

SÅ HÄR KAN VI STÄRKA KULTURDRIVEN EXPORT

Tjugo branschorganisationer,
tre departement och nio myndigheter
ger sin syn på internationalisering av
kulturella och kreativa näringar.

April 2014

TILLVÄXT
VERKET

Si.
Swedish Institute.

KULTURRÅDET

HUR KAN VI STÄRKA SVENSK KULTURDRIVEN EXPORT OCH INTERNATIONALISERING?

Detta dokument är en sammanfattning av det som sades vid Tillväxtverkets, Kulturrådets och Svenska institutets gemensamma seminarium den 11 april 2014. Dokumentet är skrivet för dig som arbetar för att göra det möjligt för företag inom kulturella och kreativa näringar att utvecklas i en internationell kontext.

Bland de drygt 50 personer som deltog i diskussionen fanns representanter för såväl branschorganisationer som myndigheter inom utrikes-, kultur- och näringslivets politikområden. Även de tre departementen var representerade.

Det var såvitt vi vet första gången som alla dessa samlades för att diskutera svensk kulturdriven export och internationalisering. Utgångspunkten var en ny EU-rapport med goda exempel och förslag på strategier och konkreta åtgärder för att utveckla området inom EU. [Ta del av rapporten här.](#)

Under seminariet delades deltagarna in i mindre grupper där de jämförde rapportens innehåll och förslag med hur de upplever dagens situation i Sverige. Några frågor var: Hur kan vi tillsammans göra större avtryck internationellt? Hur kan vi stärka och utveckla arbetet för ökad internationalisering och export inom kulturområdet?

Som arrangörer hade vi två mål med seminariet. Det ena var det unika samtalet i sig, det andra var att komplettera den nya EU-rapporten med en svensk bild av möjligheter och hinder, skillnader och likheter.

Samtalen i de mindre grupperna har dokumenterats i sex fristående artiklar som tillsammans med en sammanfattande huvudtext beskriver vad som skulle kunna göras för att öka svensk kulturdriven export och internationalisering.

Vi hoppas att innehållet ska bidra till ökad kunskap och inspirera till fortsatt utvecklingsarbete, både inom och mellan organisationer och myndigheter.

På längre sikt är målet att vi tillsammans ska kunna bidra till att kulturella och kreativa näringar i Sverige gör ännu större avtryck internationellt.

Elin Rosenström
Kulturrådet

Jenny Bergström
Svenska institutet

Klas Rabe
Tillväxtverket

INNEHÅLL

» IDÉER OCH TANKAR FÖR ÖKAD KULTUREXPORT	4
» BRANSCHERNAS REFLEKTIONER INFÖR FRAMTIDEN	6
» SEX SAMTAL VISAR VÄGEN FÖR SVENSKA ÅTGÄRDER	7
» SÅ GYNNAR VI DEN KREATIVA SEKTORN – FRÅN SKOLAN TILL INTERNATIONELLA REGLER	8
» KREATIVA BRANSCHER OCH FÖRETAG BEHÖVER ANPASSADE STÖD VID RÄTT TIDPUNKT	11
» MEDVETEN SAMVERKAN OCH TYDLIGA STRUKTURER BEHÖVS FÖR ATT STIMULERA DEN KREATIVA EXPORTEN	14
» DET ÄR LÄTT ATT HITTA FINANSIERING FÖR EN SUCCÉ – MEN VEM SKA BETALA FÖR VÄGEN DIT?	17
» PERSONLIGA KONTAKTER RÄCKER INTE – FÖR ATT LYCKAS BEHÖVS ANPASSAT STÖD	21
» SAMARBETE MELLAN STORA OCH SMÅ GYNNAR EXPORTEN AV KREATIVA NÄRINGAR	24

IDÉER OCH TANKAR FÖR ÖKAD KULTUREXPURT

Den 11 april 2014 diskuterade drygt femtio personer från tre departement, nio myndigheter och tjugo branschorganisationer förutsättningarna för svenska kulturella och kreativa näringar att nå ut internationellt. Utgångspunkten var en ny EU-rapport om god praxis för strategier för kulturella och kreativa näringars export- och internationaliseringsstöd.

Branschorganisationerna har haft export och internationalisering högt på sin önskelista när det gäller utvecklade insatser och statlig samordning. Det menade Klas Rabe från Tillväxtverket som presenterade den nya EU-rapporten som utgjorde underlag för dagens branschöverskridande samtal.

Seminarier den 11 april arrangerades gemensamt av Tillväxtverket, Svenska institutet och Kulturrådet och flera deltagare beskrev samlingen som unik: "aldrig förr har representanter från så många olika områden inom kulturområdet träffats för att utbyta erfarenheter".

Mika Romanus från Kulturrådet inledde med att berätta om det kulturpolitiska målet att främja internationalisering. Hon berättade också att allt fler organisationer inom kulturområdet söker mobilitetsstöd för att till exempel turnera utanför Sverige.

Henrik Selin från Svenska institutet kompletterade med att påminna om regeringens extra satsning 2012 och 2013, vars syfte var att underlätta för företag inom mode-, design-, spel- och andra branscher att visa upp sig inom EU. Institutet har ett eget hus i Paris, men oftast sker insatserna tillsammans med ambassader och andra utlandsmyndigheter på plats.

Vivianne Yllenius, Tillväxtverket, påpekade behovet av kunskap om såväl företagande som drivkrafter. Hon betonade också värdet av branschspecifik information och skulle gärna se att webbplatsen verksamt.se kompletterades med mer information om immateriella rättigheter.

Regeringskansliet såg brister i statistiken

Företrädare för kultur-, närings- och utrikesdepartementen beskrev rapporten som en "bra exposé som visar att mycket pågår" och en "källa till god praxis". Samtidigt noterade Svante Hådelld från UD brister i statistiken som gör det svårt att dels jämföra olika länder, dels dra generella slutsatser. Han tillade att även utlandsmyndigheterna måste sluta betrakta kulturella och kreativa företag som "udda fåglar i företagssammanhang".

Katarina Höög från Kulturdepartementet påpekade att det som krävs inte är nya system utan "nya fåror i den ordinarie verksamheten som gör det enklare att söka de stöd som finns".

Från publiken påpekades att mycket som görs fortfarande är anpassat för industriföretag, samtidigt som "svenska spel- och reklamföretag växer så det knakar". Någon menade att företag som mobilspelföretaget King hellre borde jämföras med H&M och Ikea än med NCC och Saab. Ett annat exempel som nämndes var reklambyrån Forsman & Bodenfors som nyligen vunnit flera prestigefyllda priser på en internationell gala i Miami. "Det öppnar ett fantastiskt fönster mot omvärlden som kan komma många andra till del. Framgångsrika företag inspirerar också andra att följa efter".

Andra röster pläderade för mer utbildning på hemmaplan och ifrågasatte om systemet med att klassificera företag med hjälp av SNI-koder har spelat ut sin roll.

Henrietta Schönenstern från Näringsdepartementet konstaterade att samverkan ligger i tiden och drog slutsatsen att vägen till framgång ofta handlar om att ge rätt stöd vid rätt tid. Hon betonade dessutom vikten av att insatserna måste utgå från näringarnas behov och att handläggarnas kunskap måste öka på alla nivåer. Hon menade också att det är en känd utmaning att "marknaden växer snabbare än det offentliga systemet" och föreslog att internationaliseringen – liksom entreprenörskapet – bör komma in tidigare i de kreativa företagen.

Deltagarna var slutligen överens om att Sverige hittills varit dåliga på att utnyttja stödet från EU. Nu måste vi se till så att pengarna för den nya programperioden 2014–2020 även kommer oss tillgodo", sa bland andra Linda Portnoff från Musiksverige. Hon argumenterade också för att de kulturella och kreativa näringarna måste positionera sig tydligare i samhällsekonomin.

"Vi måste våga säga: Hej Europa – här är kulturen i Sverige!"

BRANSCHERNAS REFLEKTIONER INFÖR FRAMTIDEN

Efter en dryg timmes samtal i mindre grupper, avslutades seminariet med en paneldiskussion mellan företrädare för några av branschorganisationerna. Nedan följer ett axplock av deras förslag och tankar. Vad som sades i de mindre grupperna redovisas längre fram i dokumentationen.

- Näringspolitiska och kulturpolitiska mål måste kopplas tydligare till varandra. Det nuvarande stuprörstänkandet gynnar varken tillväxt på hemmaplan eller internationalisering.
- Övergripande och enkla stöd är bra, men de måste kompletteras med specifika åtgärder baserade på enskilda branschers behov och förutsättningar.
- Ökad dialog kan överbrygga gapet mellan myndigheter och branschföreträdare och göra det lättare att matcha företag och stödformer. Det gäller inte minst Almi som erbjuder många stödformer, som inte kommer branscherna till del.
- Myndigheterna måste vässa och anpassa sin information efter företagens behov.
- Uppsökande verksamhet och en nationell telefonsluss med branschanpassad information kan komplettera andra stödformer.
- Alla måste bli bättre på att kommunicera och informera; branscherna om sina medlemmars behov och myndigheterna om det stöd som finns att få.
- Fler branschöverskridande samtal likt detta seminarium som inspirerar och skapar energi.
- Mer samarbete och dialogbaserade lösningar, men inga fler myndigheter eller krystade överbyggnader.
- Ökad kunskap om immateriella rättigheter hos såväl myndigheternas handläggare som inom näringarna.
- Företag och branscher som lyckas behöver stöd att behålla sitt försprång.
- Internationella lanseringsstöd främjar näringarna på sikt, medan ett exportstöd kan visa omedelbara effekter. Båda behövs.
- Danmarks förenklade inkubatorer efter utbildningen (teko) är värda att titta närmare på.
- Finlands försök med "mjuka lån" bör provas i Sverige. "Varje investerad euro har hittills gett 26 euro tillbaka".

SEX SAMTAL VISAR VÄGEN FÖR SVENSKA ÅTGÄRDER



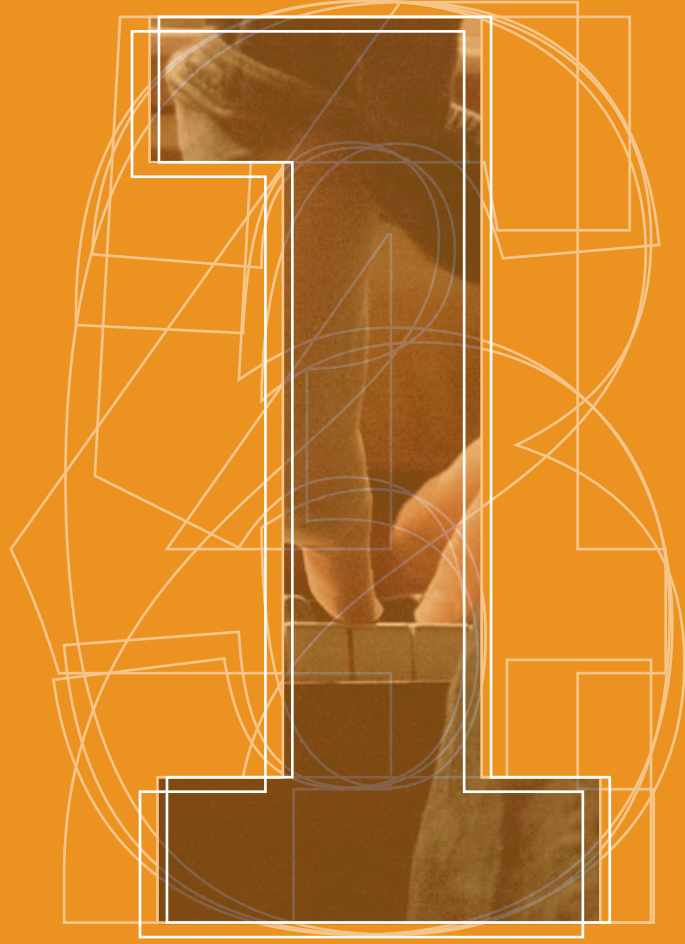
Följande sex artiklar återspeglar lika många gruppsamtal. Tillsammans sammanfattar texterna delar av det som sades under seminariets sex parallella gruppdiskussioner. Varje grupp bestod av 8–10 deltagare från både myndigheter och branschorganisationer och leddes av en samtalsledare. Alla personer som deltog i diskussionerna citeras inte direkt i texterna, men alla räknas upp efter varje artikel.

Syftet med diskussionerna var att jämföra dagens svenska situation med det EU-perspektiv som beskrivs i den nya rapporten och frågeställningarna var:

- » **Känner ni igen er i rapportens bild av nuläget för kulturella och kreativa sektorn?**
- » **Har ni uppmärksammat någon särskilt intressant insats i ett annat land?**
- » **Håller ni med om att rapportens slutsatser och rekommendationen behövs i Sverige?**
- » **Vilken typ av insatser anser ni ha störst betydelse för att öka internationaliseringen och stärka exporten?**
- » **Vilka finansieringslösningar behöver den kulturella och kreativa sektorn för att nå ut bättre internationellt?**

Deltagarna uppmuntrades också att ge exempel och vara så konkreta som möjligt.

Vi som arrangerade seminariet, Tillväxtverket, Kulturrådet och Svenska institutet, konstaterar att var och en av de sex diskussionerna även resulterat i förslag till åtgärder. Vi tycker att de olika samtalen tecknar en god bild av flera av de behov som finns inom sektorn för att exporten och internationaliseringen ska kunna öka. Därför listar vi inga skillnader eller likheter mellan gruppernas diskussioner utan rekommenderar att du läser texterna som en helhet.



**SÅ GYNNAR VI DEN
KREATIVA SEKTORN – FRÅN SKOLAN
TILL INTERNATIONELLA REGLER**

SÅ GYNNAR VI DEN KREATIVA SEKTORN – FRÅN SKOLAN TILL INTERNATIONELLA REGLER



Lättare att få stöd för projekt som kan misslyckas. Mer estetik i skolan. Mer affärsmässiga konstnärer. Hårdare tag mot piratkopiering. Nya sätt att ta betalt på webben. Det var några idéer som luftades i en grupp där dramatiker, filmkonsten och dataspelsskapare mötte kulturmyndigheter.

Per Strömbäck, Dataspelsbranschen, berättade att han blivit bjuden på flyg till en hockeymatch i Montreal för att kanadensiska myndigheter ville få tillfälle att beskriva de fantastiska möjligheter som väntade svenska företag som etablerar sig i Kanada.

– Både Storbritannien, Singapore och andra länder har generösa skatterabatter som ger svenska företag konkurrensnackdelar, sa han och lobbade för en svensk anpassning.

Petter Mattsson, Svenska Filminstitutet, lobbade å sin sida för distributionsstöd som ekonomiskt lockbete för utländska distributörer att ta in svensk film.

Per Strömbäck varnade även för alltmer sofistikerad piratverksamhet på webben.

– Vi måste försöka komma åt de illegala tjänsterna, sa han och underströk att skyddet för upphovsrätten är något som borde förena alla kring bordet.

Även den lagliga spridningen har devalverat värdet av ”content”, menade han. Som att Netflix erbjuder hur mycket film som helst för 79 kronor i månaden.

– Hur gör vi leveranssystem som värnar om exklusiviteten? Vi måste hitta nya sätt att ta betalt. Hittills har utvecklingen fokuserat på tillgänglighet, det vill säga motsatsen, sa Per Strömbäck.

Vinsterna som i slutändan genereras av svenska kulturella och kreativa näringar går följaktligen inte alltid tillbaka till dem som tagit den initiala risken, vilket minskar intresset för risktagande, påpekade han.

Bredd och spets hänger samman

Samtalet i gruppen handlade också om den primära änden av näringskedjan, om att odla nya konstnärer och kulturskapare. Bredd och spets hänger samman, här som i idrotten, påpekade Isabella af Klintberg, Centrum för dramatik.

– Om framtiden ska fungera så behövs det mer humaniora och estetiska uttryck i skolan, inte mindre.

Det finns ett växande behov av att kunna berätta en historia i text eller andra uttryck. Därför måste kulturen stärkas i skolan, tyckte hon.

– Det är inte ”ingenjörsgenen” som skapar nya idéer, det är fantasin. Den måste underhållas hela tiden, sa Isabella af Klintberg och fick medhåll från flera.

Hon påpekade också att estetiskt intresserade barn även blir publik och konsument.

– Vi måste ju tänka på hemmamarknaden också, sa hon med en ironisk blinkning åt seminariedagens exporttema.

När studenter så småningom lämnar de estetiska utbildningarna måste det finnas ett brett och starkt stödsystem, framhöll flera i gruppen. Är Almi rätt partner för de kreativa näringarna eller skulle det behövas en ny, specialiserad aktör, undrade Per Strömbäck, Dataspelsbranschen.

Det behövs tjänstemän som kan både sitt eget och andras stödsystem, som kan lotsa konstnärer vidare till rätt instans, som förstår det specifika i de här branscherna och som har en generös inställning.

Skapande människor är inte alltid bra på byråkrati. De vet alltför ofta inte vilka stöd de kan söka eller ens var de kan ta reda på detta. De är helt enkelt för upptagna av att skapa, menade Isabella af Klintberg, Centrum för dramatik.

– Det är ett vanligt feltänk att konstnärer är entreprenörer. Alla är inte alls skickade till det, sa hon.

Men en del är det, kontrade Anna Sööder, Kulturdepartementet. Exempelvis bland studenter inom design och mode finns kreatörer som inget hellre vill än att få en egen rörelse att flyga och som borde få lära sig mer om hur man driver ett företag.

Nyskapande kräver arbetsro

Flera inlägg handlade om att kulturskapare måste ges ro att experimentera, att stödorganen måste ge dem utrymme för misslyckanden så att de hinner odla ett tillräckligt starkt konstnärligt uttryck för att detta så småningom eventuellt kan generera konkurrenskraftiga produkter. De dataspelsutvecklare eller låtskrivare som redan har lyckats, dem tar marknaden hand om.

Per Strömbäck från Dataspelsbranschen tipsade om ett framgångsrikt finskt system – Skene – med mjuka lån till unga spelkreatörer. Går det väl får de betala tillbaka, går det i putten så slipper de. Det har gynnat mångmiljonsuccéer som till exempel spelet Angry Birds, berättade han.

Små medel kan göra stor skillnad. Anna Selvåg från Kulturrådet inflikade att popgruppen First Aid Kit fick bidrag för att kunna turnera i USA 2011. Denna lilla slant bidrog till att de nu har slagit igenom och de har inte sökt mer stöd från Kulturrådet.

Sverige är litet och utgör ett är klen underlag för kommersiella agenter. Teaterförlagen är få och bokförlagens utgivning av dramatik är låg. Filmproducenter kan stå och falla med en enda produktion. Centrum för dramatik hade med nöd och näppe råd med flyg och hotell när de skulle pitcha attraktiv svensk dramatik i Berlin, berättade Isabella af Klintberg. Hon slog följaktligen ett slag för starkare stöd till centumbildningarna och andra aktörer som kan "sälja" kulturskaparna.

Det dryftades också ett omstritt frihandelsavtal som förhandlas mellan EU och USA, och som enligt Isabella af Klintberg, dramatikererna, skulle innebära att nationellt stöd till film bedöms som illegitimt näringsstöd. Det vore ett förödande slag, menade gruppen. ■

I rundabordssamtalet deltog Helene Larsson Pousette, Svenska institutet (samtalsledare), Anna Sööder, Kulturdepartementet, Anna Selvåg, Kulturrådet, Andreas Bergqvist, Tillväxtverket, Henrietta Schönenstern, Näringsdepartementet, Isabella af Klintberg, Centrum för dramatik, Per Strömbäck, Dataspelsbranschen och Petter Mattsson, Svenska Filminstitutet.



**KREATIVA BRANSCHER OCH
FÖRETAG BEHÖVER ANPASSADE STÖD
VID RÄTT TIDPUNKT**

KREATIVA BRANSCHER OCH FÖRETAG BEHÖVER ANPASSADE STÖD VID RÄTT TIDPUNKT

« 2

Branschspecifika stöd, offentlig lånefond och social trygghet för enskilda företagare. Detta, plus upphovsrätten var frågor som diskuterades i gruppen. Deltagarna hittade också goda exempel i Danmark, Finland och England.

Den nya EU-rapporten beskrevs som ett ”smörgåsbord av möjliga åtgärder” och ”en bra beskrivning av utmaningar”.

– Jag kan göra en lista på knutar som skulle behöva lösas upp för att vi ska nå ut bättre, sa Johan Holmer från Film- och TV-producenterna.

Ett grundläggande problem är att producenterna har svårt att tillgodogöra sig värdet av det de skapar. Många producenter tvingas att ”sätta sig i knät på en finansiär som också är distributör”. Det innebär att rättigheterna blir inlåsta hos TV-bolag och att eventuella vinster inte kommer producenterna till del. Sedan England införde ett system där produktionsbolagen behåller rättigheterna, har branschen fyrdubblat sin export.

Liksom övriga i gruppen menade Johan Holmer också att statens åtgärder behöver bli mer specifika och utgå från behoven i varje bransch.

Gruppen välkomnade myndigheternas ambition att skapa enkla övergripande paraplysystem, men undrade samtidigt: Vem ska äga frågan? Branschorganisationerna har tidigare efterlyst en koordinerande funktion mellan kultur-, närings- och utrikesdepartementen, så att de offentliga insatserna inom kulturella och kreativa näringar kan effektiviseras och branscherna lättare kan bidra med samlad sakkunskap. Tillväxtverkets pilotprojekt med utvecklingscheckar till företag inom kulturella och kreativa näringar visar positiva resultat, men bör följas upp eftersom även ”mycket lite stöd kan få stor utväxling för ett litet företag”.

Lånefond och social trygghet

Det fanns en enighet om behovet av en offentlig finansierad produktions- och utvecklingsfond. Enligt Kajsa Guterstam från modebranschen (ASFB) kräver privata investerare en offentlig aktör för att satsa. Försök med lånefond pågår i Finland, men även ett sådant stöd måste anpassas efter olika branschers behov. På film- och tv-sidan skulle en utvecklingsfond ge den svenska branschen bättre förutsättningar att äga och exploatera rättigheterna till sina projekt.

Inom KLYS, Konstnärliga och litterära yrkesutövares samarbetsnämnd, finns många frilansar och egenföretagare som inte strävar efter att bli stora utomlands. De har ofta svårt att administrera sina rättigheter och gynnas därför av effektiva återföringsmekanismer som privatkopierings- och biblioteksersättning. De behöver också kunskap om immateriella rättigheter och hjälp med sociala trygghetsfrågor som till exempel hur a-kassa fungerar vid utlandsjobb.

Den lagstiftning som är på gång i Finland är spännande att följa. Varför inte utveckla Konstnärsnämndens nätbaserade Konstnärsguide och koppla den närmare myndigheternas verksamt.se.

Agenter och andra mellanled är viktiga, men behöver inte hållas under armarna med offentliga medel. Satsa istället på att lära kreatörer mer om exempelvis upphovsrätt och arvodesnivåer. Detta sker redan genom Arbetsförmedlingen Kultur Media, men det stödet täcker inte behovet.

Mässor och upphovsrätt

Patent- och registreringsverket axlar gärna frågan om upphovsrätt och efterlyste mer information om behovet inom näringarna. Även Business Sweden ville veta vilken hjälp företag och branscher behöver: Vad vill branscherna göra?

Idag handlar det mycket om att underlätta för svenska företag att visa upp sig på stora internationella mässor. Men för att Sverige ska synas krävs samarbete – kanske i vissa fall ett nordiskt? När det gäller mässor krävs specifik matchmaking och ibland till och med ”extremt fokus på specifika bolag”. Många ansåg att mässorna tycks spela allt större roll för exempelvis möbel-, film- och spelbranscherna och flera branschföreträdare ville vara med tidigare i processen. Kanske är det dags att träffas och planera 2015 redan nu? En annan fråga var enskilda företags möjlighet att besöka mässor. Enligt Kulturrådet har sådan närvaro haft positiv effekt inom scenkonst och litteratur. Från bokbranschen nämndes behovet av översättningsstöd, provöversättningar och svenskundervisning i andra länder.

När det gäller upphovsrätt hade flera i gruppen uppmärksammat den danska kampanjen Share with care som drivs gemensamt av bredbandsbolag, producenter, myndigheter och rättighetsorganisationer. Man välkomnade en liknande kampanj i Sverige och hoppades att även bredbandsleverantörerna i så fall skulle delta. Men någon måste ta på sig huvudmannaskapet.

Viljan finns – men gapet är stort

Gruppen var överens om att myndigheterna gör en del bra satsningar men att många företagare ”har svårt att känna igen sig i sådana här frågor”. Mycket information når därför inte dem som berörs. ”Almi erbjuder bra stöd men det hjälper inte om företagen upplever organisationen som mossig”. Delaktighet och bättre kommunikation efterlystes.

Business Sweden säljer marknadsanalyser och andra tjänster till reducerat pris, men även halva kostnaden är för mycket för många företag. Dessutom bör även dessa tjänster vara mer specifika. Ett modeföretag som överväger en etablering vill inte köpa en marknadsundersökning för 250 000 kronor, om de bara har en specifik fråga om Belgien.

En annan konkret exportfrämjande åtgärd som skulle gynna modebranschen är harmonisering när det gäller märkning av kläder i olika länder. ■

I rundabordsamtalet deltog Anna Livén West, Kulturrådet (samtalsledare), Helen Rönnholm, Business Sweden, Linnea Ax, Tillväxtverket, Cecilia Fröderberg, Patent- och registreringsverket, Karin Sandberg, Svenska Förläggareföreningen, Kajsa Guterstam, ASFB, Johan Holmer, Film- och TV-producenterna och Ulrica Källén, KLYS.



**MEDVETEN SAMVERKAN OCH TYDLIGA
STRUKTURER BEHÖVS FÖR ATT STIMULERA
DEN KREATIVA EXPORTEN**

MEDVETEN SAMVERKAN OCH TYDLIGA STRUKTURER BEHÖVS FÖR ATT STIMULERA DEN KREATIVA EXPORTEN

« 3

Samverkan mellan myndigheter och departement, skydd för upphovsrätten och stöd till kreativa företag för att skapa mötesplatser, var några av de insatser för att stimulera de kreativa näringarnas internationalisering som deltagarna lyfte fram.

Att Danmark sticker ut i rapporten som ett inspirerande exempel var gruppen ense om. Det danska exemplet visar på ett samband mellan starka strukturer för insatser inom kulturområdet och goda förutsättningar för internationalisering av de kreativa näringarna. Danmark har en fungerande struktur för sina insatser, samverkar kring dessa frågor mellan departementen och sätter upp delmål för sitt arbete. År 2013 lanserade den danska regeringen en ny tillväxtplan för de kulturella och kreativa sektorerna, som innehåller sammanlagt 27 konkreta initiativ.

Hur ser det ut i Sverige? I dag finns en samverkan inom det svenska regeringkansliet och mellan olika myndigheter. En gemensam målbild för de svenska insatserna skulle vara en fördel. Men räcker det? Det danska självförtroendet har vi ännu inte i Sverige, trots stora internationella framgångar, noterade man. Hur ser vi på oss själva som kulturnation? Och hur ser de kreativa entreprenörernas olika förutsättningar ut? Kommunikationen med ”verkstan” är central, konstaterade deltagarna.

Statistiken viktigt underlag

Kartläggningen av Europas länder är viktig. Insatserna och aktiviteterna för de kulturella näringarna är olika vad gäller omfattning, branscher, nivåer och syften. Av rapporten är det svårt att få en helhetsbild. Några länder är väl beskrivna, andra nämns inte alls. Gruppen såg också ett problem med den bristande statistiken på området, vilket gör det svårt att följa upp enskilda aktiviteter och insatser och visa på de kreativa näringarnas mervärde.

– Innan vi kan gå utanför Sverige, måste kreatörerna ha en bra grund att stå på här hemma, sa Kristina Ahlinder, Svenska Förläggareföreningen. Det måste vara lätt och kännas bra att verka både som författare och förläggare i Sverige, annars får vi inte den litteratur som vi kan sprida till andra länder. De statliga stöd som finns idag är bra, men kan mycket väl byggas ut för att kunna bekosta översättningar och internationella marknadsaktiviteter.

Just nu går bokbranschen igenom ett ”stålbad”, mycket beroende på digitaliseringen. Illegal publicering och bristande respekt för upphovsrätten är något som hela den kulturella sektorn är drabbad av. I Danmark har alla kreativa näringar tillsammans med regering, riksdag och internetoperatörerna under flera år drivit kampanjen Share with care för att värna upphovsrätten. En tydlig markering från samhälle och stat vad upphovsrätten är värd, som också vore något för Sverige, var gruppen överens om.

Samarbete behövs på alla nivåer

Vilka finansieringslösningar skulle den kulturella och kreativa sektorn behöva för att i högre grad nå ut internationellt?

På senare år har det blivit allt vanligare att länder inför olika typer av rabatter för att behålla och locka till sig filmproduktioner, samt skattelättnader för att stimulera de privata investeringarna i filmbranschen. Så icke i Sverige, berättade Ingrid Rudefors, Swedish Film Commission. Visserligen sker ett aktivt regionalt arbete på flera håll, men skatteregler utgör hinder och nationella incitament saknas. Ingrid Rudefors föreslog en lösning: att införa en typ av ”investeraravdrag”, liknande det som kan göras i andra industrier.

Gruppens diskussion kretsade också kring betydelsen av samverkan mellan kreativa näringar och traditionella industrinäringar, kring system för marknadsföring och deltagande vid mässor och utställningar för att visa upp svenska kreatörer. Men även kring möjligheterna att utvidga användningen av den digitala plattformen som kommunikationsbas.

Deltagarna föreslog att myndigheterna samverkar kring sina digitala sajter som innehåller vägledning för entreprenörer. Som exempel nämndes Konstnärsguiden, konstnärsnämndens guide för yrkesverksamma konstnärer och verksamt.se, ett samarbete mellan Bolagsverket, Skatteverket och Tillväxtverket.

Underlätta ansökningsförfarandet

Gruppen föreslog även ett utökat samarbete mellan svenska myndigheter när det gäller att förenkla ansökningsförfarandet för att få EU-bidrag. Det gäller att rikta och anpassa utformningen av stöden, så att fler vill och kan söka dem.

Åsa Thulin, Sveriges Designer, underströk vikten av att utforma åtgärder för att utveckla managers och liknande mellanhänder för att förenkla ansökningsprocessen.

– Sveriges Designer är en medlemsstyrd ideell branschorganisation som erbjuder medlemmarna råd för att utveckla sina verksamheter och affärskontakter. Det är en angelägen uppgift, som vi skulle behöva finansiellt stöd till, sa Åsa Thulin. ■

I rundabordssamtalet deltog Mika Romanus, Kulturrådet (samtalsledare), Karin von Hedenberg, Kulturdepartementet, Marcus Liu, Tillväxtverket, Patrik El-Cheikh, Business Sweden, Erik Bevin, AF Kultur Media, Kristina Ahlinder, Svenska Förläggareföreningen, Ingrid Rudefors, Sweden Film Commission, Åsa Thulin, Sveriges Designer och Marie-Louise Franzén, Konsthantverkscentrum.



**DET ÄR LÄTT ATT HITTA
FINANSIERING FÖR EN SUCCÉ – MEN
VEM SKA BETALA FÖR VÄGEN DIT?**

DET ÄR LÄTT ATT HITTA FINANSIERING FÖR EN SUCCÉ – MEN VEM SKA BETALA FÖR VÄGEN DIT?

« 4 »

Vem ska betala för vägen till färdiga produkter och produktioner?

Det var en av frågorna för representanter från bland annat scen- och filmkonst och gallerier. Deltagarna var överens om vikten av att behålla och utveckla stöd till professionella kulturutövare som befinner sig i början av sin verksamhet.

Det är knepigt att prata om exportfrämjande åtgärder för de kreativa och kulturella näringarna, konstaterade gruppdeltagarna. Förutsättningarna är så olika för olika områden. En dataspelstillverkare har andra utmaningar än en enskild konstnär eller en regissör.

Ulrika Holmgaard, vd Svensk scenkonst, poängterade att diskussionen måste ha flera utgångspunkter.

– Jag bejakar resonemangen runt de kulturella och kreativa näringarna, men det kan inte börja med resonemang runt de färdiga produkterna. Vi måste också fundera över var konsten och kulturen står i samhället i dag. Estetiska ämnen i skolan ligger till exempel illa till, sa hon.

Ulrika Holmgaard ansåg att kulturens roll inom utbildningssystemet bör betonas för att återväxten inom de kulturella och kreativa näringarna ska fortsätta. Betydelsen av musikskoleverksamheten för det svenska musiklivets utveckling var ett exempel. Hon betonade också att det är viktigt att det finns stöd som fungerar under en startsträcka, ibland räcker det med mindre summor.

– Det intressanta är hur vi finansierar processen, och misslyckanden, på vägen till succéerna. När det väl finns en succé är det inga problem att hitta finansiering.

Riktade stöd istället för inkubatorer

Ulrika Holmgaard påpekade även att stödet till så kallade inkubatorer i flera fall visat sig vara relativt ineffektivt. Hon efterlyste istället riktade stödinsatser för internationalisering och export till de aktörer som är aktiva inom de olika konstområdena.

Svante Håddell från UD saknade också ett område i rapporten. Han tyckte att den inte i tillräckligt hög grad belyste frågan om det särskilda förhållandet mellan fria konstutövare och bidragsgivande offentliga myndigheter.

– Traditionellt har det ofta funnits en beröringsskräck mellan kultursektorn och det renodlade exportfrämjandet. Så måste det vara, det kan vara sunt med en viss luftspalt. Samtidigt kan konsten och främjandet samverka, men man måste tänka igenom hur, konstaterade han.

En sak i EU-apporten som alla kunde enas om var att det behövs mer samordning mellan de myndigheter som arbetar med olika typer av stöd. Det är svårt att vara kulturutövare och samtidigt ensamföretagare och navigera mellan olika stödformer och bidrag från olika håll.

– Ibland ska man vända sig till Kulturrådet och ibland till Tillväxtverket, och ibland kanske Almi kan hjälpa till. Jag har intrycket av att många har god kännedom om Kulturrådets bidrag, men vi kan säkert göra ännu mer för att förenkla och informera tydligare, sa Elin Rosenström från Kulturrådet som också var samtalsledare.

Mindre summor utan långa väntetider

Flera av deltagarna påpekade att det vore bra med mindre stödsummor som går att få snabbt, utan långa väntetider, när någon är på väg att etablera sig. En sådan typ av stöd skulle behövas exempelvis för galleribranschen, enligt Katarina Sjögren, Svenska Galleriförbundet. Hon efterlyste också ett stöd för att medverka på internationella mässor, i likhet med de stödssystem som finns i Norge och Danmark och flera andra europeiska länder. Ett galleri kan i dessa länder få motsvarande cirka 50 000 svenska kronor för att medverka på internationella mässor. Det handlar om att kunna betala den ofta höga deltagaravgiften, vilket är svårt även för etablerade gallerier. Hon menade att Norge och Danmark i dag har en starkare position än Sverige på bildkonstområdet och att deras stödformer kan vara en del i denna utveckling.

För en ökad internationalisering och export betonade flera av gruppdeltagarna vikten av att finnas med på internationella mötesplatser, till exempel mässor och festivaler för de olika kulturformerna.

– De internationella konstmässorna har boomat. Om man blir antagen bland hård konkurrens att vara med på en konstmässa kan det få en kraftig effekt. Men det är svårt för nyetablerade kulturföretag att ta en sådan ekonomisk risk, sa hon.

– Självklart är våra medlemmar kulturentreprenörer som ska finansiera sin verksamhet själva, men om man kan få stöd för att delta i en internationell mässa kan man våga ta större risker och kanske presentera konstnärer som annars inte får utrymme, sa hon.

Elin Rosenström lyfte fram att gallerier har möjlighet att söka projekt- eller mobilitetsstöd från Kulturrådet, men Galleriförbundet ansåg att det skulle behövas ett särskilt stöd för deltagande i internationella sammanhang. I EU-rapporten finns bland annat ett exempel från Wales som har ett stöd som kan användas för mässor.

Växelverkan och indirekta effekter

Under en diskussion kring skillnaden på stöd inom de olika politikområdena (kultur, näring och utrikes) menade många att rena exportstöd ibland kan vara verkningsfulla, men att det också behövs internationaliseringsstöd som tar kulturpolitiska hänsyn. Sådana stöd bör gynna yttrandefrihet, demokrati och jämställdhet. Pia Lundberg berättade om Filminstitutets lanseringsstöd som utöver att vara ett rent exportstöd även tar kulturpolitiska hänsyn. Denna typ av insatser har ofta indirekta Sverigefrämjande effekter.

Samtalet visade också att det finns en viktig växelverkan mellan konstnärer och kulturskapare inom olika konstområden. Det är till exempel i dag relativt vanligt att konstnärer är verksamma både inom den samtida svenska filmen och inom dokumentärfilmen. Denna utveckling syns även inom dataspelsbranschen som ofta involverar professionella musiker och tecknare. ■

I rundabordssamtalet deltog Elin Rosenström, Kulturrådet (samtalsledare), Svante Hådel, Utrikesdepartementet, Tony Meurke, Tillväxtverket, Pia Lundberg, Svenska Filminstitutet, Ulrika Holmgård, Svensk scenkonst, Katrina Sjögren, Galleriförbundet, Eva Månsson, Konstnärernas Riksorganisationer och Sveriges Konsthantverkare & Industriformgivare och Johanna Nylander, Dataspelsbranschen.



**PERSONLIGA KONTAKTER
RÄCKER INTE – FÖR ATT LYCKAS
BEHÖVS ANPASSAT STÖD**

PERSONLIGA KONTAKTER RÄCKER INTE – FÖR ATT LYCKAS BEHÖVS ANPASSAT STÖD

«5

Trygghetssystem och andra funktioner måste riggas med utgångspunkt från att fast anställning inte längre är normen i arbetslivet. Det behövs en gemensam "ingång" där kulturskapare hittar samtliga relevanta möjligheter till internationellt samarbete.

Mikael Svensson, knuten till Sweden Film Commission, menade att både film och andra konstformer ger ökad turism och ökar värdet av det svenska varumärket utomlands. Därför borde fler regioner jobba som Skåne, där filmen är en självklar del av besöksnäringen.

Han pekade också på att en film kan vara hur smal som helst, men ändå bidra till ekonomisk utveckling genom att filmskapare bott på hotell, ätit mat och spridit design genom föremål och miljöer i scenerna.

– Jag har en vän som är konstnär och absolut inte ville att hennes skapande skulle handla om pengar. Sedan placerades hennes konst i en film och plötsligt tjänade hon bra. Nu har hon startat företag och är jättenöjd med det.

Efter att ha läst den nya EU-rapporten ansåg de flesta i gruppen att många konstnärliga utövare behöver vässa sig i kringfärdigheter för att kunna jobba internationellt. Presentationsteknik är en viktig sak som få behärskar ens på svenska, menade Anna-Maria Bernitz från Svenska institutet.

Kunskap ger möjlighet att ta bättre betalt

Caroline Agné, Illustratörscentrum, pekade på kunskapsluckor om grundläggande saker, som att skriva offerter.

– Det är ovärderlig kunskap för många att få lära sig mera om hur de kan ta bättre betalt eftersom det kan vara skillnaden mellan att finnas kvar eller inte, sa Ann Traber, Konstnärsnämnden.

Hon lyfte också fram ett mentorsprojekt inom konstnärliga utbildningar i Köpenhamn där studenter erbjuds samtal med coacher ett år efter avslutad examen för att stödja och utveckla företagandet.

– Det kan vara en strategiskt klok satsning i uppbyggnadsfasen. Vi ser ju att konstnärer som får barn relativt ofta faller bort.

Att småföretagare hamnar utanför trygghetssystemen och att både skatte- och a-kasseregler är anpassade efter fastanställning hos en enda arbetsgivare – det som fortfarande anses vara normen, såg många som ett stort problem.

Det finns visserligen tjänster som underlättar, Coompanion och Drivhuset är exempel på stöd som är gratis. Men hur ska småföretagare hitta stödet?

Elin Lydahl, generalsekreterare på Sveriges Textil- och modeföretag TEKO, lyfte fram Vinnovas motsvarighet i Finland (www.tekes.fi/sv/) och menade att de tar ansvar för samordningen av finansiering och verksamheter i en tydlig och lättbegriplig organisation. Hon lanserade också idén att staten skulle ta ett större grepp, genom att samla olika branscher och statliga organ för att genomföra ett Sverigebildprojekt.

– Kom med ett erbjudande! uppmanade hon.

Möjligt för grupper att söka stöd

Agnieszka Knap från Konsthantverkscentrum efterlyste en möjlighet för hennes organisation att söka stöd för en grupp av konsthantverkare för att till exempel kunna delta i en mässa utomlands. Nu måste varje individ söka enskilt hos Konstnärsnämnden.

– Då får vissa pengar, andra inte och vi kan inte veta på förhand om det kommer att gå.

Hon tyckte också att den politiska styrningen till vissa områden och länder försvårar.

– För mig vore det mycket enklare om jag fick utgå från mina medlemmars behov av att vara i ett visst sammanhang. Då kunde jag utnyttja mitt nätverk och medlemmarnas kontakter på ett bättre sätt.

Elin Lydahl tipsade då om att Vinnova i vissa fall kan skjuta över ansvaret att fördela medel på ett klokt sätt till branschorganisationerna.

Diskussionen om EU-rapporten mynnade ut i ett antal frågor att gå vidare med:

Kan staten hitta konstnärernas motsvarighet till de strategiska innovationsområden som Vinnova arbetar med idag inom andra branscher? Tillväxtverket har internationaliseringscheckar som kan användas ganska fritt för att få in företag på utländska marknader. Går något sådant att skapa för kulturbranschen?

Trots alla analyser och strategier, bygger internationellt samarbete ofta på tillfälligheter och personliga kontakter. ”Någon på lagret är från Warszawa och därifrån utvecklas ett kulturellt utbyte med Polen”. Den personliga kopplingen och att människor gillar varandra är en väg som väldigt ofta leder framåt. ■

I rundabordssamtalet deltog Anna Maria Bernitz, Svenska institutet (samtalsledare), Johan Lager, Tillväxtverket, Ann Traber, Konstnärsnämnden, David Ek, Kulturdepartementet, Elin Lydal, Teko, Mikael Svensson, Sweden Film Commission, Caroline Agné, Illustratörscentrum och Agnieszka Knap, Konsthantverkscentrum.



**SAMARBETE MELLAN STORA
OCH SMÅ GYNNAR EXPORTEN AV
KREATIVA NÄRINGAR**

SAMARBETE MELLAN STORA OCH SMÅ GYNNAR EXPORTEN AV KREATIVA NÄRINGAR

«6

Grupp Blank var definitivt inte blank när det gäller åsikter om exportfrämjande åtgärder som gynnar kulturella och kreativa näringar. Branscher som inte har egna muskler behöver kroka arm med en stark aktör för att komma ut på mässor och utställningar, var en av gruppens idéer.

I dag är det stora skillnader mellan små och stora företag när det gäller möjligheterna att exponeras i Europa. Marknaden tar själv hand om de stora, medan de små behöver stöd och samordning. Att arbeta tillsammans med en stark aktör på marknaden kan ge mindre företag nya möjligheter att visa upp sig.

Ett sådant exempel är samarbetet mellan Ung Svensk Form och Ikea, där möbelföretaget delar ut stipendier till unga formgivare och ökar sitt eget anseende på köpet.

Inom litteraturområdet är EU-samarbete en grundpelare för export.

Att delta på europeiska mässor är bra, men många förlag och författare bör bli mer aktiva och försäljningsuppdraget bör få en högre status. Varför inte anlita en mässmentor? Mässdeltagandet behöver också utvärderas för att lära av misstagen. För små företag kan även ett litet bidrag göra det möjligt att delta.

Modebranschen menade att de kan få stöd från Vinnova, men att myndigheten måste förstå att innovation inte bara är nanoutveckling eller robotproduktion. En designer tvingas till exempel ofta att binda mycket kapital långt innan de kan visa upp en kollektion för export. I England finns ett riktat stöd till just denna bransch.

Olika branscher har olika behov

Katarina Höög från Kulturdepartementet menade att många entreprenörer inte vill se sig själva som värdeskapande – utan enbart som kreatörer. Hon menade också att det är lätt att uppfatta hantverk och kultur som en enhetlig bransch med likartade önskningar. Så är det inte.

– Alla ska inte behöva tvingas in i samma roll. Det finns de som jobbar på uppdrag och inte uppfattar sig som exportörer och det finns de som är bosatta på en plats de inte vill lämna, sa hon.

Små entreprenörer som försöker exportera musik, litteratur, mode och hantverk kommer att ha svårt att klara sig utan kunskap om hur man bedriver företag. Det menade bland andra Jessica Bjurström från Sveriges Kommunikatörer och gav ett positivt exempel från Berghs reklamkola där entreprenörsutbildning ingår.

– Där utvecklas deltagarnas kreativa ådra, samtidigt som de utvecklar sin kommersiella förmåga. Flera i gruppen instämde i påståendet att detta är nödvändigt, men att en sådan utbildning måste sättas in vid rätt tidpunkt då mottagaren har uppnått en mognad för att tillgodogöra sig kunskapen.

Gratis och klickbart

Inom den yngre generationen ska allt vara gratis och klickbart. Detta har inte alla företag koll på, förrän det är för sent. Gruppen var enig om att immaterialrätten behöver värnas och att ”det är dags för de stora företagen att sponsra oss tillbaka”. De tyckte också att banker och finansiärer måste förstå vad denna rätt är värd. ”Förstår de inte det så är framtiden för kreativa branscher hotad.”

– Samhället måste värna de legala systemen som gör det möjligt för oss att göra affärer, sa Linda Portnoff från Musiksverige.

Indien och Kina är exempel på två stora marknader som är bekymmersamma ur rättighetssynpunkt eftersom de utnyttjar kryphål i lagen.

I dag består den svenska modebranschen till 60 procent av export, medan motsvarande siffra inom musikbranschen är 16 procent. Samtidigt är svensk musikexport enligt många ”bäst i världen”, tillsammans med England och USA.

Medan vissa bedömare hävdar att internet gynnar mångfald, konstaterar en kanadensisk forskare att stora företag i allt större utsträckning satsar på kommersiellt säkra artister och bästsäljare på marknaden. Hur kommer detta att påverka kulturella och kreativa näringar i framtiden? ■

I rundabordssamtalet deltog Vivianne Yllenius, Tillväxtverket (samtalsledare), Maria Heno, Svenska institutet, Katarina Höög, Kulturdepartementet, Susanne Bergström-Larsson, Kulturrådet, Astrid Trotzig, Författarförbundet, Linda Portnoff, Musiksverige, Isabele Thomsson, Musikverket, Elna Lassbo, Svensk Form, Jessica Bjurström, Sveriges Kommunikatörer och Lotta Ahlvar, Moderådet.

Seminariet dokumenterades av Roland Cox,
Birgita Klepke, Kristina Mattsson, Carina
Roxström, Susanne Rydell och Jan Vejstad.



**TILLVÄXT
VERKET**

SI.
Swedish Institute.

KULTURRÅDET