

- kommunfullmäktige
kommunstyrelsen
övriga nämnder
förvaltning

Handlingsprogram för att utveckla de kulturella och kreativa näringarna i Jönköpings kommun

Fastställt av kommunfullmäktige 2014-12-18 § 262

Handlingsprogram för Kulturella Kreativa Näringsar

i Jönköpings kommun



Creative Industries, the Experience Economy and Cultural Industries



STADSKONTORET
Besöksadress Rådhuset
Rådhusparken 1, Jönköping
kommunstyrelse@jonkoping.se
Fax diarier 036-10 57 04



HANDLINGSPROGRAM

KULTURELLA OCH KREATIVA NÄRINGAR (KKN)

i Jönköpings kommun

De kulturella och kreativa näringarnas betydelse för tillväxt, jobb och innovationer blir allt tydligare.

Redan före finanskrisen uppmärksammades att de kulturella och kreativa näringarna både i Sverige och i EU omsätter mer än bilindustrin.

Med kreativa och kulturella näringar menas, människor och företag med ett kreativt förhållningssätt som har till huvuduppgift att skapa och leverera upplevelser i någon form.

Hit räknas branscher som spänner över vitt skilda områden som arkitektur, musik, måltider och turism. Men också design, film och foto, konst, litteratur, media, mode, scenkonst samt upplevelsebaserat lärande.

Det finns en stark koppling mellan kultur, kreativitet och näringsliv.

Det är viktigt att skapa långsiktigt goda förutsättningar för entreprenörskap inom kulturella och kreativa näringar så att dagens och morgondagens företagare inom dessa näringar ska kunna utveckla sina affärsidéer och sitt företagande.

I en allt hårdare internationell konkurrens är det därför viktigt att förbättra villkoren för entreprenörskap och innovationskraft.

Och att skapa förutsättningar för fler nya och växande företag är kultur och kreativitet en allt viktigare resurs.

Ytterst handlar det om att bygga på våra styrkor men att tänka och skapa nytt!

1. Syfte och uppdragsbeskrivning

Syftet med handlingsprogrammet är att förbättra förutsättningarna för kulturskapare och entreprenörer inom kulturella och kreativa näringar, bidra till ökad samverkan med näringslivet samt en långsiktig och hållbar utveckling av kulturella och kreativa näringar.

Förbättrade förutsättningar för kulturskapare och entreprenörer inom kulturella och kreativa näringar och ökad samverkan med näringslivet, kan bidra till såväl regioners tillväxt som till ökad svensk konkurrenskraft.

Jönköping och Sverige är inte ensamma om att arbeta med samverkan mellan kultur och näringsfrågor. Kulturens betydelse och potential för ökad

sysselsättning och tillväxt står även högt på dagordningen inom Nordiska Ministerrådet och inom EU.

Regeringen har givit 22 myndigheter i uppdrag att genom tvärsektorielt samarbete främja hållbar regional tillväxt. Det slutrapporterades, den 17 april 2009. En arbetsgrupp inom detta samarbete har bl.a. kartlagt regionala insatser för kreativa näringar. I det arbetet utkristalliserades åter igen behovet av mötesplatser, inkubatorer och nätverk, stöd för nyföretagande och experimentell verksamhet m.m.

I en promemoria från Näringsdepartementet, 16 september 2009, angående handlingsplan för kulturella och kreativa näringar, konstateras bl a behovet av rådgivning till företag, programsatsning på inkubatorer för kulturella och kreativa näringar, nätverk/mötesplats samt entreprenörskap i kulturella och kreativa utbildningar.

Såväl de privata som offentliga systemen för företagsfrämjande och innovation har lite erfarenhet och kunskap om tillväxt inom kulturella och kreativa näringar och kreatörers behov i olika faser.

Det är viktigt att främja utvecklingen av inkubatorer, företagshotell och liknande som är anpassade även för kulturella och kreativa näringar liksom kunskapsutbyte mellan olika inkubatorer så att idéer från de kulturella och kreativa näringarna kan kopplas samman med idéer i inkubatorer med t.ex. teknik- eller tjänsteinriktning.

Spel är en gränsöverskridande kraft som främjar både innovation och deltagande och påverkar allt fler delar av vårt samhälle. Två uppenbara områden där detta sker är teknikutveckling och utveckling av nya affärsmodeller, men vi ser också hur spel allt tydligare påverkar samhällsutvecklingen ur ett bredare perspektiv genom förnyelseprocesser inom områden som t.ex. utbildning, deltagandeprocesser, regional utveckling samt utveckling av produkter, tjänster och processer i en mängd branscher. 70 % av världens 2000 största företag kommer ha "gamifierat" någon del av sin verksamhet innan 2014 är slut.

Spel driver inte bara utvecklingen av teknik och affärsmodeller anpassade för digitala marknader, utan spelar också en allt större roll för lärande, deltagandekultur, regional utveckling samt utveckling av nya produkter, tjänster och processer i en mängd branscher.

Genom att förbättra förutsättningarna för KKN-sektorn att utvecklas, främjas människors initiativförmåga och skaparkraft, ökar kommunens attraktivitet och leder till att företag och personer vill etablera sig i kommunen. Jönköpings ställning som ett regionalt kreativt och kulturellt centrum säkerställs och Jönköpings kreativa och kulturella anseende i Sverige ökar.

Mot denna bakgrund uppdrogs åt Kommunstyrelsen att ta fram ett Handlingsprogram för att utveckla KKN i Jönköping. För detta ändamål avsattes 1 mkr. Handlingsprogrammet ska omfatta hur KKN kan utvecklas i hela kommunen

samt fastställa möjligheterna att erhålla extern medfinansiering för detta ändamål.

2. Möjligheter för Jönköpings kommun

Attraktivitet och kreativa kraftfält, kännetecknar städer som har ett rikt kulturliv och ett välutvecklat näringsliv inom KKN. Städer med detta i fokus har även en högre tendens att växa, locka besökare, invånare och företag inom andra sektorer.

Jönköping har en unik möjlighet att hitta sin plats på KKN-kartan i Sverige, då det finns incitament i de kreativa kraftfält som finns i Jönköping.

Det bedöms som viktigt att satsningarna vi gör ska vara långsiktiga och skapa möjligheter i de strukturer som redan finns.

Jönköping har en styrka i sin Stadsbyggnadsvision 2.0, som skapar och möjliggör att staden kan växa med flera kreativa mötesplatser och företag inom KKN samt ta emot fler invånare och däribland fler som är företagsamma genom sina kulturella och kreativa kopplingar.

Jönköping har stått värd för världens största digitala festival, Dreamhack, sedan 2001. Jönköping har möjlighet att ta nästa steg för att bli en tydligare del av spelbranschen, den digitala kulturen samt allt vad gamification, game-based learning och e-sport kan erbjuda i t.ex. utbildning, deltagandeprocesser, regional utveckling samt utveckling av produkter, tjänster och processer i en mängd branscher.

Kulturen går från att vara en kostnad för samhället, till att bli en särskild näringsgren, Kulturella Kreativa Näringar (KKN)¹, som genererar ekonomisk tillväxt. För Jönköping innebär detta en möjlighet att utvecklas vidare och som Jönköpings läns självklara centrum inom KKN.

3. Mål

Jönköpings kommuns engagemang i KKN ska skapa bättre förutsättningar inom sektorn genom:

- **samverkan** med KKN-sektorn

¹ Bilaga Handlingsprogram för Kulturella Kreativa Näringar i Jönköpings kommun

- att Näringslivsavdelningen, Kultur-och fritidsförvaltningen samt Stadsbyggnadsvisionen, "Stadens liv och innehåll", samarbetar samt tar ett **helhetsgrepp** om KKN sektorn med fokus på Jönköpings kommuns styrkor inom KKN, för vidare utveckling
- att stärka och utveckla **nätverk** inom KKN-sektorn för att stimulera tillväxt
- ta tillvara på de **möjligheter och drivkrafter** som idag finns i vår kommun
- få till stånd **studier** inom Högre konstnärliga inriktningar i Jönköping
- genom "**The European Commission programme for the cultural and creative sector, 2014-2020**", växla upp de ekonomiska förutsättningarna för KKN-sektorn i Jönköping för att skapa tillväxt
- att utgå från ett **Jämställdhetsperspektiv** för KKN

4. Aktiviteter

För att uppnå målen i handlingsprogrammet ska Jönköpings kommun:

- medverka till att en **mötesplats/scen/arena** samt **inkubator** för KKN kommer till stånd. För att realisera detta behöver en utredning göras i dialog med de nätverk och organisationer som finns i kommunen samt Science Park.
- i samverkan med organisationer och intressenter inom KKN bjuda in till olika nätverk, workshops, samarbeten mm i syfte att fånga nya trender, idéer och produkter samt stödja utvecklingen av dessa för ökad kunskap, affärsnytta och tillväxt. Nätverken bör samlas under paraplynätverket **Brightmind** och på sikt knyts till den framtida mötesplatsen och inkubatorn.
- Samla intressenter, aktörer och organisationer inom gaming och den digitala kulturen, för att få synergieffekter, ökad synlighet, kunskapsöverföring mm för att skapa bra förutsättningar för att driva utvecklingen framåt. Här finns en enorm potential för innovation och nya företag.
- undersöka möjligheterna att skapa Sveriges första "**purpose built arena**" för e-sporter, som eventuellt kan synkroniseras med Dreamhack, eller andra aktörer inom området, samt attrahera företag i näraliggande branscher.

- initiera ett **Upplevelsecentrum** (en unik mötesplats) med gaming och e-sport som tema med tydlig profil mot e-sport, gaming, visualisering och interaktivitet. Det högteknologiska näringslivet, Science Park och högskolan i Jönköping blir här viktiga parter.
- ta fram en tydlig plan på hur kommunens insatser och ekonomiska medel kan utökas med **"The European Commission programme for the cultural and creative sector, 2014-2020"**.

5. Tidsplan

5.1 En mötesplats och inkubator för KKN i Jönköping

En utredning genomförs under 2015 med syfte att få fram ekonomiska och juridiska förutsättningar för ett skapande av en fysisk mötesplats och kreativt center för KKN samt den digitala utveckling som sker. Denna tillkommande miljö, med likartat syfte och uppdrag som Science Park-systemet/Science Park Jönköping, bör synkroniseras på bästa möjliga vis för att eliminera dubbelarbete och otydlighet.

Tidsplan

2015 förstudie görs och projektet startar vid årsskiftet
 2016 verksamheten i full gång
 2019 kommunens ekonomiska insatser avvecklas

5.2 Brightmind

Organisationer och intressenter inom KKN bjuds in till olika nätverk, workshops, samarbeten mm i syfte att fånga nya trender, idéer och produkter samt stödja utvecklingen av dessa för ökad affärsnytta och tillväxt. "Brightmind" knyts till den framtida mötesplatsen och inkubatorn.

Tidsplan

2015-2018 Minst 4 möten eller workshops per år

5.3 Initiera ett Upplevelsecentrum/Science center

I samarbete med kommunens högteknologiska näringsliv, företag inom KKN, Högskolan i Jönköping, Dreamhack och andra intressenter, undersöka möjligheterna till samarbete samt ta fram förslag på nästa steg. Fokus är näringslivsutveckling, utbildning, etableringar, KKN och Upplevelsecentrum/Science center.

Tidsplan

| | |
|-----------|--|
| 2015 | ”Best Gamer Job” genomförs i kommunen. Identifiera samt föra en dialog med intressenter för att ta fram en Handlingsplan |
| 2016-2017 | Handlingsplan tas fram samt workshops genomförs Möjligheter och förutsättningar för skapandet av en fysisk mötesplats – Upplevelsecenter/Science center – kopplat till den fysiska mötesplatsen |

5.4 Högre konstnärliga studier i Jönköpings kommun/Jönköpings län

Det är viktigt att vi stärker och breddar KKN i kommunen och länet. Utbildningar inom KKN-området kan stärka den industriella näringen. Kommunen ska samverka med andra intressenter för att kunna skapa förutsättningar för högre konstnärliga studier, som är unika i sin utformning och ämnesval, och där det finns kopplingar till våra utvecklingsområden inom KKN.

Tidsplan 2014/2015

En behovsanalys genomförs som leder till projektansökan för att kunna starta högre konstnärliga utbildningar

5.5 “The European Commission programme for the cultural and creative sector, 2014-2020”

Programmet kommer att stödja samarbetsprojekt över gränserna mellan kulturella och kreativa organisationer både inom och utanför EU.

Tidsplan 2015-2016

Med utgångspunkt från våra behov, projekt och aktiviteter förs en analys av vilka vi kan söka EU-medel för samt projektansökningar genomförs.

5.6 Uppföljning och utvärdering

Handlingsplanerna följs upp av de olika styrgrupper som måste finnas till, beroende på inriktning på de KKN insatser som Jönköpings kommun avser att genomföra.

Jönköping den 13 november 2014

Camilla Littorin
Näringslivschef

Ella Fronczak
Kulturchef

Bilaga

Handlingsprogram för Kulturella Kreativa Näringar i Jönköpings kommun



Creative Industries, the Experience Economy and Cultural Industries



STADSKONTORET
Besöksadress Rådhuset
Rådhusparken 1, Jönköping
kommunstyrelse@jonkoping.se
Fax diarier 036-10 57 04



Begreppet Kulturella Kreativa Näringar (KKN) Jönköpings kommun

För att vi skall ha en första gemensam bild över vad som ingår i själva begreppet KKN, utgår vi från hur Regionförbundet Jönköping använder och benämner det i sin rapport *"Strategi för kulturella och kreativa näringar i Jönköpings län"* samt *"Kartläggning av Jönköpings kulturella DNA"* som Jönköpings kommun har gjort.

Svagheterna med KKN-begreppet är att det saknas en allmänt accepterad definition. Andra begrepp som ofta används som synonymer för, eller för vissa delar av KKN, är upplevelseindustrin, kulturindustrin och den kreativa sektorn. På engelska används begreppen; Creative Industries, the Experience Economy och Cultural Industries. I Tillväxtverkets branschindelning, som Regionförbundet använder, definieras KKN som arkitektur, design, film och foto, konst, litteratur, media, mode, musik, måltid, scenkonst, turism och besöksnäring samt upplevelsebaserat lärande. Kulturaktiviteter definieras, enligt EUs definition, som Scenkonst, Dataspel, Bildkonst, Multimedia design, Kulturhistoria, Produktdesign, Slöjd/kulturhantverk, Modedesign, Radio/television, Arkitektur, Film, Reklam, Bokförlag och Musik.

Det är lätt att förstå att KKN inte är en enhetlig sektor som många traditionella näringssektorer är, utan att förutsättningarna för utveckling och tillväxt ser väldigt olika ut för t ex scenkonst, arkitektur och industridesign.

Det största antalet företag inom KKN är så kallade mikroföretag med 1-5 anställda. I vissa branscher är tillväxtpotentialen enorm om man lyckas såsom t.ex. spelbranschen. Vissa växer till miljonföretag. Andra är närmast att betrakta som hobbyföretag. Inte olik andra branscher inom tjänstesektorn.

KKN tillhör de snabbast växande branscherna både i Sverige och globalt. I motsats till utvecklingen inom t.ex. den traditionella industrin är det en tillväxt som skapar många nya jobb och som attraherar unga människor med hög utbildning.

Företag inom KKN-sektorn söker sig till större städer och eftersom Jönköping är Sveriges 10:e största stad finns här alla förutsättningar. Den kreativa processen är ofta knuten till olika platser. Studier har visat att för många konstnärer/kreatörer sker det en växelverkan mellan var de arbetar, mellan olika städer i och utanför Sverige, samt mellan stad och landsbygd. Ofta innebär det att den tidiga produktionscykeln förläggs till storstäder där det finns mycket intryck och inspiration att hämta. I mer tysta miljöer och där större utrymmen finns, på exempelvis landsbygden, sker den intensivaste arbetsperioden, för att sedan återvända till storstaden där möjligheter för exponering är större och där handelsplatserna ligger.

Varför näringslivsfokus på KKN?

Branscherna och företagen inom KKN-sektorn varierar stort, gemensamt är dock att de har ett kulturellt och kreativt skapande som kärna. Företagen kan delas in i två huvudsakliga grupper – *levebrödsföretag* och *tillväxtföretag*.

KKN-sektorn har dock sin kanske största betydelse i kopplingen till övriga näringslivet och samhället. Kreatörer kan bidra med nytänkande, innovationer och metodutveckling av tjänster och produkter eller göra IT-lösningar meningsfulla genom att bidra med innehåll. Det gäller såväl inom det privata näringslivet som inom den offentliga sektorn. Potentialen i mötet mellan KKN-sektorn och övriga samhället är enorm.

Att föra samman ett näringslivsperspektiv med ett kulturperspektiv är en utmaning som diskuteras på flera håll i världen. Intresset för KKN-sektorn har ökat i takt med att levnadsstandarden höjts och den tekniska utvecklingen gått framåt. Kultur bidrar med de immateriella värden som är viktiga för dagens produkter och tjänster. Utmaningen för KKN-sektorn är att få två olika perspektiv att mötas och växa parallellt – kultur- och näringslivsperspektiv, K- och N-perspektiv.

Näringslivsperspektiv

Näringslivsperspektivet handlar om hur det är möjligt att skapa gynnsamma förutsättningar för att företagen inom denna sektor kan växa och utvecklas. Det innebär exempelvis att skapa länkar mellan företagen och investerare, göra det lättare att exportera och etablera sig på nya marknader och så vidare.

Kulturperspektiv

Med ett kulturperspektiv i fokus handlar det i stor utsträckning om att öka tillgängligheten till kultur för medborgarna i Jönköpings kommun. Både för att ta vara på potentialen i det egna skapandet och att få tillgång till kultur som skapas av andra. Kulturperspektivet handlar också om att utveckla förståelsen för kulturens roll i att skapa mer attraktiva och kreativa samhällen.

Inom KKN-sektorn finns företag med olika roller och funktioner. Dessa olika roller och hur de hänger ihop med den övriga ekonomin kan beskrivas som en modell med olika koncentriska cirklar.

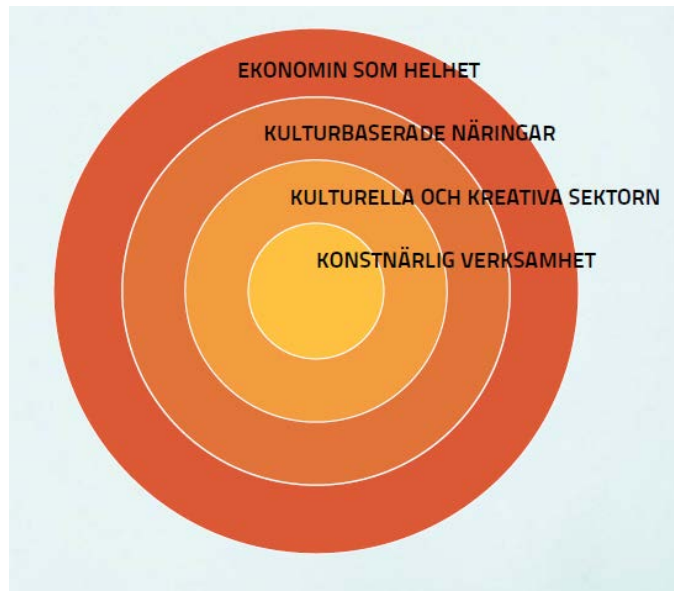
Solsystemmodellen illustrerar hur olika verksamheter snurrar runt och drar nytta av det kulturella och kreativa skapandet, likt planeterna i ett solsystem som kretsar runt solen

Konstnärlig verksamhet. I den innersta cirkeln finns kärnverksamheten inom den kulturella och kreativa sektorn. Här finns kreatörerna som skapar ett kulturellt värde, exempelvis musiker, designer, författare, konstnärer, skådespelare och så vidare.

Kulturella och kreativa sektorn. I nästa cirkel finns de företag som bygger på det som skapas i den innersta cirkeln. Det handlar exempelvis om film- och musikbolag, bokförlag, dataspelsföretag och så vidare.

Kulturbaserade näringar. I den tredje cirkeln finns de företag vars verksamhet är beroende av ett kulturellt värde för sin produkt som de erbjuder. Bland annat mjukvaruutvecklare som exempelvis Spotify.

Ekonomi som helhet. I den fjärde cirkeln befinner sig resten av ekonomin som drar nytta av de tjänster som skapas i den tredje cirkeln.



KKN-kluster

Flera studier har visat att företagen inom KKN-sektorn tenderar att söka sig till varandra och bilda kluster. Det beror dels på att de vill befinna sig nära uppdragsgivare men också för utbyten med varandra.

Inom KKN-sektorn är detta ännu tydligare än för andra branscher. Det beror på att det finns många projektbaserade verksamheter och frilansare inom KKN-sektorn. Exempelvis ett filmbolag kan gå från några få personer till flera hundra anställda beroende på om de befinner sig under en produktionsfas eller inte.

En annan förklaring är att för flera företag inom KKN-sektorn är det viktigt att vara nära slutkonsumenten. I de större städerna finns det ett större underlag av potentiella köpare men även i mindre städer går det att skapa en täthet genom att försöka samla verksamheter på en liten yta. Ett exempel på detta är Munktellstaden i Eskilstuna. Munktellstaden är ett gammalt industriområde som omvandlats och kombinerar kultur och idrott med företagslokaler och restauranger. Ett ytterligare exempel är Subtopia i Botkyrka, ett kluster som samlar cirka 50 organisationer inom KKN-sektorn.

Finansiering av KKN

Företag inom den kulturella och kreativa sektorn behöver finansiärer som både kan bidra med kapital och kunskap. En studie visar att det finns relativt få sådana finansiärer samtidigt som finansiärer upplever att det finns relativt få företag som är möjliga att investera i.

Finansiärerna uppger att de inte särskiljer företag inom KKN- sektorn med andra företag, men att det i första hand handlar om entreprenören snarare än företagsidén när det gäller bedömningen.

Vidare anser finansiärerna att det inte är intressant med saminvesteringar med offentliga organisationer om det innebär att utbudet av möjliga företag att investera i begränsas. Finansiärerna anser också att det är viktigt att särskilja satsningar som syftar till att främja kultur mot satsningar där huvudsyftet är att ge avkastning. Detta visar en studie som genomförts inom ramen för EU-projektet "Creative Stockholm". Undersökningen är baserad på intervjuer med representanter för potentiella finansiärer såsom banker, ALMI och investerare samt med representanter för företag inom KKN-sektorn och branschorganisationer.

Ett av de allra största problem som finns med företag inom KKN-sektorn är att det finns relativt få företag som är finansieringsbara, samtidigt som det finns få finansiärer som både kan erbjuda kapital och kompetens. Insatser bör därför riktas mot både KKN-sektorns företagare och finansiärer.

Det finns möjligheter till finansiering via Europeiska unionens program för den kulturella och kreativa sektorn 2014-2020. Från och med 2016 kommer Kreativa Europa även inkludera en lånegarantifond på 121 miljoner euro som skall hjälpa de kulturella och kreativa sektorerna att lättare få tillgång till finansiering.

Betydelsen av andra företag utanför KKN

Företag inom KKN-sektorn säljer framför allt till andra företag och är på så sätt integrerad i den övriga ekonomin. Forskning visar också att det finns en koppling mellan inköp från KKN-sektorn och ökad lönsamhet för företag. Enligt en brittisk studie från Nesta¹⁴ står B2B försäljningen för 60 procent av företagets omsättning i KKN-sektorn. Det innebär att dessa branscher är starkt integrerade med övriga näringslivet, genom olika leverantörskedjor. Framför allt verkar det vara tydligt att företag med starkare kopplingar till KKN-sektorn i högre grad står bakom nya produktinnovationer. Det är alltså mer troligt att företag som köper mer "kreativa produkter" är mer innovativa när det gäller nya produkter.

Innovation genom att kombinera kompetenser

Genom att sammanföra verksamma inom KKN-sektorn med industrin kan nya innovationer skapas. Det visar konceptet MAKEExperience som utvecklats av Swerea IVF. MAKEExperience går ut på att skapa nya kunderbudanden parallellt med ökad innovationsförmåga hos individer, organisationer och regioner såväl i KKN-sektorn som inom industri och offentlig verksamhet. Konkret innebär det att föra samman individer och organisationer inom till exempel teknik och industri med kreatörer av olika slag inom KKN-sektorn. Målet är att tillsammans skapa innovation i "mellanrummet" mellan olika näringar och kompetenser. Jönköping har en hög andel företag inom High-tech, närmare bestämt 374 st., och det borde finnas möjligheter även här att utveckla och synliggöra dessa företag för att ytterligare utveckla Jönköping.