjelm, den sistnämnde också huvudsekreterare i det så kallade globaliseringsrådet som verkade fram till 2009. Författare som Dahmén och Braunerhjelm vidgar den nationalekonomiska teorin med entreprenörskap och dynamiska processer.

Kommunikation och kontakter har en given plats i de ovan nämnda författarnas arbeten. Det blir inga lönsamma affärer utan ett brett kontaktnät. I den internationella litteraturen banade Manuel Castells i slutet av 1900-talet vägen för en bred analys av den globala nätverksekonomin. Han analyserade den betydelse som informationsteknologin har och har haft för möjligheten att forma internationella och globala nätverk. Kontakter har alltid varit grunden för affärsverksamhet, men Castells förde in en ytterligare dimension, globala kontakter och affärer i realtid.

Många, som den svenska regionalpolitiska utredningen, har identifierat ett samband mellan storlek och tillväxt. Detta samband har också tydliggjorts av NUTEK:s i flera årsrapporter. Störst är bäst när det gäller åstadkomma positiva utvecklingsspiraler.

När det slutligen gäller *den attraktiva staden* och de olika kreativa miljöerna har flera av de ovan nämnda författarna också betonat detta. Douglass North har i flera verk pekat på behovet av spelregler, värderingar och attityder som främjar ekonomisk utveckling. Dessa mentala institutioner landar i en konkret infrastruktur, i en attraktiv miljö. Samspelet mellan platser och ekonomiska framsteg har diskuterats i exempelvis Philip Kotlers bok om marknadsföring av platser. Anna Lee Saxenian har undersökt varför Boston och Silicon Valley har haft stora framgångar, vilket inte minst har att göra med täta forsknings- och utvecklingsmiljöer. De nämnda författarna återkommer ofta till betydelsen av kreativa möten.

Sammanfattningsvis finns det ett starkt vetenskapligt stöd för att de faktorer som identifierats i arbetet med visionen, utmaningarna och strategiska områden är avgörande för konkurrenskraft och hållbar tillväxt. Det finns också omfattande belägg för att det är de olika faktorerna som *tillsammans* skapar synergieffekter som bäddar för en god ekonomisk, social och miljömässig utveckling. Det rör sig i praktiken om en "fyrklöver" för en hållbar utveckling där de olika bladen måste fås att hänga samman och förenas i en kreativ helhet. Alla fyra aspekterna förutsätter i själva verket varandra. Entreprenörskap, kompetens, kommunikationer och en attraktiv stad är speglingar av ett och samma fenomen – en region som kan klara framtidens utmaningar.

Faktorerna i Umeås vision är således de rätta. Kvar står görandet, det fortsatta byggandet av framtiden, som vilar på alla de många som på ett eller annat sätt formar Umeås framtid. Vision 2020 ger plattformen, resten vilar på Umeås näringsliv, offentlig sektor, akademi och kultur och alla de som vill bidra till att bygga ett socialt, ekonomiskt och miljömässigt hållbart Umeå.

