

Uppföljning av handlingsplanen för kulturella
och kreativa näringar 2010–2012

ISSN 1653-0942
ISBN 978-91-87541-92-6
Riksdagstryckeriet, Stockholm, 2017

Förord

Som ett led i näringsutskottets arbete med uppföljning och utvärdering beslutade utskottet i maj 2016 att följa upp riksdagens beslut om att bevilja 60 miljoner kronor för att genomföra regeringens handlingsplan för kulturella och kreativa näringar 2010–2012. Utvärderings- och forskningssekretariatet vid Riksdagsförvaltningens utskottsavdelning inledde på uppdrag av näringsutskottet i augusti 2016 en uppföljning av satsningen. I uppföljningen har satsningens resultat varit i fokus. Frågor som belysts är bl.a. om de verksamheter som fått stöd har varit långsiktigt ekonomiskt bärkraftiga. Uppföljningen ska ge näringsutskottet ökad kunskap och ett fördjupat beslutsunderlag inför beredningen av ärenden om dessa frågor.

Arbetet har följts av näringsutskottets uppföljningsgrupp. Underlagen till uppföljningen har tagits fram av Michael Kramers vid utskottsavdelningens utvärderings- och forskningssekretariat. Arbetet har genomförts i samråd med Roger Berggren och Christina Ribbhagen, föredragande vid näringsutskottets kansli. I arbetet har även Christer Åström, tidigare chef för utvärderings- och forskningssekretariatet, deltagit.

Stockholm i januari 2017

Åsa Westlund (S)

Helena Lindahl (C)

Hans Rothenberg (M)

Birger Lahti (V)

Johan Nissinen (SD)

Said Abdu (L)

Lise Nordin (MP)

Penilla Gunther (KD)

Innehållsförteckning

Förord	3
Rapportens innehåll i korthet	6
Uppföljningsgruppens iakttagelser och bedömningar	8
Inledning	8
Handlingsplanens genomförande och effekter	8
Lärdomar för framtiden	10
Sammanfattning av uppföljningsrapporten	12
1 Näringsutskottets uppdrag	25
1.1 Förstudien	25
1.2 Syftet med denna uppföljning	25
1.3 Hur uppföljningen har genomförts	26
1.4 Rapportens disposition	26
2 Statens satsning på kulturella och kreativa näringar	28
2.1 Handlingsplanens innehåll i relation till kulturella och kreativa näringar	28
2.2 Pengarna i handlingsplanen	33
2.3 De aktörer som fördelade pengarna	34
2.4 Lite pengar har skapat mycket verksamhet	36
2.5 Satsningens effekter i ett kort och i ett längre perspektiv	38
2.6 Sammanfattande iakttagelser	39
3 Satsningens resultat	41
3.1 Resultat av mäklarfunktioner	41
3.2 Resultat av innovation och design	46
3.3 Resultat av ledarskap och organisation	49
3.4 Resultat av entreprenörskap	50
3.5 Resultat av övriga satsningar med särskild finansiering	51
3.6 Resultat av övriga satsningar utan särskild finansiering	53
3.7 Resultat av samverkan mellan näringsliv och kultur	54
3.8 Vilka åtgärder var mest verkningsfulla?	56
3.9 Vad säger forskning och andra utvärderingar om resultaten av liknande insatser?	57
3.10 Sammanfattande iakttagelser	59
4 Fördjupad uppföljning av inkubatorer	62
4.1 Åtgärdens syfte och finansiering	62
4.2 Genomförda aktiviteter	63
4.3 Myndigheternas redovisade resultat 2012–2013	64
4.4 Konsultbolag visar på otydliga resultat	65
4.5 Inkubatorernas redovisade resultat 2012–2013	66
4.6 Läget hösten 2016	71
4.7 Företagen vill växa men på annat sätt	75
4.8 Inte säkert att inkubatorer har effekt	76
4.9 Sammanfattande iakttagelser	77
5 Nuläget för kulturella och kreativa näringar	80
5.1 Regeringens inriktning	80
5.2 Myndigheternas arbete med kulturella och kreativa näringar	83
5.3 Behövs särskilda satsningar på kulturella och kreativa näringar?	85
5.4 Finansiering kan fås från många håll	87

5.5 Myndigheternas syn på framtiden för kulturella och kreativa näringsar	90
5.6 Sammanfattande iakttagelser	90
6 Slutsatser och reflektioner inför framtiden	92
6.1 Förutsättningar för att utveckla företagandet i kulturella och kreativa näringsar skapades	92
6.2 Oklart om regional tillväxt och ökad konkurrenskraft har skapats	96
6.3 Mer samverkan mellan näringslivet och kulturlivet först efter satsningen	98
6.4 Reflektioner om framtida policy på området	101
Referenser	106

Rapportens innehåll i korthet

Näringsutskottets grupp för uppföljning och utvärdering har efter beslut av näringsutskottet följt upp riksdagens beslut från 2009 om att bevilja 60 miljoner kronor för att genomföra regeringens handlingsplan för kulturella och kreativa näringar 2010–2012. Uppföljningens fokus har varit att undersöka om satsningen har lett till det resultat som riksdagen och regeringen förväntade sig, nämligen att det skapades bättre förutsättningar för att utveckla företagande i kulturella och kreativa näringar, att det skapades regional tillväxt och ökad konkurrenskraft och att samverkan mellan näringsliv och kulturliv ökade. Uppföljningen består av två delar, dels en uppföljning av samtliga åtgärder inom ramen för handlingsplanen på en övergripande nivå, dels en fördjupad uppföljning av en av åtgärderna, de s.k. inkubatorerna.

Uppföljningens resultat bygger på intervjuer med och svar på skriftliga frågor från personer på de myndigheter som ansvarade för egenomförandet av handlingsplanen (Verket för innovationssystem, Tillväxtverket och Kulturrådet) samt samtal med ansvariga handläggare på Kulturdepartementet och Näringsdepartementet, genomgång av slutrapporter från de ansvariga myndigheterna och omfattande sökningar på internet. Forskning om effekter av företagsstöd och andra rapporter om kulturella och kreativa näringar har även använts som underlag för att bredda analysen av handlingsplanens resultat. Rapportens kapitel 1–5 har faktagranskats av berörda myndigheter, företag och företagsinkubatorer.

Uppföljningen visar att målen med satsningen har nåtts till viss del. Handlingsplanen resulterade på förhållandevis kort tid i en mängd aktiviteter som framför allt under själva genomförandeperioden bidrog till att skapa förutsättningar för att utveckla företagande inom kulturella och kreativa näringar. Handlingsplanens mer långsiktiga effekter på företagandet inom området kulturella och kreativa näringar är dock mer osäkert. Vidare kan det utifrån uppföljningens resultat ifrågasättas om målet att handlingsplanen skulle bidra till regional tillväxt och ökad konkurrenskraft har nåtts. Målet är i sig så som det formulerats svårt att nå, och handlingsplanens bidrag var begränsat i förhållande till kulturella och kreativa näringars totala omsättning i Sverige. Vidare är traditionella ekonomiska tillväxtbegrepp som omsättningsökningar eller ökning av antalet anställda inte heller alltid applicerbara på verksamheter inom de kulturella och kreativa näringarna. Samtidigt har antalet företag inom området vuxit sedan 2007. Det är dock svårt att avgöra i vilken utsträckning denna tillväxt kan kopplas till handlingsplanen. Slutligen finns det lite som tyder på att samverkan mellan närings- och kulturlivet ökade inom ramen för satsningen, även om samverkan har ökat därefter.

I sina iakttagelser och bedömningar gör näringsutskottets grupp för uppföljning och utvärdering även några avslutande reflektioner inför liknande framtida satsningar. Gruppen lyfter bl.a. fram vikten av att staten är klar över vilken

roll den ska spela när handlingsplaner eller olika näringspolitiska stöd övervägs. Vikten av välfokuserade och realistiska mål, en tydligt avgränsad målgrupp och uthållighet över tid betonas också av gruppen.

Uppföljningsgruppens iakttagelser och bedömningar

Inledning

I maj 2016 beslutade näringsutskottet att följa upp riksdagens beslut om att bevilja 60 miljoner kronor för att genomföra regeringens handlingsplan för kulturella och kreativa näringar 2010–2012.

Uppföljningen har genomförts av utskottsavdelningens utvärderings- och forskningssekreteriat (nedan kallat sekretariatet) och följts av näringsutskottets grupp för uppföljning och utvärdering (nedan kallad gruppen).

I detta inledande avsnitt redovisar gruppen en del iakttagelser och bedömningar med anledning av vad som har framkommit i uppföljningen. Därefter följer det underlag som ligger till grund för gruppens iakttagelser och bedömningar, dvs. den uppföljningsrapport som har utarbetats av sekretariatet.

Handlingsplanens genomförande och effekter

Enligt 4 kap. 8 § regeringsformen följer varje utskott upp och utvärderar riksdagsbeslut inom sina respektive ämnesområden. Utgångspunkten för näringsutskottets arbete med uppföljningar är den reglering och de riktlinjer som riksdagen har fastställt när det gäller utskottens ansvar för att följa upp och utvärdera riksdagsbeslut. Syftet med att utskotten har ett sådant ansvar inom sina respektive beredningsområden är att de kunskaper som vinnas från uppföljningar och utvärderingar ska bidra till att riksdagens beslut blir väl underbyggda.

Gruppen anser att de uppföljningar som näringsutskottet genomför bör syfta till att bedöma om de beslut som riksdagen har fattat har genomförts, att de eventuella mål som har angetts för en viss satsning har nåtts och att genomförandet har varit effektivt. De lärdomar som dras bör sedan kunna ligga till grund för utskottets bedömningar av utformningen av framtida satsningar inom olika områden.

I fallet med handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar konstaterar gruppen att målen med satsningen har nåtts till viss del. Handlingsplanen innehöll tre mål. Satsningen skulle

- skapa bättre förutsättningar för att utveckla företagande i kulturella och kreativa näringar,
- leda till regional tillväxt och ökad konkurrenskraft samt
- leda till att samverkan mellan näringsliv och kulturliv ökade.

När det gäller det första målet konstaterar gruppen att handlingsplanen på förhållandevis kort tid resulterade i en mängd aktiviteter som framför allt under

själva genomförandeperioden bidrog till att skapa förutsättningar för att utveckla företagandet inom det som betecknas kulturella och kreativa näringar. Detta ser gruppen som något positivt. Gruppen konstaterar att satsningens effektivitet troligtvis främjades av att myndigheterna sedan tidigare hade erfarenhet av att hantera liknande projektansökningar, vilket sannolikt till viss del kunde kompensera den snäva tidsramen för satsningen.

Samtidigt som genomförandet av handlingsplanen resulterade i ökad aktivitet under själva genomförandeperioden konstaterar gruppen att det råder osäkerhet om i vilken utsträckning satsningen ger mer långsiktiga effekter på företagandet inom området kulturella och kreativa näringar. Som exempel kan nämnas att regionernas aktivitet kring kulturella och kreativa näringar tycks ha mattats av och att flera av handlingsplanens satsningar inte fick någon fortsättning efter genomförandeperiodens slut. Samtidigt noteras att kulturella och kreativa näringar nämns i så gott som alla nu aktuella regionala kulturplaner. Detta kan jämföras med att ungefär hälften av landets regioner enligt Tillväxtverket hade ett arbete kring kulturella och kreativa näringar när arbetet med handlingsplanen inleddes. Gruppen noterar osäkerheten i bedömningarna av handlingsplanens långsiktiga effekter och vill i det sammanhanget även uppmärksamma de metodologiska utmaningarna som denna typ av långsiktigt inriktade effektmätningar innebär. I sammanhanget vill gruppen även framhålla att det i allmänhet är svårt att bedöma de mer bestående effekterna av olika former av näringslivsstöd. Med detta dock inte sagt att satsningar på särskilda handlingsplaner och näringslivsstöd saknar långsiktiga effekter på exempelvis förutsättningarna för företagande.

Gruppen konstaterar att det kan ifrågasättas om målet att handlingsplanen skulle bidra till regional tillväxt och ökad konkurrenskraft har nåtts, bl.a. som en följd av att målet som det hade formulerats var svårt att nå. Handlingsplanens bidrag var begränsat i förhållande till kulturella och kreativa näringars totala omsättning i Sverige. Vidare är traditionella ekonomiska tillväxtbegrepp som omsättningsökningar eller ökning av antalet anställda inte heller alltid applicerbara på verksamheter inom kulturella och kreativa näringar. Samtidigt konstaterar gruppen att antalet företag inom den kulturella och kreativa sektorn har vuxit sedan 2007 även om dess direkta bidrag till BNP är blygsamt. Det går inte heller med säkerhet att avgöra i vilken utsträckning denna tillväxt kan kopplas till de åtgärder som sjuöskattes inom ramen för handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar. Gruppen vill dock poängtera att kulturella och kreativa företags bidrag till ekonomins tillväxt även kan tänkas följa andra mer indirekta vägar än att företagen växer eller ökar i antal. Vidare kan deras bidrag till tillväxten kanske främst anses uppkomma i andra branscher som it-sektorn eller besöksnäringen.

Gruppen noterar också att en ökad omsättning inte nödvändigtvis är ett självklart mål för alla företag som är verksamma inom kulturella och kreativa näringar. För vissa är ekonomi snarare endast ett medel för att nå målet som är verksamheten i sig. I sådana fall kan det finnas skäl att överväga andra mått på framgång än mer traditionella mått för tillväxt som ökad omsättning. Det

skulle t.ex. kunna handla om nomineringar och utmärkelser i olika konstnärliga sammanhang. En slutsats man kan dra av detta är, enligt gruppens bedömning, att det är viktigt att målen anpassas efter de verksamheter som ska ges stöd. Som anförs i rapporten behöver även den kulturella kärna som möjliggör tillväxt få stöd. Satsningar på kulturella och kreativa näringar kan dock även skapa andra än tillväxtrelaterade värden, och mål skulle exempelvis i stället kunna formuleras kring kulturella, sociala (och miljömässiga) värden. En annan slutsats man kan dra är att det är viktigt att anpassa insatserna efter de mål som har satts upp. Om handlingsplanens målgrupp hade definierats utifrån tillväxtpotentialen skulle fler projekt än vad som blev fallet ha riktats till de aktörer som stod närmast marknaden, t.ex. mode och spel. Ett och samma stöd bör inte användas för att finansiera både den kulturella kärnan och den mer marknadsorienterade periferin.

Handlingsplanen syftade även till att stimulera en närmare samverkan mellan närings- och kulturlivet. Här noterar gruppen att denna målsättning innebar en del utmaningar, och enligt gruppens bedömning finns det lite som tyder på att detta skedde i någon betydande utsträckning inom ramen för satsningen. Näringslivsmyndigheterna och kulturmyndigheterna¹ hade av olika skäl vissa svårigheter att samverka kring genomförandet av handlingsplanen. Gruppen konstaterar att en bidragande orsak troligtvis var fördelningen av medel mellan myndigheterna inom ramen för satsningen där Tillväxtverket och Vinnova hanterade en övervägande del av dessa. Dessutom kan handlingsplanens inriktning på tillväxt och ökad konkurrenskraft ha försvårat samverkan eftersom åtgärderna mestadels utformades som traditionella näringspolitiska insatser som företagsstöd i olika former. Detta kan naturligtvis ha inverkat negativt på genomförandet, men gruppen konstaterar samtidigt att samverkansklimatet mellan myndigheterna har förbättrats efter genomförandet av handlingsplanen.

Lärdomar för framtiden

Avslutningsvis vill gruppen göra några reflektioner inför framtida satsningar som kan ha släktskap med den här aktuella handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar.

För det första anser gruppen att det är viktigt att staten är klar över vilken roll den ska spela när handlingsplaner eller olika näringspolitiska stöd övervägs. Gruppen vill här poängtera att det ur ett samhällsekonomiskt perspektiv sällan kan anses vara meningsfullt att ge stöd till näringar eller enskilda företag som med viss säkerhet kan bedömas kunna nå lönsamhet även utan detta stöd. Statliga stöd kan även motiveras i sådana sammanhang där det exempelvis saknas möjlighet för ett företag att finansiera sin verksamhet via den ordinarie

¹ Kulturrådet, Konstnärsnämnden, Filminstitutet, Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Nämnden för hemslöjdsfrågor.

kapitalmarknaden under exempelvis ett uppstartsskede. Staten har här en viktig marknadskompletterande roll att fylla.

Handlingsplaner eller andra typer av riktade satsningar kan resultera i betydande aktivitet under en begränsad tidsperiod. Som gruppen tidigare har nämnt kan det emellertid finnas anledning att påminna om att effektiviteten sannolikt till viss del kan förklaras av att myndigheterna sedan tidigare hade erfarenhet av att hantera liknande projektansökningar. Enligt gruppens uppfattning är det emellertid viktigt att dylika satsningar inte i första hand drivs av en ambition att visa politisk handlingskraft och att de mer bestående effekterna underordnas de effekter som uppnås under den ofta intensiva genomförandefasen. De långsiktiga effekterna är emellertid ofta beroende av att satsningarna tillåts verka över en lite längre tid och att det även finns utrymme för reflektion och kunskapsuppbyggnad i anslutning till satsningen. Tydliga, välfokuserade och realistiska mål, en tydligt avgränsad målgrupp samt uthållighet över tid är enligt gruppens uppfattning att föredra framför en satsning som är begränsad i tiden, som riktar sig till en stor och svåravgränsad målgrupp och vars målsättningar är svåra att nå. Gruppen konstaterar att handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar var behäftad med en del tillkortakommanden i dessa avseenden.

Gruppen noterar att det i uppföljningen framkommer en splittrad bild av huruvida kulturella och kreativa näringar skiljer sig åt från andra näringar i det avseendet att de behöver särskilda stöd eller om kulturella och kreativa näringar lika gärna kan omfattas av generella näringslivsstöd. Företrädare för kulturella och kreativa näringar har bl.a. framfört behovet av en nationell strategi eller en nationell agenda, bättre statistik över näringarnas bidrag till ekonomin och skatteavdrag för investeringar.

Oavsett om framtida regeringar väljer att genomföra särskilda handlingsplaner som riktar sig till kulturella och kreativa näringar eller om satsningar på kulturella och kreativa näringar görs inom ramen för mer generella stöd vill gruppen avslutningsvis framhålla en av uppföljningens slutsatser, nämligen att målen och insatserna bör anpassas till de ofta väsensskilda förutsättningar som råder för aktörer inom de kulturella och kreativa näringarnas kärna och de företag som befinner sig närmare marknaden. Den kulturella kärnan av idéer och verksamheter som ofta är en förutsättning för tillväxt hos de mer marknadsorienterade företagen behöver också stödjas men med andra argument än tillväxt. Ett och samma stöd med ett gemensamt övergripande mål till alla typer av företag som kan anses omfattas av begreppet kulturella och kreativa näringar är således inte att rekommendera.

Sammanfattning av uppföljningsrapporten

Handlingsplanen beslutas

I maj 2016 beslutade näringsutskottet att följa upp handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar. Handlingsplanen beslutades av regeringen 2009, och riksdagen beviljade lite drygt 60 miljoner kronor för dess genomförande. Handlingsplanen genomfördes i huvudsak mellan 2010 och 2013. Näringslivsmyndigheterna Tillväxtverket och Verket för innovationssystem (Vinnova) hade huvudansvaret för att fördela pengarna till olika projekt. Det förutsattes dock att näringslivsmyndigheterna skulle samverka med kulturmyndigheterna, bl.a. Kulturrådet och Riksantikvarieämbetet, vid planeringen och genomförandet av satsningen.

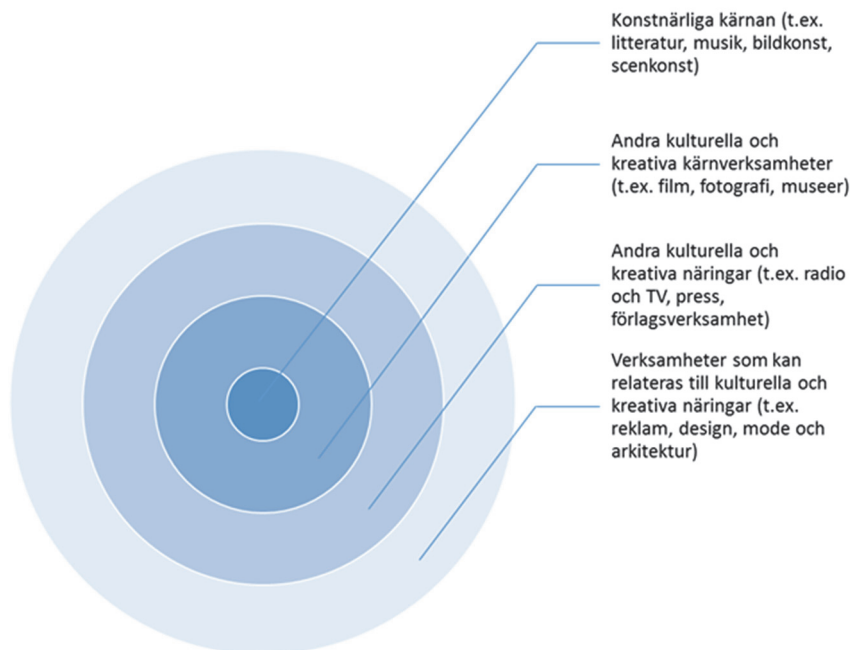
Satsningens mål följs upp

Det har gått drygt tre år sedan regeringens satsning avslutades. Denna uppföljnings fokus har varit om satsningen ledde till det resultat som riksdagen och regeringen förväntade sig.

- Att det skapades bättre förutsättningar för att utveckla företagande i kulturella och kreativa näringar.
- Att det skapades regional tillväxt och ökad konkurrenskraft.
- Att samverkan mellan näringsliv och kulturliv ökade.

Kulturella och kreativa näringar är ett brett begrepp

I regeringens handlingsplan saknades en närmare definition av näringen. I denna uppföljning används en vedertagen modell som ofta förekommer när kulturella och kreativa näringar ska beskrivas.

Figur 1 Kulturella och kreativa näringar har en kärna och en periferi

I uppföljningen presenteras en modell som har utvecklats av David Throsby och som oftast används för att beskriva kulturella och kreativa näringars innehåll och de inbördes förhållanden som finns mellan de olika näringar eller branscher som kan samlas under begreppet kulturella och kreativa näringar. Tanken med modellen är att kulturella och kreativa näringar bygger på en konstnärlig kärna varifrån näringar längre ut mot periferin hämtar inspiration och har möjlighet att vidareutveckla och kapitalisera på ursprungsidéerna (se figur 1). Modellen utgår från antagandet att det kulturella innehållet i kärnan är större än det kommersiella värdet. Ju längre ut från kärnan man kommer, desto större blir det kommersiella innehållet relativt det kulturella innehållet.

Med denna modell underlättas tolkningen av satsningens resultat som skildras i det följande.

Det skapades förutsättningar för att utveckla företagandet i kulturella och kreativa näringar

Handlingsplanen innehöll allt från relativt konkreta åtgärder som att utveckla nystartade företag i inkubatorer till mindre konkreta åtgärder som att skapa opinion och bygga kunskap. För ett i näringspolitiska sammanhang relativt blygsamt belopp, drygt 60 miljoner kronor, skapades mycket verksamhet kring kulturella och kreativa näringar under 2010–2013. Att verksamheten blev omfattande i relation till de pengar som riksdagen beviljade berodde bl.a. på att

olika offentliga aktörer bidrog med ytterligare pengar till ursprungssatsningen, på att genomförande myndigheter snabbt kom igång och kanske främst på att det fanns ett behov och en beredskap hos kulturella och kreativa näringar att omsätta offentliga medel i aktiviteter för att utveckla näringarna. Med de ytterligare pengar som offentliga aktörer bidrog med till ursprungssatsningen kom satsningen totalt sett att omfatta drygt 100 miljoner kronor.

Sammanfattningsvis bedöms handlingsplanen, framför allt på kort sikt 2010–2013, ha skapat bra förutsättningar för att utveckla företagandet. På längre sikt, dvs. såvitt kan överblickas hösten 2016, bedöms effekterna av vissa åtgärder som har vidtagits inom ramen för handlingsplanen vara mer oklara, medan andra satsningar kan antas ha en mer bestående effekt.

Effektivt genomförande av satsningen

Myndigheternas, framför allt Tillväxtverkets och Vinnovas, arbete genererade närmare hundra projekt inom kulturella och kreativa näringar. Genom detta synliggjordes regeringens handlingsplan och området fick en skjuts såväl nationellt som regionalt under 2010–2013. Myndigheterna genomförde satsningen effektivt i den meningen att de på kort tid utformade projekten, skapade utlysningar, bedömde ansökningar, betalade ut beviljade medel och följde upp projekten.

Goda resultat på kort sikt

Landsomfattande regionalt stöd för kulturella och kreativa näringar

Handlingsplanens enskilt största område, mäklarfunktioner, kostade närmare 40 miljoner kronor eller ca 40 procent av hela den slutliga satsningen på kulturella och kreativa näringar. För de pengarna byggdes regionala funktioner upp i hela landet. I början av 2013 hade varje region en strategisk plan för hur näringarna skulle drivas och det fanns personer, kunskap och processer för att stödja näringarna.

Designbranschen lyftes fram

Satsningen på design var handlingsplanens näst största insatsområde. Vinnova hanterade ansökningar från drygt 220 verksamheter, vilket resulterade i närmare 40 projekt. Dock var en del av dem sådana som låg närmare miljöområdet än kulturella och kreativa näringar. Sett till helheten skapades ändå under 2011–2013 mycket verksamhet som gynnade designbranschen, exempelvis designcheckar, resebidrag och sommar-designkontor.

Utbildningar i entreprenörskap ordnades på konsthögskolor

Kursinnehåll med entreprenörskap hade blivit en integrerad del i utbildningarna vid flera av landets konsthögskolor när regeringens satsning avslutades 2013. Entreprenörskapet blev till sitt innehåll mer inriktat på hur studenten skulle förhålla sig till sin yrkesroll och framtida försörjning än på att lära sig att sälja sig själv.

Mentorer utbildades

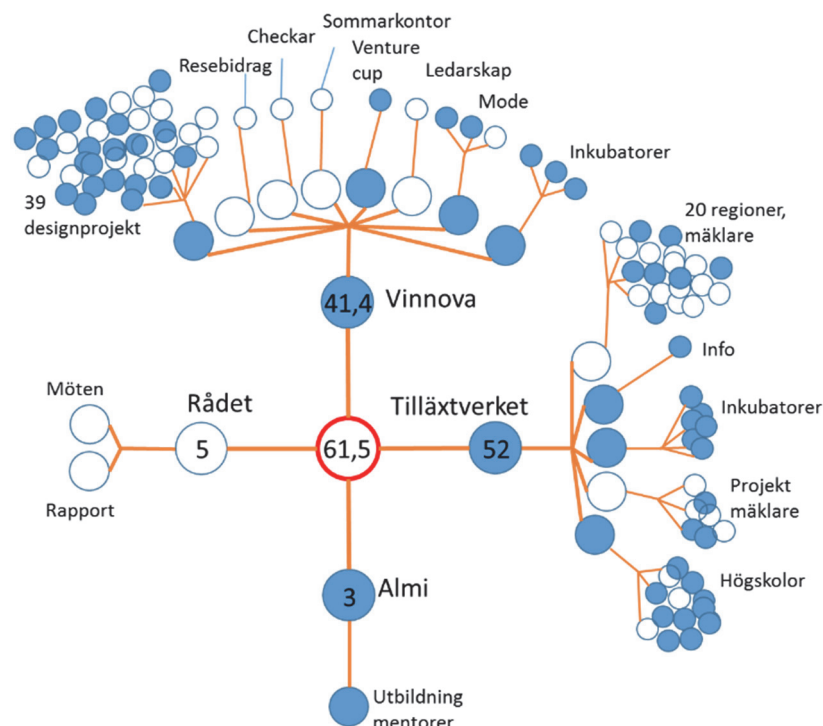
Almi fick pengar för att starta en verksamhet med mentorer till företagare i kulturella och kreativa näringar. Närmare 800 mentorspar etablerades mellan blivande företagare i kulturella och kreativa näringar och etablerade företagare under åren när handlingsplanen var i kraft.

Kunskap producerades

Vinnova och Rådet för kulturella och kreativa näringar fick tillsammans ca 10 miljoner kronor. Resultatet blev några rapporter om bl.a. framgångsrika arkitekt- och designföretag samt ledning och kommersialisering av kreativa processer.

På längre sikt är resultaten mer oklara

Hösten 2016 är resultaten av satsningen dock inte lika klara längre. Av figur 2 nedan framgår att det för vissa av satsningarna är svårt att se några långsiktiga effekter. Dessa är vitmarkerade i figuren. För övriga verksamheter ses mer bestående effekter. De är blåmarkerade i figuren. Siffrorna som anges i figuren är dels regeringens ursprungliga satsning (61,5 miljoner kronor), dels satsningens fördelning på myndigheterna i nästa led. Som har nämnts tidigare har myndigheterna byggt ut regeringens ursprungliga satsning med ytterligare medel och satsningen kom slutligen att omfatta drygt 100 miljoner kronor.

Figur 2 Läget hösten 2016

Avmattning av intresset i regionerna

Uppföljningen tyder på att regionernas aktivitet kring kulturella och kreativa näringar är lägre hösten 2016 än vad den var 2013. Det bör dock noteras att kulturella och kreativa näringar nämns i så gott som samtliga de nu aktuella regionala kulturplanerna, men då tillsammans med många andra initiativ på kulturområdet som också är prioriterade.

Svårt att veta om den kunskap som togs fram har använts

Uppföljningen har inte kunnat påvisa några tecken på att kunskap i form av rapporter från Vinnova eller Rådet för kulturella och kreativa näringar har fått någon särskilt stor spridning eller användning.

Flera av handlingsplanens satsningar fick ingen fortsättning

Hösten 2016 finns inga satsningar på designcheckar, somrardesignkontor eller resebidrag. Modesatsningen Pop-up stores liksom flera av de projekt som Tillväxtverket satsade på inom ramen för mäklaruppdraget, däribland organisationen Generator, finns inte heller kvar.

Inom vissa andra av handlingsplanens åtgärder har dock de långsiktiga effekterna varit mer påtagliga. Detta skildras nedan.

Stödet till inkubatorer har varit framgångsrikt när det gäller bredd och överlevnad

Regeringens mål att öka bredden och den kulturella och kreativa kompetensen i inkubatorerna bedöms vara nått.

Alla inkubatorer är fortfarande verksamma och arbetar i dag bl.a. med företag inom kulturella och kreativa näringar. De företag som fick stöd inom handlingsplanen representerar hela fältet av företag inom kulturella och kreativa näringar från kärnan och utåt, men med en tyngdpunkt på företag som verkar nära marknaden. Överlevnadsgraden har varit god – ca 80 procent av företagen finns kvar.

Konstnärer utbildas i entreprenörskap

Flertalet av de konsthögskolor som fick stöd för att utveckla inslag av entreprenörskap i sina utbildningar har även i dag kvar sådana inslag i sina utbildningar.

Vissa av Vinnovas designprojekt lever vidare

Även om en del av Vinnovas satsningar på design inte har fått någon fortsättning finns annat som fortfarande drivs, exempelvis inkubatorn Minc och stiftelsen Venture Cup som delar ut prispengar till kreativa företag.

Oklart om regional tillväxt och ökad konkurrenskraft har skapats

Bedömningen är att målet om regional tillväxt och ökad konkurrenskraft inte är nått, om man med tillväxt menar mätbara effekter på regionernas ekonomi. Målet var för ambitiöst med tanke på att statens bidrag var försumbart i förhållande till kulturella och kreativa näringars totala omsättning i Sverige och med tanke på hur företagande i den kulturella och kreativa sektorn tycks fungera.

Flertalet företag som fick stöd har inte vuxit

Inom de områden där handlingsplanen kan tänkas ha haft närmast koppling till tillväxt såsom direkt företagsstöd i designsatsningen och inkubatorsatsningen finns inga entydiga forskningsbevis för att stöd leder till tillväxt. I den undersökning som sekretariatet har gjort av de nittiototal företag som fick stöd inom ramen för inkubatorsatsningen har sekretariatet inte heller, annat än i undantagsfall, funnit belägg för att företagen har ökat sin omsättning eller antalet

anställda nämnvärt efter det att handlingsplanen avslutades. Företagen är typiskt sett fortfarande små enpersons företag med en omsättning på runt 500 000 kronor.

Företagen i kulturella och kreativa näringar vill inte öka personalen

Företag i kulturella och kreativa näringar arbetar gärna i nätverk och med andra företag som kunder. Man samverkar gärna med andra företag i olika projekt, men behåller samtidigt det egna företagets lilla storlek.

Näringen växer

Att satsa på kulturella och kreativa företag tycks alltså inte vara någon garanti för tillväxt om man med tillväxt menar att de företag som stöds växer i omsättning eller antal anställda. Det bör dock noteras att antalet verksamma företag i kulturella och kreativa näringar har ökat stadigt sedan 2007. Tillväxten i näringen har varit ett par procent högre än tillväxten i genomsnitt för andra näringar, samtidigt som kulturella och kreativa näringars totala bidrag till BNP än så länge är blygsamt relativt vissa andra näringar, ca 4 procent.

Näringens bidrag till ekonomins tillväxt kan dock tänkas följa andra mer indirekta vägar än att de kulturella och kreativa företagen växer.

Näringens bidrag till BNP kan vara större

De som företräder kulturella och kreativa näringar menar att de tjänster som produceras inom näringen i flera fall kapitaliseras av företag längre ut i näringskedjan, t.ex. inom it-sektorn eller besöksnäringen. På något sätt borde detta extra värde kunna mätas, menar man.

Svårt att beräkna mervärdet i nationalräkenskaperna

Ett sätt skulle kunna vara att beräkna hur stor andel av en annan branschs förädlingsvärde som uppstått tack vare en tjänst som har utvecklats i kulturella och kreativa näringar och därmed skulle kunna tillgodoräknas kulturella och kreativa näringar. Då skulle det kunna visas att sektorns bidrag till BNP är större än 4 procent.

Sådana beräkningar är dock inte självklara eller enkla att göra eftersom alla branscher i större eller mindre utsträckning bygger på bidrag från andra branscher. Det svåra i att göra en sådan beräkning kan illustreras med följande exempel. Om kulturella och kreativa näringar exempelvis ska tillgodoräkna sig en del av besöksnäringens förädlingsvärde (x) måste besöksnäringen dra av den summan (x) från sitt förädlingsvärde. Ett alternativ om besöksnäringen vill behålla sitt ursprungliga bidrag till BNP är att räkna hem summan den har förlorat till kulturella och kreativa näringar (x) genom att ange att den bidrar

med motsvarande förädlingsvärde (x) i någon annan näring, exempelvis transportnäringen. Transportnäringen måste då i sin tur också dra av besöksnäringens bidrag till tillväxt från sitt förädlingsvärde eller ... osv. Om sådana avdrag inte görs går beräkningarna om näringslivets totala bidrag till BNP inte ihop. Om alla näringar ska räkna hem förädlingsvärden i andra näringar utan att avdrag för det görs i de olika leden kommer näringslivets bidrag till BNP att bli grovt överskattat.

Andra sätt att visa på närings bidrag till tillväxt

En möjlighet att visa på kulturella och kreativa näringars bidrag till tillväxt är att vidga definitionen av vilka delbranscher som ingår i näringen. Tillväxtverket räknar t.ex. bort butiksledet i modebranschen. Om det ledet skulle vara med skulle bidraget till BNP öka betydligt.

Ett ytterligare sätt att visa hur näringen bidrar till tillväxt i fler branscher är att göra mer avgränsade regionalekonomiska studier. Sådana har bl.a. gjorts för Kulturhuvudstadsåret i Umeå och visar att kulturutbudet ledde till en ökning av antalet bokade hotellnätter. Kulturellt och kreativt innehåll anses också vara det som driver den digitala ekonomin. Enligt vissa beräkningar är det kulturella innehållet med bred marginal den största intäktskällan i den digitala ekonomin.

Mer samverkan mellan näringslivet och kulturlivet först efter satsningen

De förhoppningar om ett närmare samarbete mellan näringsliv och kultur som regeringen uttryckte i handlingsplanen infriades inte. Kulturmyndigheterna kände sig underordnade i samarbetet och ansåg inte heller att deras kunskap togs till vara. De näringspolitiska myndigheterna ansåg å sin sida att kulturmyndigheterna inte engagerade sig tillräckligt i de åtgärder som planerades.

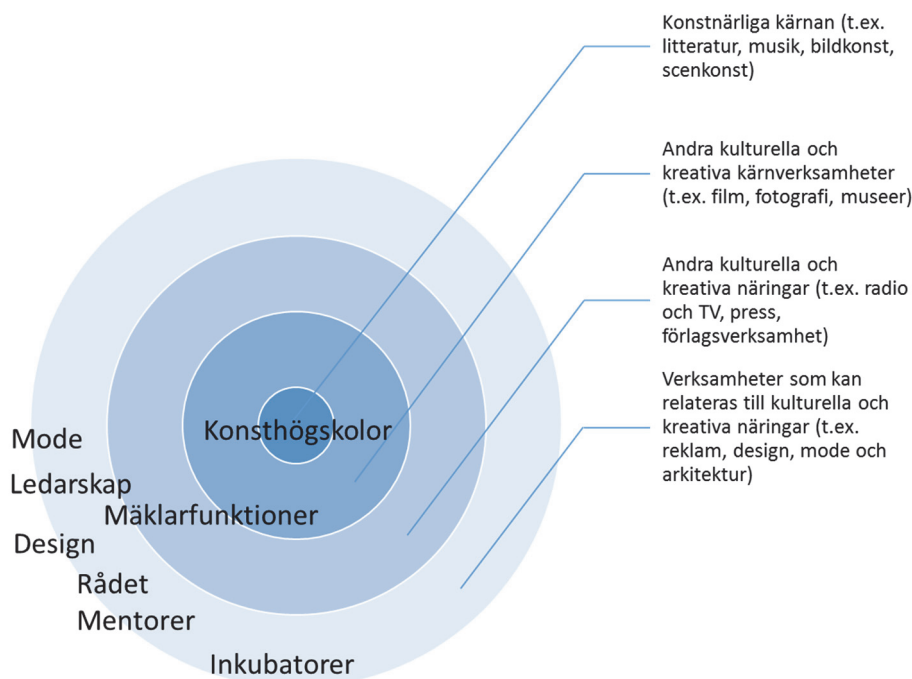
Samverkan försvårades av satsningens fokus på tillväxt

Att samverkan inte fungerade som det var tänkt kan ha flera orsaker. En viktig bidragande orsak var säkerligen att i stort sett alla pengar i satsningen hantades av två näringslivsmyndigheter, Tillväxtverket och Vinnova. Dessa myndigheter arbetade också i relativt stor utsträckning med traditionella näringspolitiska åtgärder såsom företagsstöd i olika former. Att de gjorde det är inte heller så överraskande mot bakgrund av att regeringen såvitt kan utläsas av handlingsplanen främst betonade tillväxt som motiv för sina satsningar.

Kulturella och kreativa näringar består av olika delbranscher, var och en med sin särart och sina förutsättningar att driva och finansiera sin verksamhet.

Figur 3 visar hur handlingsplanens olika åtgärder till övervägande del inriktades mot verksamheter som ligger relativt långt från den kulturella kärnan.

Figur 3 Statens åtgärder i handlingsplanen låg långt från den kulturella kärnan



Kulturmyndigheterna är specialiserade på att stödja och utveckla verksamheter nära den kulturella kärnan. Många av dessa verksamheter kan inte enbart finansieras av en marknad, åtminstone inte om de ska vara tillgängliga för alla. Tankar om tillväxt och kommersialisering följer en annan logik i den kulturella kärnan än i dess periferi. I periferin finns de verksamheter som regeringen valde att lägga tyngdpunkten på i handlingsplanen. Dessa verksamheter ligger närmare marknaden och därmed möjligheter för kommersialisering och tillväxt. Det är också inom denna sfär som Tillväxtverket och Vinnova har specialiserat sig. Mot bakgrund av myndigheternas olika inriktning och logik i den kulturella och kreativa sfären är det kanske inte så anmärkningsvärt att man under handlingsplanens genomförande inte samverkade fullt ut. Man hade svårt att förstå och dra nytta av varandra.

Nu anser kulturmyndigheterna och näringslivsmyndigheterna att samarbetet fungerar bättre. Ett viktigt skäl för det är att regeringen inte, som i fallet med handlingsplanen, föreskrivit samverkan och avgränsat satsningarna till specifika sektorer såsom mode och design. Nu samarbetar man för att man vill, inte för att man måste.

Reflektioner om framtida policy på området

Utöver att undersöka om satsningens mål uppfyllades finns ett annat viktigt syfte med denna uppföljning, nämligen att ge näringsutskottet ökad kunskap och fördjupat beslutsunderlag inför beredningen av kommande ärenden som berör frågor om näringslivsstöd. I det avseendet kan uppföljningen motivera följande reflektioner.

Handlingsplaner kan ha ett värde på vissa villkor

Staten ska inte ersätta marknaden

I handlingsplanen, liksom för en del andra näringspolitiska stöd, finns en risk för att staten stöder näringar som skulle kunna vara lönsamma på en öppen marknad utan stöd. Om statliga stöd ska ges bör det finnas argument för att statens stöd kompletterat det som marknaden inte kan tillhandahålla. I fallet med handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar fick många verksamheter som låg nära marknaden stöd. I handlingsplanen framförs många argument för att kulturella och kreativa näringar är en framtidsbransch, men inga argument för varför kulturella och kreativa näringar behöver just statliga stöd för att växa.

En handlingsplan skapar fokus

Genom en handlingsplan och en relativt begränsad summa pengar kan mycket aktivitet skapas kring en fråga. Det visar satsningen på kulturella och kreativa näringar. Näringen var utvecklingsbar, det fanns en stor efterfrågan på åtgärder som den politiska nivån kunde ta fasta på och utveckla till en handlingsplan. Därmed kunde ett starkt fokus skapas under en begränsad tid.

Se till att ge tillräcklig tid för handlingsplanen

Många av de som var föremål för handlingsplanen anser att satsningen genomfördes under alltför kort tid. Många verksamheter hade precis kommit igång och börjat ge resultat när satsningen avslutades. Många moment ingår i en satsning som handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar. Involverade myndigheter måste samlas och ena sig, utlysningar ordnas, ansökningar prövas, projektmedel betalas ut och uppföljningar genomförs. Det bör också finnas tid att samla ihop erfarenheter för att lära inför liknande initiativ. Då är tre år för genomförande, som var fallet med handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar, inte tillräckligt.

Ha rätt förväntningar på en handlingsplan

I en handlingsplan bör målen anpassas till de medel man har till sitt förfogande. Det är orealistiskt att förvänta sig tillväxt med en monetärt och tidsmässigt

begränsad insats. En handlingsplan med kort tidshorisont och begränsade medel bör snarast styras mot kortsiktiga mål av typen ”skapa förutsättningar för ...” eller ”öka samverkan mellan ...”. Ett annat sätt att säga detta är att handlingsplanen bör innehålla mål där de inblandade aktörerna har möjlighet att påverka utfallet.

Om en näring ska stödjas bör motiv och målgrupp avgränsas noga

I handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar definierade regeringen inte den näring som skulle stödjas. Samtidigt ställde man krav på att stödet skulle leda till tillväxt och ökad konkurrenskraft. Regeringens satsning inriktades på en mycket bred uppsättning av projekt, långt ifrån alla med tillväxtpotential. Om satsningens målgrupp hade definierats utifrån tillväxtpotential skulle fler projekt ha riktat sig till aktörerna närmast marknaden, t.ex. mode och spel. Den infrastruktur som gör tillväxten möjlig, den kulturella kärnan, behöver också stödjas. Men inte med argument om tillväxt. En jämförelse kan göras med grundforskning respektive tillämpad forskning. Båda bidrar med kunskap och därmed tillväxt i samhället, men grundforskningen brukar inte främst motiveras med instrumentella argument om tillväxt.

Ett annat motiv för en tydligare avgränsning är att kulturella och kreativa näringar långt ifrån är en homogen företeelse. Helt olika typer av verksamheter ryms inom näringen. Det är stor skillnad i drivkrafter och förutsättningar för kommersialisering mellan den enskilda bildkonstnären och ett företag som utvecklar dataspel med sikte på den internationella marknaden, likaväl som det är stor skillnad mellan två företag i näringen som förvisso arbetar i samma bransch, säg spel eller mode, men där det ena är nystartat och det andra redan etablerat med storskalig försäljning på en världsmarknad. Genom allmänna formuleringar och avsaknad av definition av kulturella och kreativa näringar gav regeringens handlingsplan i vissa avseenden ett intryck av att alla typer av verksamheter inom näringen kunde stödjas. Samtidigt är det uppenbart att det multinationella modeföretaget inte behöver stöd och att stödet som riktas till en enskild konstnär bör skilja sig från det som riktas till ett nystartat bolag i spelbranschen.

Ha god kännedom om hur den näring som stöds finansierar sig i övrigt

I uppföljningen visas att verksamheter inom kulturella och kreativa näringar kan finna finansiering från många håll. Det har dock funnits få resonemang från regeringens och myndigheternas sida om hur andra finansieringskällor länkar in i det stöd som regeringen gav. Kulturella och kreativa näringar kan finansieras både av kulturmyndigheter inom olika konstområden och av näringslivsmyndigheter. Därtill kommer bl.a. EU-fonder. Handlingsplaner och andra typer av näringslivsstöd bör grundas på god kännedom om de olika stödordningar och logiker som gäller verksamheter i de branscher man vill stödja. Annars finns risk att man parallellt finansierar samma sak, men med olika syften

och eventuellt med mer pengar än nödvändigt. Om en ny satsning ska utformas bör man ta hänsyn till hur hela finansieringssituationen ser ut.

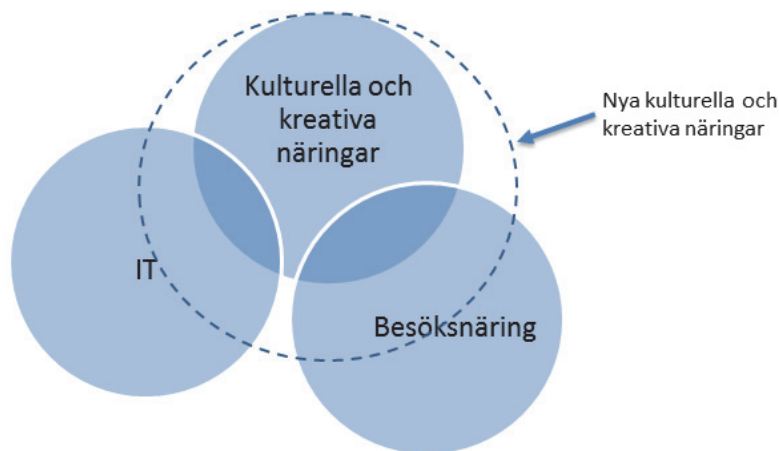
Ha en realistisk syn på näringarna och statens roll

När statliga stöd ska ges kan det finnas ett behov av att avgränsa stödet inom t.ex. kulturella och kreativa näringar till de delbranscher eller aktörer inom delbranscher som behöver stödet. För att kunna göra sådana avgränsningar är det naturligt att tänka sig att man också behöver skapa begreppet kulturella och kreativa näringar. Samtidigt kan det finnas problem med att definiera dessa näringar.

Risken med att definiera en näring

Tillväxtverket har fått i uppdrag av regeringen att fastställa en definition av kulturella och kreativa näringar. När kulturella och kreativa näringar definieras skapas åtminstone två grupper. De som är med och de som inte är med. Om staten dessutom kopplar förmåner (bidrag, status, synlighet etc.) till den grupp som omfattas kommer den grupp som inte omfattas sannolikt att vilja inkluderas. Den grupp som är med kan antas vilja motverka detta eftersom de resurser man har fått kommer att spridas på flera. En dragkamp uppstår då sannolikt vilket – om man vill undvika konflikter – resulterar i att branschen utvidgas så långt att det inte längre är meningsfullt att försöka avgränsa den. Den kommer i stället att bestå av en mängd delbranscher som överlappar redan existerande branscher vilka i sin tur mest troligt värnar sina egna intressen. En tänkbar utveckling redovisas i figur 4.

Figur 4 Definitionen av näringen blir allt vidare



Statliga stöd utifrån en statlig definition av kulturella och kreativa näringar kommer sannolikt att ha svårt att passa verkligheten. Eftersom näringspolitikens mål bl.a. är att skapa fler växande företag framstår det som enklare att satsa på generella stöd till företag med tillväxtpotential oavsett vilken bransch de tillhör.

Samtidigt finns det i andra sammanhang ett behov av att identifiera och avgränsa en näring. Det kan bl.a. handla om att visa näringens betydelse för ekonomin eller att hitta problem och lösningar som är gemensamma för många verksamheter inom näringen. Det kan också handla om att hitta nya kopplingar mellan olika näringar.

Att ha både ett avgränsat och ett utvidgat synsätt på näringen behöver inte vara ett problem

Om man ser att en avgränsad respektive en utvidgad definition av kulturella och kreativa näringar kan och bör ha olika syften blir det enklare att hantera eventuella problem med hur sektorn definieras.

En avgränsad definition är nödvändig i ett sammanhang där staten ska vara en kompletterande marknadsaktör och där statliga stöd ska fördelas. Med en alltför bred definition kommer statens stöd inte att vara träffsäkert, dvs. hitta de verksamheter som tydligt hör hemma i kulturella och kreativa näringar och som kan behöva stöd eftersom de inte klarar sig på marknadens villkor.

En utvidgad definition kan behövas för att visa näringens betydelse m.m. Samtidigt bör man vara tydlig med att det i beskrivningen av kulturella och kreativa näringar då också ingår verksamheter som lika gärna kan tillhöra andra branscher såsom digital teknik, turism etc. Vidare behöver många av de verksamheter som ingår i den utvidgade definitionen inte uppenbart vara föremål för statliga åtgärder som handlingsplaner eller stöd.

1 Näringsutskottets uppdrag

I maj 2016 beslutade näringsutskottet att göra en fördjupad uppföljning av handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar. Beslutet utgick från en förstudie som näringsutskottets grupp för uppföljning och utvärdering gjorde i samarbete med Riksdagsförvaltningens utvärderings- och forskningssekreteriat (nedan sekretariatet).²

1.1 Förstudien

I förstudien konstaterades att riksdagen inom näringspolitikens område hade beviljat 60 miljoner kronor för genomförandet av den förra regeringens handlingsplan för kulturella och kreativa näringar. I förstudien föreslogs att en huvudstudie skulle genomföras i två steg. I ett första steg skulle de åtgärder som hade genomförts med anledning av handlingsplanen kartläggas. Även genomförda uppföljningar skulle kartläggas. I ett andra steg skulle en fördjupning göras antingen inom en bransch (t.ex. formgivning och design) eller inom ett av de områden som tas upp i handlingsplanen. Exempel på sådana områden är mäklarfunktioner mellan näringsliv och kultur eller stödfunktioner för nystartade företag inom kulturella och kreativa näringar.

1.2 Syftet med denna uppföljning

Näringsutskottets uppföljnings- och utvärderingsgrupp beslutade att den fördjupade uppföljningens två steg ska bedrivas parallellt och avrapporteras i en uppföljningsrapport.

I uppföljningen undersöks om satsningens genomförande och resultat ligger i linje med de målsättningar som beslutades i regeringens handlingsplan.

Målsättningarna för satsningen var att

- ge förutsättningar för entreprenörer och företagare inom kulturella och kreativa näringar att utveckla sina affärsidéer och sitt företagande
- skapa regional tillväxt och ökad konkurrenskraft
- skapa ökad samverkan mellan näringslivet och kulturlivet.

Genom uppföljningen ges näringsutskottet ökad kunskap och fördjupat beslutsunderlag inför beredningen av ärenden som berör frågor om näringslivsstöd.

² *Uppföljning av satsningen på kulturella och kreativa näringar – En förstudie, 2016-05-09.*

1.3 Hur uppföljningen har genomförts

Rapportens faktaunderlag bygger på flera källor. Intervjuer har genomförts med ett tiotal personer på Vinnova, Tillväxtverket och Kulturrådet. De som intervjuades på Vinnova och Tillväxtverket är de på myndighetsnivå som svarade för genomförandet och uppföljningen av merparten av de olika åtgärderna i regeringens handlingsplan för kulturella och kreativa näringar. Därutöver har samtal förts med ansvariga handläggare på Kulturdepartementet och Näringsdepartementet. Uppgifter har även begärts in från Almi Företagspartner AB (hädanefter benämnt Almi), konsultbolag m.fl. för att få information om de projekt där inga intervjuer genomfördes. Intervjuerna och inhämtningen av övriga uppgifter har syftat till dels att få en uppfattning om genomförandet av själva handlingsplanen och dess kortsiktiga resultat, dels att få en bild av situationen för kulturella och kreativa näringar i dagsläget.

Sekretariatet har också gått igenom de slutrapporter som de ansvariga myndigheterna har lämnat för sina respektive ansvarsområden i handlingsplanen. Fokus i genomgången har varit genomförda aktiviteter och rapporterade resultat.

För att få en bild av handlingsplanens långsiktiga resultat har sekretariatet utöver intervjuerna också gjort omfattande sökningar på internet för att få information om hur de verksamheter som fick stöd utvecklats eller inte från det att handlingsplanen avslutades under 2012–2013 fram till hösten 2016. När det gäller de långsiktiga resultaten har sekretariatet även gjort en fördjupad uppföljning av de s.k. inkubatorerna och de företag i inkubatorerna som fick stöd av Vinnova och Tillväxtverket 2010–2012. I den fördjupade uppföljningen har sekretariatet genomfört intervjuer och begärt in skriftliga svar på frågor.

Analysen av handlingsplanens resultat har breddats genom att även forskning om effekter av företagsstöd och andra rapporter om kulturella och kreativa näringar har använts som underlag för denna rapports slutsatser. Slutligen har rapportens kapitel 1–5 faktagranskats av berörda myndigheter, företag och företagsinkubatorer.

1.4 Rapportens disposition

I rapportens andra kapitel redovisas utgångspunkterna för uppföljningen. Handlingsplanens innehåll, vilka myndigheter som drev arbetet och regeringens fördelning av pengar till olika åtgärder går igenom. Vidare förs resonemang om avgränsningarna av kulturella och kreativa näringar. Den modell som har använts i uppföljningen presenteras också.

I kapitel 3 analyseras, med undantag för satsningen på inkubatorer, de resultat som uppnåddes genom satsningens olika åtgärder. Resultaten analyseras både på kort sikt (2012–2013 när satsningen avslutades) och på lite längre sikt (hösten 2016).

I kapitel 4 görs en fördjupad uppföljning av Tillväxtverkets och Vinnovas satsning på inkubatorer för företag i kulturella och kreativa näringar. Sekretariatet har bl.a. följt upp hur det har gått för det nittiototal företag som fick stöd av inkubatorerna under 2011–2013.

I kapitel 5 redovisas hur regeringen och myndigheterna för närvarande arbetar med kulturella och kreativa näringar. I kapitlet berörs även framtidsfrågor, bl.a. finansieringen av näringen och behovet av att skilja ut näringen särskilt i näringspolitiken.

I det avslutande sjätte kapitlet dras slutsatser om huruvida satsningen nådde de mål som sattes upp i regeringens handlingsplan. Det förs också ett resonemang om värdet av handlingsplaner för att genomföra satsningar på särskilda områden.

2 Statens satsning på kulturella och kreativa näringar

I detta kapitel redogörs för utgångspunkterna i uppföljningen av satsningens resultat. Det innebär att handlingsplanens innehåll, de myndigheter som drev arbetet och hur statens pengar fördelades på olika åtgärder och myndigheter presenteras kortfattat. Vidare förs ett resonemang i kapitlet om hur kulturella och kreativa näringar ska definieras, detta för att tydliggöra till vilka verksamheter statens pengar skulle riktas. Slutligen presenteras den modell eller logik som har använts vid uppföljningen av satsningens resultat.

2.1 Handlingsplanens innehåll i relation till kulturella och kreativa näringar

Handlingsplanen beslutades av regeringen i september 2009.³ Riksdagen beslutade inte om själva handlingsplanen, men väl om att anslå medel till de näringspolitiska myndigheterna för att genomföra handlingsplanen.⁴

2.1.1 Målen i handlingsplanen inriktas på tillväxt

Syftet med satsningen var att ge goda förutsättningar för entreprenörer och befintliga och potentiella företagare inom kulturella och kreativa näringar att utveckla sina affärsidéer och sitt företagande. Om aktörer inom kulturella och kreativa näringar får sådana förutsättningar kan dessa bidra såväl till regionernas tillväxt som till ökad svensk konkurrenskraft.⁵

I handlingsplanen finns även mål om ökad samverkan mellan näringslivet och kulturen. Det identifierades ett behov av brobyggare mellan sektorerna som å ena sidan ska stimulera kreativa och innovativa processer i näringslivet och å andra sidan öka entreprenörskap, förnyelse och företagande inom kultursektorn. Regeringen betonade att kulturskaparen och entreprenören ställs i centrum för de åtgärder som genomförs i handlingsplanen.

Handlingsplanen innehåller ingen definition av vad kulturella och kreativa näringar består av.

2.1.2 De kulturella och kreativa näringarna kan vara större eller mindre

Det finns många varianter på vilka branscher som kan ingå i den kulturella och kreativa sektorn. Vilka som räknas in i sektorn kan tänkas ha betydelse för de

³ Regeringsbeslut 2009-09-17 (N2009/6120/ENT).

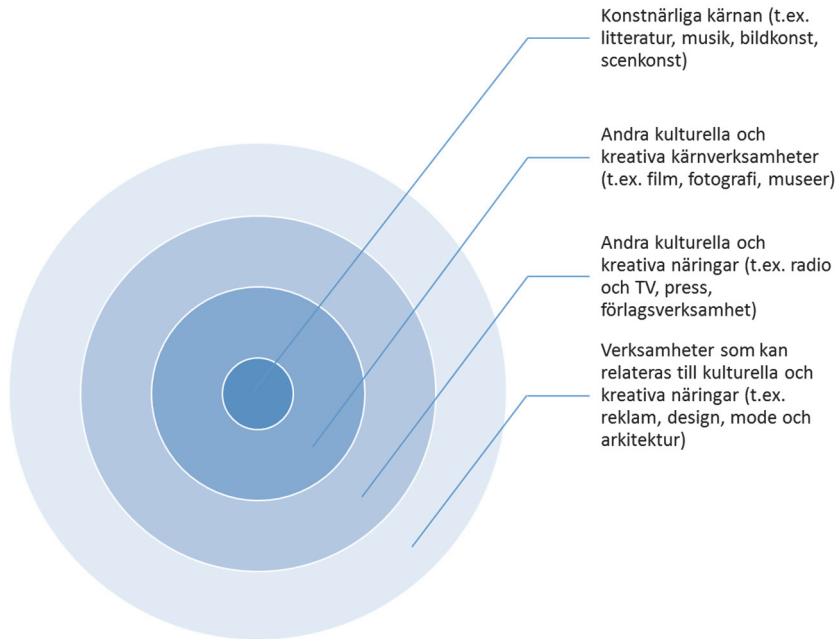
⁴ Näringsutskottets budgetbetänkande 2009/10:NU1 Näringsliv.

⁵ *Handlingsplan för kulturella och kreativa näringar*, Regeringskansliet 2009.

närings som hamnar utanför eftersom dessa kanske inte kan räkna med samma status och möjlighet till offentligt stöd som de näringar som inkluderas. Definitionerna varierar också efter vilket syfte definitionen har. Om statsstöd ska delas ut, som i fallet med regeringens handlingsplan, kan definitionen bli snävare. Handlar det om att definiera sektorns totala bidrag till ekonomin tenderar definitionen att bli bredare.

En ofta använd beskrivning av de kulturella och kreativa näringarnas innehåll och inbördes förhållande har utvecklats av David Throsby.⁶

Figur 5 Kulturella och kreativa näringar har en kärna och en periferi



Tanken med illustrationen i figur 5 är att de kulturella och kreativa näringarna bygger på en konstnärlig källa ur vilken näringar längre ut mot periferin hämtar inspiration och har möjlighet att vidareutveckla och kapitalisera på ursprungsidéerna. Ett förenklat exempel skulle kunna vara författaren som ensam skriver sin roman. Romanen antas av ett förlag som för ut romanen på marknaden. Förlaget och författaren förhandlar även om filmrättigheter med ett filmbolag. Den film som produceras kan i sin tur inspirera verksamheter inom t.ex. reklam och medier. På så vis har den ursprungliga romanen skapat sysselsättning och pengar åt flera aktörer på olika nivåer i den kulturella och

⁶ *The concentric circles model of cultural industries*, David Throsby, 2008 i *Cultural Trends*, vol. 17.

kreativa sektorn. Modellen utgår också från antagandet att det kulturella innehållet är större i kärnan än det kommersiella värdet. Ju längre ut man kommer från kärnan, desto större blir det kommersiella innehållet relativt det kulturella innehållet.

Kulturella och kreativa näringar är ett skapat begrepp

En iakttagelse är att begreppet kulturella och kreativa näringar, precis som figur 5 visar, består av flera delnärings. På så vis är kulturella och kreativa näringar ett skapat begrepp. Ett skapat begrepp kan användas i olika syften. För den förra regeringen var det viktigt att visa att kulturella och kreativa näringar är en tillväxtnäring. I kulturpolitiska sammanhang vill man också emellanåt berättiga kulturens värde utöver dess s.k. egenvärde (ungefär: konst för konstens skull utan sidoblickar till eventuell samhällsnytta). Man vill bl.a. visa att kulturen bidrar med kreativitet och tillväxt i stort i samhället.

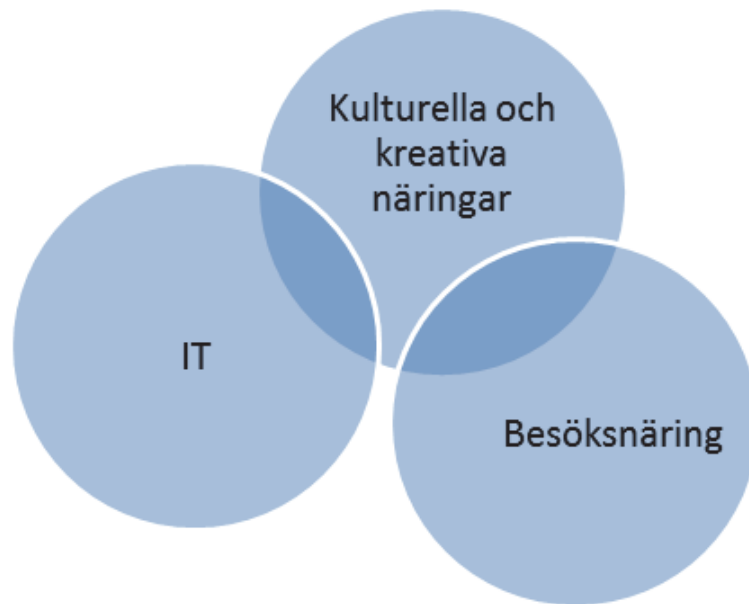
I en relativt nyligen publicerad rapport⁷ använder Tillväxtverket en avgränsning som har tagits fram av Handelshögskolan i Stockholm.⁸ I den definitionen ingår den grafiska branschen, förlagsbranschen (böcker, dagstidningar, tidskrifter etc.), film, arkitektur, reklam, design, arkiv, konstnärligt skapande, bibliotek etc. Definitionen täcker således in alla de ringar och verksamheter som framgår av figur 5. Det är också viktigt att lägga på minnet att många av de branscher som ingår i kulturella och kreativa näringar har sin egen politik och sina egna stödordningar, t.ex. film, litteratur, bildkonst, museer och medier. Det betyder, som kommer att framgå i kapitel 5, att det finns flera system som verkar parallellt inom sektorn.

Ännu bredare definition av kulturella och kreativa näringar

Regionerna upprättar kulturplaner för att styra inriktningen av kulturåtgärderna inom sin region. I regionplanerna förekommer även åtgärder riktade till kulturella och kreativa näringar. I Region Skåne räknas även måltider, spel, turism och besöksnäring samt upplevelsebaserat lärande in i de kulturella och kreativa näringarna. Även Västra Götalandsregionen har en vid definition där bl.a. måltider, men inte besöksnäring ingår. Spel och spelutveckling ligger i gränzonen mellan it och kulturella och kreativa näringar. Besöksnäringen (turistsektorn) är en etablerad bransch, men gör enligt vissa definitioner även i delar anspråk på att tillhöra de kulturella och kreativa näringarna.

⁷ Förutsättningar för kulturella och kreativa företag, Tillväxtverket, 2015.

⁸ European Cluster Observatory, Handelshögskolan i Stockholm.

Figur 6 Andra branscher som en del av kulturella och kreativa näringar

Som kommer att framgå i kapitel 3 har en hel del av satsningarna inom handlingsplanen riktats till företag i gränzonen till kulturella och kreativa näringar.

Uppenbarligen finns ingen entydig definition av vad som ska omfattas av de kulturella och kreativa näringarna. Därmed har det inte heller varit uppenbart för de stödgivande myndigheterna vilka åtgärder som ska stöttas. Detta har bl.a. resulterat i att kulturmyndigheterna och myndigheterna under Näringsdepartementet har haft olika uppfattningar om satsningens inriktning, vilket skildras i kapitel 3.

Sommaren 2016 fick Tillväxtverket i uppdrag av regeringen att definiera sektorn och ta fram statistik inom området.⁹ Uppdraget är ännu inte slutfört.

2.1.3 Åtgärder inom tio områden

I handlingsplanen föreslås åtgärder inom nio områden. Därutöver beslutade regeringen också om ett råd för kulturella och kreativa näringar. Nedan presenteras områdena i korthet. I kapitel 3 ges en fylligare beskrivning av åtgärderna och deras resultat.

⁹ Regeringsbeslut 2016-07-14 (UD2016/12789/FH).

Mäklarfunktioner – en regional infrastruktur för att underlätta företagande inom kulturella och kreativa näringar

Tillväxtverket har fördelat pengar till samtliga 21 regioner i Sverige för att bl.a. ta fram regionala handlingsplaner och för att driva olika projekt. Ett antal nationella projekt har också fått stöd.

Pengar till projekt inom innovation och design

Vinnova fördelade pengar till ett fyrtiotal projekt inom designområdet. Ett syfte var att få små designföretag att växa.

Företagsinkubatorer för små företag

Vinnova och Tillväxtverket fördelade pengar till åtta företagsinkubatorer och tre särskilda projekt. Syftet var bl.a. att inkubatorerna ska ta sig an små företag inom kulturella och kreativa näringar och ge dem hjälp att komma igång.

Kunskapssammanställning inom ledarskap och organisation

Vinnova beviljade pengar för fem studier som ska bidra till kunskap om hur kreativa processer kan skapa tillväxt i olika företag.

Utbildning i entreprenörskap

Tillväxtverket fördelade pengar till 13 projekt i anslutning till olika konstnärliga utbildningar. Syftet var att utveckla kurser om entreprenörskap på konstnärliga utbildningar.

Rådgivning till företag

Almi fick pengar för att få igång mentorskap mellan verksamheter i kulturella och kreativa näringar och andra näringar. Även Tillväxtverket fick medel för att utveckla branschguider för yrkesverksamma inom kulturella och kreativa näringar.

Studie om finansieringsbehov

Tillväxtanalys fick i uppdrag att redovisa vilka möjligheter företag inom kulturella och kreativa näringar hade att finansiera sin verksamhet.

Förbättrad statistik

Tillväxtanalys gavs i uppdrag att definiera kulturella och kreativa näringar för att kunna mäta bl.a. sysselsättning och förädlingsvärde.

Kompetensutveckling

Tillväxtverket skulle tillsammans med ett antal kulturmyndigheter göra kompetensutvecklingsinsatser för myndigheter och aktörer inom näringslivsfrämjandet och kultursektorn.

Rådet för kulturella och kreativa näringar (rådet)

År 2010 inrättade regeringen ett råd som egentligen inte var en del av den ursprungliga handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar. Rådet bestod av ett tiotal företrädare för olika kreativa näringar såsom reklam, musik och mode. Rådets uppgift var att hjälpa regeringen i arbetet med handlingsplanen och att stimulera till diskussion om kulturella och kreativa näringar.

2.1.4 Kulturmyndigheternas roll i satsningen var att samverka

Även om satsningen på kulturella och kreativa näringar genomfördes i stort sett enbart med anslag från statsbudgetens utgiftsområde 24 Näringsliv förut-sattes en nära samverkan mellan myndigheterna inom näringspolitiken respektive kulturpolitiken för att genomföra åtgärderna inom handlingsplanen.

Tillväxtverket och Vinnova skulle samverka med kulturmyndigheterna vid genomförandet av bl.a. mäklarfunktioner, inkubatorer och entreprenörskap. Viktiga samverkande kulturmyndigheter var bl.a. Statens kulturråd (Kulturrådet), Riksantikvarieämbetet, Riksarkivet och Konstnärsnämnden. Kulturmyndigheternas roll i satsningen behandlas mer ingående i kapitel 3.

2.2 Pengarna i handlingsplanen

Sammantaget fördelade regeringen 61,5 miljoner kronor under 2009–2012.¹⁰ Studien om finansieringsbehov och statistikuppdraget finansierades inom ramen för myndigheternas ordinarie förvaltningsanslag. I tabell 1 visas hur medlen fördelades.

¹⁰ Av totalsumman 61,5 miljoner kronor kommer 3 miljoner kronor från Kulturdepartementet. Dessa fördelades 2009 till Vinnova för att komma igång med inkubatorer och till Tillväxtverket för information om kulturella och kreativa näringar. Enligt den sammanställning som Konstnärliga och litterära yrkesutövares samarbetsnämnd (Klys) gjorde 2011 var 1,5 miljoner kronor avsatta för internationalisering. Således skulle satsningen omfatta totalt 63 miljoner kronor. Sekretariatet har inte kunnat finna något regeringsbeslut om internationalisering och har hört med Näringsdepartementet om något beslut om tilldelning av pengar till internationalisering har fattats. Enligt företrädare för departementet användes de 1,5 miljoner kronorna inte för internationalisering utan lades i stället på satsningen om entreprenörskap. Någon sådan omfördelning har sekretariatet dock inte kunnat hitta. De belopp som redovisas i regeringsbeslutet om medel till entreprenörskap och Tillväxtverkets återrapportering överensstämmer med de belopp till entreprenörskap som redovisas i Klys underlag. Det betyder att de 1,5 miljoner kronorna varken använts för internationalisering eller omfördelats till entreprenörskapssatsningen. Satsningen kom således att omfatta 61,5 miljoner kronor i stället för budgeterade 63 miljoner kronor. Se även avsnitt 3.4 om entreprenörskapssatsningen.

Tabell 1 Beviljade medels fördelning på olika åtgärder

Åtgärd	Beviljade medel (Mnkr)	Andel
Mäklarfunktioner	18	29 %
Innovation och design	14	23 %
Inkubatorer	9,5	15 %
Ledarskap och organisation	6	10 %
Entreprenörskap och kompetensutveckling	5	8 %
Rådet	5	8 %
Rådgivning	4	7 %
Totalt	61,5	100 %

Källa: *Kulturella och kreativa näringar*, Klys 2011.

Som framgår av tabellen är åtgärderna mäklarfunktioner, innovation och design samt inkubatorer de största i handlingsplanen och omfattar två tredjedelar av regeringens beviljade medel. Om åtgärden entreprenörskap läggs till framträder en bild där närmare tre fjärdedelar av bidragen användes till relativt operativa åtgärder. De nämnda åtgärderna kan, i relation till de andra åtgärderna, karakteriseras som relativt konkreta eftersom de bidrog till att en regional byråkrati (mäklarfunktioner), företag (innovation och design samt inkubatorer) eller kursutbud på konsthögskolor (entreprenörskap) byggdes upp. De åtgärder som inriktades mot att bygga upp kunskap och skapa opinion (ledarskap och organisation samt rådet) förbrukade närmare en femtedel av de totala anslagen.

2.3 De aktörer som fördelade pengarna

Tillväxtverket och Vinnova fick huvudansvaret för att fördela pengarna till olika insatser. Drygt 85 procent av regeringens medel fördelades av dessa båda myndigheter. Tillväxtverket arbetar med att stärka företagens konkurrenskraft genom att skapa bättre förutsättningar för företagande och för attraktiva regionala miljöer där företag utvecklas.¹¹ Vinnovas uppgift är att främja hållbar tillväxt genom att förbättra förutsättningarna för innovation och att finansiera behovsmotiverad forskning.¹² Almi fick också lite pengar i satsningen. Almi är ett statligt bolag som bl.a. ger lån och rådgivning till företag som inte kan få lån på den reguljära lånemarknaden.¹³

Regeringsuppdragen till Tillväxtverket och Vinnova innebar att åtgärderna som riktades till kulturella och kreativa näringar i flera fall var sådana som används även i andra näringspolitiska insatser, exempelvis företagsinkubatorer och checkar för att köpa tjänster. Detta skildras mer ingående i kapitel 3.

¹¹ <http://www.tillvaxtverket.se>.

¹² <http://www.vinnova.se>.

¹³ <http://www.almi.se>.

2.3.1 Skillnader mellan Vinnova och Tillväxtverket

De som intervjuades på Tillväxtverket och Vinnova menar att det finns vissa skillnader mellan de båda myndigheterna. Företrädaren för Vinnova menar att stöden ska täcka upp för marknadsmisslyckanden. De verksamheter som stöds har stor potential, men varken banker eller andra finansiärer vill ta riskerna med att finansiera dem. Vinnova stöder innovation, alltså är kriterier om långsiktig bärkraft inte nödvändigtvis viktigast. Det kan handla om att stöd ges för att kunskapen ska utvecklas i en viss bransch. Tillväxtverket kan ge stöd för enbart tillväxt och har ett mer regionalt fokus.

Företrädare för Tillväxtverket har en liknande uppfattning. Vinnova prioriterar innovation och Tillväxtverket prioriterar kommersialisering och tillväxt. Vinnova ses mer som en finansiär än Tillväxtverket. Tillväxtverket har ansvar för regionala tillväxtfrågor, har en tät kontakt med regionerna, utvecklar kunskap, driver nätverk m.m. Tillväxtverket kan emellertid också finansiera verksamheter och då ofta projekt som utvecklar strukturella förutsättningar för företagande.

Skillnaderna mellan myndigheterna kom till uttryck i uppdraget om inkubatorer där myndigheterna hade ett delat ansvar. Enligt de intervjuade var regeringsuppdraget vagt och det krävdes en del arbete innan myndigheterna kunde enas om vad som skulle göras. I praktiken är skillnaderna enligt de intervjuade dock inte så stora att det inte går att diskutera sig fram till en gemensam lösning.

2.3.2 Myndigheterna har lagt egna pengar på satsningen

Som framgår av tabell 2 nedan har regeringens satsning på 61,5 miljoner kronor kompletterats med ytterligare pengar – dels ur myndigheternas egna anslag, dels från de aktörer som tagit emot pengar från Tillväxtverket. På så vis kom satsningen att omfatta drygt 100 miljoner kronor under perioden 2009–2012.

Tabell 2 Kompletterande medel

Myndighet	Regeringens medel (Mnkr)	Myndigheternas egna medel (Mnkr)	Medel från mottagare (Mnkr)	Total (Mnkr)
Tillväxtverket	27	3,7	21,3	52
Vinnova	26,5	14,9		41,4
Rådet	5			5
Almi	3			3
Totalt	61,5	18,6	21,3	101,4

Källa: Egen bearbetning av uppgifter i Tillväxtverkets och Vinnovas slutredovisningar.

När det gäller Tillväxtverkets mäklaruppdrag har regionerna matchat verkets bidrag. I Tillväxtverkets entreprenörskapsprojekt har deltagande högskolor också bidragit. Vinnova har själva bidragit med något över hälften av medlen

i regeringens satsning på inkubatorer. Den ursprungliga satsningen från regeringen har genom myndigheternas egna medel och andra bidrag vuxit med nästan 65 procent.

2.3.4 Mäklarfunktioner, design och inkubatorer är de största satsningarna

I tabell 3 visas de resurser som avsattes för respektive område sedan myndigheternas egna medel och andra externa medel hade lagts till.

Tabell 3 Åtgärdernas totala omslutning

Åtgärd	Totala medel (Mnkr)	Andel
Mäklarfunktioner	38,3	38 %
Innovation och design	28,8	28 %
Inkubatorer	11,1	11 %
Ledarskap och organisation	6	6 %
Entreprenörskap och kompetensutveckling	8,2	8 %
Rådet	5	5 %
Rådgivning	4	4 %
Totalt	101,4	100 %

Källa: Egen bearbetning av uppgifter i Tillväxtverkets och Vinnovas slutredovisningar.

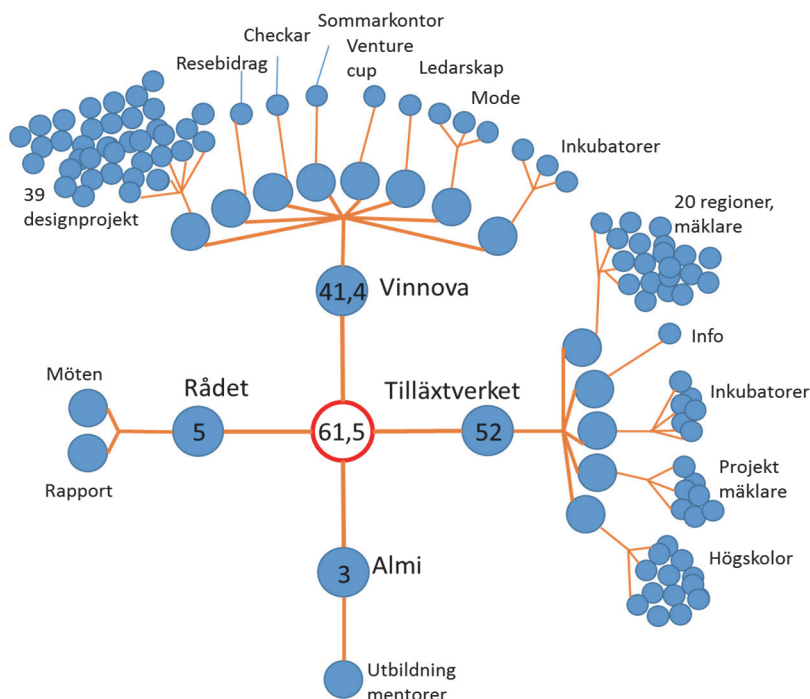
Om bidragen från de deltagande myndigheterna och andra aktörer räknas in får regeringens handlingsplan en ännu större förskjutning mot åtgärderna mäklarfunktioner, innovation och design samt inkubatorer. Drygt tre fjärdedelar av satsningen har pengamässigt handlat om dessa tre insatser.

2.4 Lite pengar har skapat mycket verksamhet

Genom sin handlingsplan med tio insatsområden ville regeringen åstadkomma mycket på kort tid. De 60 miljoner kronor som fördelades skulle förbrukas mellan 2010 och 2013, och de myndighetsprojekt som sattes igång skulle vara avslutade i och med utgången av 2013. Tillväxtverket och Vinnova gavs via regeringsuppdrag huvudansvaret för att omsätta den helt övervägande delen av regeringens anslag till genomförbara projekt. Myndigheterna samrådde med andra aktörer, och regeringsuppdragen paketerades i 16 olika åtgärdsområden. Inom dessa åtgärdsområden lades egna och andras pengar till regeringens ursprungliga anslag. Inom de 16 åtgärdsområdena genererades närmare 100 projekt.

Figur 7 visar denna dynamiska utveckling där den ursprungliga handlingsplanen resulterar i 100 projekt på tre år.

Figur 7 Stor utväxling på ursprungssatsningen



Källa: Egen bearbetning av uppgifter från Vinnova, Tillväxtverket, Almi och Rådet.

I figurens mitt ses regeringens ursprungliga satsning på drygt 60 miljoner kronor. Satsningen grenar ut sig till fyra aktörer: Vinnova, Tillväxtverket, Almi och Rådet för kulturella och kreativa näringar. Ursprungssatsningen växer med närmare 65 procent, vilket framgår av beloppen i ”myndighetsringarna”. I nästa steg grenar satsningen ut sig till 16 åtgärdsområden, där framför allt Vinnova och Tillväxtverket fördelade pengarna. Längst ut i figuren syns de ca 100 projekt som genererades inom åtgärdsområdena. Som framgår har projekten handlat om allt från resebidrag för designföretag till konsthögskolor som genomfört utbildningar i entreprenörskap. I kapitel 3 redogörs närmare för vad projekten handlade om. Redan här kan dock tre iakttagelser göras.

- Relativt begränsade medel har haft en stor hävstångseffekt i den meningen att regeringens satsning kompletterats med ytterligare pengar från andra offentliga aktörer, och därmed skapades utrymme för många projekt.
- Redovisningen av handlingsplanens utfall som finns i denna rapport bygger bl.a. på Tillväxtverkets och Vinnovas återrapportering till regeringen. Denna återrapportering bygger i sin tur på återrapportering från de projekt som beviljades medel.

- Det reella resultatet av satsningen finns ute i periferin i de 100 projekt som fick pengar. Den stora mängden projekt och uppföljningens snäva tidsramar innebär att det saknas förutsättningar för att gå in på varje projekt i detalj. Någon hundra procentig skildring av handlingsplanens resultat är således inte möjlig att göra. Det som kan göras är en analys av handlingsplanens resultat på övergripande nivå och att välja ut något område för en fördjupning. I detta fall kartläggs pengarna till inkubatorerna hela vägen ut i figurens periferi.

2.5 Satsningens effekter i ett kort och i ett längre perspektiv

I denna rapport undersöks om de 60 miljoner kronor som riksdagen beviljade har haft någon effekt, i detta fall att uppfylla handlingsplanens mål, bl.a. om det har skapats bättre förutsättningar för företag inom kulturella och kreativa näringar.

En vanlig utgångspunkt är att sätta begreppet effekt i relation till en kedja av händelser: resurser ges för en viss åtgärd (aktivitet) som i sin tur ger upphov till en prestation och därefter någon typ av effekt.

En verksamhets resultat är bl.a. beroende av de resurser som verksamheten har fått och vilka åtgärder (aktiviteter) som har genomförts för att nå ett visst resultat. Med resurser avses allt som används för att producera verksamhet. Det handlar bl.a. om hur mycket pengar som finns till förfogande och kompetensen hos de som ska genomföra en viss verksamhet. Aktiviteter är den verksamhet som bedrivs av den organisation som tagit emot resurser. Det kan exempelvis röra sig om Vinnovas prövning av bidragsansökningar.

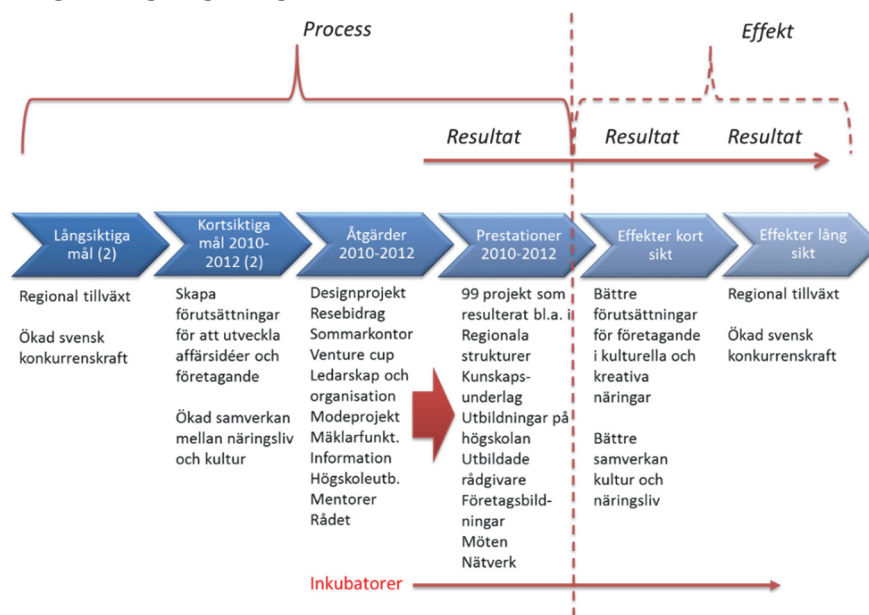
Ibland sätts åtgärder (aktiviteter) och prestationer samman i en kategori, men när produktivitet ska mätas är det viktigt att särskilja dem. Enligt den internationella praxisen för mått på den offentliga sektorns produktion bör man mäta de prestationer som faktiskt möter brukarna.¹⁴ I genomförandet av satsningen på kulturella och kreativa näringar skulle en prestation kunna handla om att Vinnovas beviljade uppdrag innebar att ett designföretag kunde startas.

Effekter är det slutliga utfallet av handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar. Prestationer och effekter kan också relateras till begreppet resultat. Inom staten avser begreppet resultat främst de prestationer som myndigheterna åstadkommer och de effekter prestationerna leder till.¹⁵ Figur 8 illustrerar satsningens logik.

¹⁴ Se bl.a. *Förutsättningar för en samlad och systematisk uppföljning av kvalitet, produktivitet och effektivitet i offentlig sektor*, Statskontoret, 2011:13 och *Handbook on price and volume measures in national accounts*, Eurostat, 2001.

¹⁵ Se bl.a. *Handledning resultatredovisning* (ESV 2012:42), *Att styra staten – regeringens styrning av sin förvaltning*, SOU 2007:75 och den förvaltningspolitiska propositionen 2009/10:175 för mer ingående beskrivningar av effekter, resultat och prestationer.

Figur 8 Regeringens logik från mål till effekt



I denna uppföljning redovisas hela satsningens resultat på en övergripande nivå, vilket innebär att åtgärderna och prestationerna för alla insatser skildras fram till den streckade linjen i figur 8. Med stöd av en fördjupning inom inkubatorer och forskning samt andra utvärderingar av liknande insatser förs även resonemang om satsningens effekter på kort och lång sikt.

En klar invändning mot en effektanalys av handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar är att de finansiella resurser som staten fördelade till de enskilda projekten i normalfallet var små i förhållande till omfattningen av de verksamheter som fick stöd. De pengar och åtgärder som genomfördes i handlingsplanen är en av många faktorer som påverkar hur det går för verksamheterna inom kulturella och kreativa näringar. Det är svårt att isolera handlingsplanens effekter från annat som kan tänkas påverka. Det gäller särskilt de långsiktiga effekterna regional tillväxt och ökad konkurrenskraft som handlingsplanen förväntades leda till. Detta utesluter dock inte att det kan föras resonemang om effekter på såväl kort som lång sikt.

2.6 Sammanfattande iakttagelser

Satsningen hade en klart näringspolitisk inriktning

Trots en uttalad vilja att sätta kulturskaparen i centrum och en ambition att kulturmyndigheterna skulle samverka med näringslivsmyndigheterna hade satsningen främst en näringspolitisk inriktning. Kulturmyndigheterna förfogade inte över några pengar, medan näringslivsmyndigheterna Tillväxtverket

och Vinnova förfogade över merparten. Drygt tre fjärdedelar av pengarna fördelades till tre större insatser med en i huvudsak näringspolitisk inriktning och ett konkret innehåll – mäklarfunktioner, design och inkubatorer.

Näringsen innehåller många underbranscher med egen politik och egna stödordningar

De kulturella och kreativa näringarna är ett skapat begrepp i den meningen att det består av redan etablerade branscher såsom film, litteratur, medier och mode. Många av branscherna har en egen politik och egna stödordningar som kan tänkas verka mer eller mindre parallellt med de satsningar som görs inom området kreativa och kulturella näringar.

Statens satsning har haft stor hävstångseffekt

Handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar och de pengar som följde med har på kort tid omsatts av myndigheterna och dessutom kompletterats med ytterligare finansiering från myndigheterna själva och andra offentliga aktörer. På så sätt har utrymme skapats för många projekt. En påtaglig prestation är att myndigheternas arbete genererade närmare hundra projekt inom många olika områden. Myndigheternas genomförande av satsningen framstår som effektivt i den meningen att de på kort tid designat projekten, skapat utlysningar, bedömt ansökningar, betalat ut pengar och följt upp projekten.

3 Satsningens resultat

I detta kapitel redovisas, med undantag för inkubatorsatsningen, de resultat som har åstadkommit inom varje åtgärd på både kort och lång sikt. De kort-siktiga resultaten, dvs. läget 2012–2013 när satsningen avslutades, har avlästs med hjälp av myndigheternas återrapporteringar samt intervjuer med företrädare för myndigheterna. De långsiktiga resultaten, dvs. läget hösten 2016, har kartlagts bl.a. genom att man har tagit del av mer aktuella rapporter, intervjuer med företrädare för myndigheterna och sökningar på internet. Inkubatorsatsningen behandlas särskilt i kapitel 4.

3.1 Resultat av mäklarfunktioner

3.1.1 Åtgärdens syfte och finansiering

Projektet skulle länka in i det övergripande syftet att stärka företagande i kulturella och kreativa näringar samt främja kulturell och kreativ kompetens i näringslivet. Mer specifikt skulle Tillväxtverket utveckla och stärka mäklarfunktioner som knyter samman kulturella och kreativa entreprenörer med marknaden. Utifrån det skulle modeller utvecklas och spridas genom pilotprojekt.¹⁶

Regeringen fördelade 18 miljoner kronor till projektet, Tillväxtverket tillförde 2,2 miljoner kronor i egna medel och mottagarna (regionala huvudmän med ansvar för näringslivsutveckling – oftast regionförbund) lade till ytterligare 18,1 miljoner kronor. Totalt omsatte projektet 38,3 miljoner kronor under perioden 2010–2012, vilket gör det till handlingsplanens största satsning pengamässigt.

3.1.2 Genomförda aktiviteter¹⁷

Projektet om mäklarfunktioner gick i huvudsak ut på att bygga upp en regional infrastruktur (plattformar) för att varje region mer strukturerat skulle kunna arbeta med att främja kulturella och kreativa näringar.

Mest pengar till regionerna

Arbetet med mäklaruppdraget genomfördes i två steg. Först fick alla regioner ta fram en strategi eller ett styrdokument för främjande av kulturella och kreativa näringar. Därefter beviljades alla regioner medfinansiering för projekt som utgått från de strategier som respektive region hade tagit fram. Beslut om

¹⁶ Regeringsbeslut 2010-06-10, N2009/8901/ENT (delvis).

¹⁷ Avsnitt 3.1.2 och 3.1.3 baseras på *Slutrapport – Mäklarfunktioner/nätverk/modeller för samverkan*, Tillväxtverket 2013-01-31, dnr 012-2010-2662.

vilka projekt som skulle tilldelas pengar fattades tillsammans med samverkande myndigheter och organisationer. Projekten i länen beviljades sammantaget ca 17,6 miljoner kronor. Länsstyrelsen i Stockholm lämnade tillbaka sitt bidrag, varför den egentliga summan som fördelades blev 16,1 miljoner kronor.¹⁸ Denna summa matchades i stort sett av de mottagande regionerna, vilket gjorde att den totala omslutningen för att bygga infrastrukturen blev ca 34 miljoner kronor. En dryg handfull av projekten delfinansierades av EU-fonder. Utslaget per region som tog emot pengar blev Tillväxtverkets bidrag ungefär 850 000 kronor.

Men också pengar till särskilda satsningar

Utöver bidragen för att bygga en infrastruktur genomfördes en rad särskilda satsningar som finansierades med de dryga 4 miljoner kronor som återstod i projektet om mäklarfunktioner. Det största enskilda bidraget, drygt 2 miljoner kronor, gavs till föreningen Generator Sverige som under 2011–2012 var tänkt att fungera som en nationell samlingspunkt för de regioner som arbetade med kulturella och kreativa näringar. Ungefär hälften av regionerna deltog i föreningen. Andra projekt som genomfördes var bl.a. resecheckar till svenska illustratörer för att de skulle kunna delta vid Bolognamässan, en halv miljon kronor till Kreativa Kommunikationslösningar i Skellefteå AB för att genomföra rådets slutsatser i sin egen handlingsplan.

Tillväxtverkets bidrag har använts på olika sätt i regionerna

Grovt sett kan användningen av bidragen delas in i två kategorier. Indelningen bygger på den slutrapport som Tillväxtverket lämnade och som i sin tur bygger på regionernas slutrapporter. I den första kategorin återfinns de regioner som arbetade med uppstartsprocesser. Aktiviteter som dialoger, nätverk, information, samverkan, möten, kartläggningar och liknande var vanligt förekommande. I den andra kategorin fanns de regioner som använde pengarna till att finansiera redan existerande projekt, som satsade på en delbransch som t.ex. spel, musik eller design, eller prövade någon särskild affärsutvecklingsmetod. Ett intryck är att de regioner som redan hade hunnit en bit på väg när det gäller kulturella och kreativa näringar omsatte bidragen i konkreta redan existerande projekt. De som inte hade hunnit så långt i sitt arbete med dessa näringar satsade främst på att använda pengarna till att kartlägga området, samla aktörer i regionen till möten osv. Ungefär hälften av regionerna bedöms tillhöra kategorin ”uppstartsprocesser”. Resterande har kunnat ge mer konkret stöd till enskilda projekt. Västra Götalandsregionen gav exempelvis stöd till tre projekt som redan var igång (ADA, 100 kontor samt Kulturarv och landsbygdsutveckling). Ett annat exempel var Kalmar län som satsade pengarna på talangcoachning inom musik.

¹⁸ Av olika skäl blev det projekt som Länsstyrelsen i Stockholm planerat att genomföra med hjälp av Tillväxtverkets medel försenat. Hösten 2012 valde därför länsstyrelsen att avbryta projektet och betala tillbaka samtliga medel till Tillväxtverket.

3.1.3 Redovisade resultat 2012–2013

Strukturer för att främja kulturella och kreativa näringar fanns i varje region

I sina slutsatser konstaterar Tillväxtverket att ungefär hälften av landets regioner redan arbetade med kulturella och kreativa näringar när verkets arbete påbörjades. I dessa regioner har myndighetens insatser förstärkt det arbetet; i resterande regioner har myndighetens insatser lett till att processer för att stärka kulturella och kreativa näringar har påbörjats. I januari 2013 hade landets samtliga regioner en strategisk plan som i vissa regioner också hade åtföljts av ett särskilt handlingsprogram. Alla regioner bedömdes ha en grundkompetens om vad kulturella och kreativa näringar betyder för den regionala tillväxten.

Tillväxtverkets stöd bidrog till att utveckla ”stöd- och främjandestrukturer”, vilket kan tolkas som att det finns personer, kunskap, mötesplatser och processer för att stödja kulturella och kreativa näringar. Genom uppdragets olika projekt har ett tjugotal nya företag kunnat startas. Projekten i Dalarna, Uppsala, Sörmland, Kronoberg och Blekinge har handlat om konkreta affärsutvecklingsmetoder och man har där i många fall samarbetat med Almi.

Flertalet projekt på regional nivå skulle, enligt Tillväxtverket, komma att fortsätta efter 2013 i någon form. Ingen region hade i sin slutrapport framfört att arbetet avslutades i och med att regeringens satsning på kulturella och kreativa näringar avslutades.

3.1.4 Läget hösten 2016

Mest effekter på kort sikt

Företrädare för Tillväxtverket bedömer att stödet till mäklarfunktioner hade störst betydelse för de regioner som inte arbetade med frågan innan tillkomsten av regeringens handlingsplan. Dessa regioner hade inte kommit igång om inte staten hade bidragit med pengar. Tillväxtverkets satsning gav legitimitet åt kulturella och kreativa näringar och varje region byggde upp någon form av struktur för att ta hand om frågorna.

Alla regioner tog fram en strategi för kulturella och kreativa näringar, och i de län där det inte fanns några tidigare satsningar på kulturella och kreativa näringar föregicks planen av kartläggningar som gav en uppfattning om vilka behov och företag som fanns inom sektorn i regionen.

En viss avmattning när regeringen inte längre satsar

Genom sökningar på internet har regionernas¹⁹ webbplatser gått igenom. I 13 av de 20 regionerna som fick stöd är det svårt att se några bestående effekter. En internetsökning på orden ”kulturella och kreativa näringar” i respektive region ger få eller inga relevanta träffar. De träffar som kommer upp härrör från 2010–2013. I sju regioner bedöms aktiviteterna kring kulturella och kreativa näringar ligga på en sådan nivå att regionen ger intryck av att vara aktiv i frågan. Det handlar om att handlingsplaner lyfts fram, att möten ordnas, att det man stöttade 2010–2012 finns kvar och att träffarna på sökordet kulturella och kreativa näringar är aktuella. Exempel på regioner där verksamhet fick stöd under 2010–2012 och där verksamheten finns kvar är Västra Götaland, Kalmar och Örebro.

Avmattningen bekräftas av andra undersökningar

En uppföljning som Tillväxtverket lät genomföra under 2015 visar att utvecklingen har stått stilla eller delvis fallit tillbaka. Det är färre regioner i dag än 2010 som har handlingsplaner för kulturella och kreativa näringar. I en del fall bedöms dock dessa planer ha integrerats i andra planer, t.ex. i de regionala utvecklingsplanerna eller i de regionala kulturplanerna. Att de integreras kan enligt Tillväxtverket vara ett positivt tecken. Kulturella och kreativa näringar har blivit en bransch som andra och behöver inte lyftas fram särskilt.

Enligt uppföljningsrapporten anser de regioner som har handlingsplaner för kulturella och kreativa näringar att dessa planer har lutat mer åt näringspolitik än åt kulturpolitik. Vanliga mål i handlingsplanerna är att

- insatser för kulturella och kreativa näringar infogas i det ordinarie näringsfrämjande systemet
- företag inom kulturella och kreativa näringar ska bli bärkraftiga
- tillväxten i regionen ska öka.

Det är också vanligt att kulturella och kreativa näringar kopplas till besöksnäringen.²⁰

Tillväxtverkets tidigare projektledare för mäklaruppdraget bedömer att cirka hälften av regionerna är aktiva när det gäller kulturella och kreativa näringar. I de regioner där aktivitetsnivån är låg handlar det ofta om personalomsättning, omorganiseringar och därmed nya prioriteringar. Verksamheten styrs ofta av att det finns personer som är intresserade av frågorna, och om dessa byter arbete eller arbetsuppgifter kan frågorna prioriteras ned.

Projektledarens sammantagna intryck är att frågorna inte drivs lika intensivt nu som under den förra mandatperioden. Om det inte finns särskilda pengar från regeringen har de regioner där kulturella och kreativa näringar inte har

¹⁹ Regioner syftar i detta fall på de regionala aktörer, i normalfallet regionförbund, som bl.a. har ansvar för att driva och samordna offentliga satsningar på kulturella och kreativa näringar inom sin geografiska region.

²⁰ *Regionalt utvecklingsarbete med kulturella och kreativa näringar*, Volante Research, 2015.

fått ett starkt fotfäste en tendens att tappa intresset. Ett exempel på ett bestående resultat är att Tillväxtverket tillsammans med regionerna årligen ordnar en konferens om kulturella och kreativa näringar.

Även den tidigare ansvariga projektledaren för Tillväxtverkets arbete med kulturella och kreativa näringar bedömer att det är 7–8 regioner som är aktiva i frågan, medan det i andra regioner är betydligt mindre aktivitet. Kulturella och kreativa näringar är mer nedtonade i dag än under den tid satsningen pågick. Det finns dock regioner där det satsas mer än genomsnittet, exempelvis i Västra Götaland och i Skåne.

Kulturella och kreativa näringar nämns i flertalet regionala kulturplaner

Inom ramen för den regionala kulturverksamheten fördelade Kulturrådet drygt 1,3 miljarder kronor under 2016 till samtliga län i Sverige. Dessa bidrag har betydelse för att upprätthålla den kulturella infrastrukturen med bl.a. länsteatrar, regionala museer, regionbibliotek och hemslöjdskonsulenter. 20 av landets 21 län är med i den s.k. kultursamverkansmodellen. Endast Stockholms län står utanför.²¹ Län som är med i modellen har alla tagit fram en kulturplan som beskriver ambitionen för utvecklingen av flera områden i länets kultursatsningar. Planerna beslutas av respektive landstings-/regionfullmäktige och är också ett underlag för Kulturrådets beslut om medel till regionerna.

Frågor som berör kulturella och kreativa näringar får således trängas med många andra initiativ i kulturplanerna.

Sekretariatets genomgång av kulturplanerna visar att nästan samtliga regioner tar upp kulturella och kreativa näringar i sina kulturplaner. Ambitionsnivån skiljer sig dock åt mellan regionerna. I en del kulturplaner redovisas allmänna formuleringar såsom att kulturella och kreativa näringar är viktiga för regionens utveckling. I andra kulturplaner är skrivningarna mer konkreta, enskilda branscher lyfts fram och det lämnas uppföljningsbara förslag på hur kulturella och kreativa näringar ska utvecklas i regionen.

Kulturrådet läser utkastet till planer och lämnar kommentarer som ibland följs. Kulturella och kreativa näringar kan finnas med både i de regionala utvecklingsplanerna (RUP) och i kulturplanerna. I RUP kommer kulturella och kreativa näringar in i ett större sammanhang som en del i den allmänna regionala utvecklingen.

De särskilda satsningarna inom mäklaruppdraget

Flera av de verksamheter som Tillväxtverket stödde inom ramen för mäklaruppdraget vid sidan av uppbyggnaden av mäklarfunktioner har inte fått någon fortsättning. Det gäller bl.a. Generator. Annat finns kvar som t.ex. The Global

²¹Riksdagen har följt upp kultursamverkansmodellen: Är samverkan modellen? 2015/16:RFR4. Se även Kulturrådets webbplats för mer information: <http://www.kulturradet.se/verksamhet/Modell-for-kultursamverkan/>.

Leadership Award in Sustainable Apparel. Det bör noteras att vissa av satsningarna var av engångskaraktär som exempelvis att följa upp hemslöjdens 100-årsjubileum.

3.2 Resultat av innovation och design

3.2.1 Åtgärdens syfte och finansiering

Ett av syftena med uppdraget var att i högre grad integrera design som metod och process i näringspolitiken och att vidareutveckla design som verktyg för behovsbaserad innovation.²² Ett ytterligare syfte var att skapa förutsättningar för små designföretag att växa och utvecklas.

Åtgärden finansierades enligt följande:

- Anvisade av regeringen 14 miljoner kronor
- Vinnovas egna medel 14,8 miljoner kronor
- Totalt 28,8 miljoner kronor

Merparten av pengarna, drygt 20 miljoner kronor, användes till mindre designprojekt av olika slag och till en inkubator benämnd Minc. Resterande medel fördelades till särskilda satsningar såsom sommar-designkontor, designcheckar, resebidrag och Venture Cup.

3.2.2 Genomförda aktiviteter

Många mindre projekt skapades

Vinnova genomförde två utlysningar av projektpengar, 2010 och 2012. De dryga 20 miljoner kronorna fördelades till ett knappt fyrtiotal projekt inom designområdet. Söktrycket var relativt högt med 130 sökande till den första omgången och 90 sökande till den andra omgången. Utlysningarna hade något olika profil. I 2010 års ansökningsomgång fick ett tiotal företag pengar för att utveckla it-baserade produkter och tjänster med ett miljöperspektiv, bl.a. för att underlätta konsumenters miljörelaterade beslut i privatlivet och för hållbar stadsutveckling. I 2012 års ansökningsomgång fick 28 projekt med en tydligare inriktning mot design stöd.

Exempel på företag som fick stöd med större belopp 2010 var Östgöta Kök AB för att utveckla en it-baserad tjänst för hemleverans av färdiglagad mat (Plan Eat Smile), Spacetime Communication AB för att utveckla en digital plattform för reseplanering och Simway AB för att utveckla mobilapplikationen Ecofriends, som ska vägleda konsumenter till att köpa frukt och grönt som är i säsong. Alla dessa företag fick drygt 1 miljon kronor vardera i bidrag, vilket var ett relativt vanligt belopp i denna ansökningsomgång.

I ansökningsomgången 2012 fördelades mindre belopp till fler projekt. I normalfallet fördelades mellan 200 000 och 400 000 kronor till varje projekt.

²² N2009/8901/ENT (delvis).

Exempel på projekt var olika typer av förstudier och design som metod för att utveckla produkter och tjänster och för att sprida kunskap om mode och design. Mottagare var allt från företag och högskolor till kommuner och ideella föreningar.

Inkubatorn Minc

Inkubatorn Minc i Malmö fick 1 miljon kronor för att kunna hjälpa designföretag att komma igång. Minc skulle hjälpa företagen med metoder för affärsutveckling med immaterialrätt och med att få finansiering. Minc skulle också skapa ett nationellt nätverk för designföretag.

Övriga satsningar som Vinnova lyfter fram

Designcheckarna gavs till 22 små och medelstora företag så att dessa kunde köpa in designkompetens för att utveckla produkter inom hälso- och sjukvård. Totalt 3 miljoner kronor delades ut. År 2013 fick fyra av företagen tilläggsfinansiering för att kunna arbeta vidare med det som de hade utvecklat.

Vinnova satsade också 2 miljoner kronor på s.k. sommardesignkontor. Tillväxtverket var samverkanspart i uppdraget. Genom Stiftelsen svensk industridesign (Svid) fick 38 studenter under en sommar arbeta med designuppdrag inom hälso- och sjukvård. Totalt fick studenterna 27 uppdrag, och 93 procent av studenterna avsåg att gå vidare med sina koncept.

Via föreningen Svensk Form delade Vinnova också ut resebidrag till ett sammanlagt värde av drygt 1,3 miljoner kronor till små företag inom designområdet. Företagen hade färre än tio anställda och mindre än 10 miljoner kronor i omsättning. 55 resebidrag beviljades för att möjliggöra deltagande i internationella mässor och andra affärsutvecklande sammanhang. Även Venture Cup beviljades ett bidrag för att främja designprocessen i deras verksamhet. Venture Cup är en stiftelse som årligen delar ut prispengar till kreativa idéer med kommersiell potential.

3.2.3 Redovisade resultat 2012–2013

Enligt Vinnovas slutrapport har fördelningen av pengar skapat spridning och genererat positiva effekter för ett stort antal mindre aktörer i branschen.

Vinnovas mål har varit att nå så många som möjligt inom designvärlden. Enligt Vinnovas återrapportering nåddes många. Drygt 40 projekt finansierades, och vissa av dessa nådde i sin tur ut till ytterligare ett antal andra aktörer, t.ex. med resebidrag och designcheckar. Merparten av bidragen har riktats till små företag, vilket också är den vanliga företagsstorleken i designbranschen.

Vad gäller långsiktigheten har Minc och Venture Cup en inbyggd långsiktighet. Svid och Svensk Form hoppades också kunna fortsätta med resebidrag och designcheckar även efter det att Vinnovas finansiering upphörde.²³

²³ Redogörelsen bygger på Vinnovas slutrapport. *Slutrapport av uppdrag avseende innovation och design inom regeringens handlingsplan för kulturella och kreativa näringar*,

De företag som fick stöd i den första omgången bedöms ligga ganska långt ifrån det man i normalfallet definierar som kulturella och kreativa näringar. Den andra omgången var nischad mot formgivning och industridesign. Svensk Form och Svid var viktiga samarbetspartner.

Det fanns fördelar med att lyfta fram en enskild bransch

Enligt företrädare för Vinnova var satsningen på kulturella och kreativa näringar ett ovanligt uppdrag för Vinnova, men ändå lyckat. Särskilt satsningen på design gav en god spridningseffekt mycket tack vare samarbetet med Svid och Svensk Form. Företrädaren för Vinnova framhåller även att designcheckarna var ett lyckat exempel på ett projekt där ett bra samarbete skapades mellan utbildade designers och företag som inte tidigare hade erfarenhet av design.

Företrädaren för Vinnova menar att det fanns goda argument för att lyfta fram en enskild bransch som design.

- Vinnova fick in ansökningar som man annars inte hade fått in.
- Designföretagen skulle generellt sett ha haft svårare att klara sig i konkurrens med andra mer traditionella teknikintensiva sökande som Vinnova normalt har.

Vinnovas process för att välja ut vilka verksamheter som ska få stöd är enligt företrädaren för myndigheten utformad för att säkra kvaliteten i urvalet. Processen bygger på att Vinnova utlyser ett stöd med utgångspunkt i de syften som regeringen angav i uppdraget till myndigheten. Intresserade aktörer lämnar in ansökningar. Ansökningarna bedöms utifrån ett antal kriterier som grad av innovation, potential (chans att lyckas), behov (om man kan få finansiering från annat håll är man inte kvalificerad) och genomförbarhet (bedömning av bl.a. kompetensen hos de som söker). Vinnova kallar därefter ett mindre antal sökande till intervjuer. Sällning och intervjuer genomförs med stöd av en extern referensgrupp som består av experter inom det område som ska stödjas.

3.2.4 Läget hösten 2016

Sekretariatet har översiktligt och stickprovsvis undersökt om de verksamheter och företag som fick stöd under perioden 2010–2012 fortfarande är verk-samma.

Minc har sin verksamhet igång, och flera företag med kulturell och kreativ profil finns i inkubatorn. Minc finansieras bl.a. av ett par EU-fonder och av Vinnova genom verkets excellenssatsning, vilket innebär en kvalitetsstämpel för de relativt få inkubatorer som får stödet. Venture Cup delar årligen ut 1,3 miljoner kronor i prispengar. Svid drev sommardesignkontor åtminstone fram t.o.m. 2014. Designcheckar delades ut 2012. Därefter har designcheckar inte delats ut att döma av webbplatsen. Svid har under senare år fått allt sämre

Vinnova, 2013, dnr 2010-01486. Information om vissa av de bolag som fick stöd har hämtats från Vinnovas webbplats (vinnova.se).

ekonomi. Såväl externa intäkter som bidragen från Tillväxtverket har minskat. Svensk Form arbetar med sina frågor, men delar såvitt kan bedömas inte ut några resecheckar.

Av de företag som fick stöd av Vinnova har Plan Eat Smile en webbplats som renderar ca 970 träffar på Google, och Spacetime finns kvar och har flera kommuner som större kunder, däribland Stockholms stad. Simway AB verkar numera uteslutande arbeta med simulatorer för bl.a. golf och jakt.

3.3 Resultat av ledarskap och organisation

3.3.1 Åtgärdens syfte och finansiering

Vinnova skulle analysera förutsättningarna för kulturella och kreativa näringsars tillväxt. Uppdraget genomfördes i form av studier som ska bidra med kunskap om hur kreativa processer kan skapa tillväxt i olika företag. Regeringsuppdraget skulle genomföras i samverkan med kulturmyndigheter och Tillväxtverket.²⁴

Den totala budgeten för projektet var 6 miljoner kronor.

3.3.2 Genomförda aktiviteter

Inom ramen för regeringsuppdraget har fem projekt beviljats medel. Sammantaget genomförde dessa projekt 22 fallstudier inom områdena design, mode, arkitektur, måltider, reklam och film.

Projekten startade i oktober 2011 och slutrapporterades i januari 2013. De fem projekten var

- Kreativitet & Kapital – om framgångsrika arkitekt- och designkontor (Handelshögskolan i Stockholm)
- Organisering, ledning och kommersialisering av kreativa processer, sex fallföretag inom måltider, reklam och film (Handelshögskolan i Stockholm)
- Fallstudier i design och modeföretag (Textilhögskolan i Borås)
- Kreativ på beställning – En studie av industridesignens ledning och arbetsorganisation (KTH i Stockholm)
- Arbetsorganisation och ledarskap i svensk modeindustri – avknoppningar, entreprenörer och kreatörer (IMIT i Göteborg)

Vinnova förväntade sig att projekten skulle leda till praktiskt användbar kunskap om att främja kreativa processer och affärsverksamhet. Man förväntade sig också att den kunskapen skulle kunna omsättas i exempelvis utbildningar och företagsstödande insatser.

²⁴ Regeringsbeslut 2010-12-16, N2009/8901/ENT (delvis).

3.3.3 Redovisade resultat 2012–2013

Slutresultatet blev antologin *Kreativt kapital* skriven av Volante Research, men med bidrag från de olika forskarna och uppdragstagarna.²⁵

3.3.4 Läget hösten 2016

Sekretariatet har vid upprepade tillfällen sökt de som var ansvariga för antologin på Volante för att få reda på hur antologin har använts. Dessvärre fick sekretariatet inte något svar. I de intervjuer som har genomförts inom ramen för uppföljningen är det ingen som har nämnt antologin. Det behöver inte betyda att den inte har använts, men den tycks å andra sidan inte heller vara särskilt spridd.

3.4 Resultat av entreprenörskap

3.4.1 Åtgärdens syfte och finansiering

Tillväxtverket skulle främja att entreprenörskap blir en integrerad del i konstnärliga utbildningar. Vidare skulle myndigheten stödja bildandet av ett nationellt nätverk för de som ansvarar för utbildning i entreprenörskap på konstnärliga utbildningar. Projektet skulle genomföras i samverkan med bl.a. Vinnova, Kulturrådet, Konstnärsnämnden och Riksantikvarieämbetet.²⁶

Regeringen beviljade 5 miljoner kronor²⁷ och de mottagande högskolorna bidrog med ca 3,2 miljoner kronor. Totalt omsattes 8,2 miljoner kronor i projektet.

3.4.2 Genomförda aktiviteter

Under 2011 gjorde Tillväxtverket två utlysningar av projektmedel. I den första omgången beviljades 8 av 9 sökande projektmedel. I den andra omgången var det 5 av 16 ansökningar som beviljades pengar.

Mottagare av projektmedel har bl.a. varit Operahögskolan, Musikhögskolan och Konsthögskolan. Vanliga insatser har varit att satsa på seminarier med inbjudna yrkesverksamma och att utveckla kurser på såväl grund- som mastersnivå med inriktning mot entreprenörskap.

²⁵ Länk till projektets slutrapport: <http://www.vinnova.se/upload/EPiStorePDF/Kreativt-Kapital.pdf>.

²⁶ Regeringsbeslut 2010-12-16, N2010/8901/ENT.

²⁷ Av de 5 miljoner kronorna hade 1 miljon kronor avsatts för kompetensutveckling inom kulturella och kreativa näringar. Tillväxtverket särredovisar dock inte dessa medel utan de har i stället sammanförts med de medel som användes i entreprenörsskapsuppdraget. Regeringen fattade beslut om entreprenörsskapsuppdraget och kompetensutvecklingsuppdraget i ett och samma regeringsbeslut, N 2010/8901/ENT.

3.4.3 Redovisade resultat 2012–2013

Tillväxtverket konstaterar i sin slutrapport att de 13 projekt som fick stöd bidrog till att uppfylla projektets mål om att integrera entreprenörskap i utbildningen vid konstnärliga utbildningar.²⁸

Kurser, seminarier m.m. utvecklades, i många fall med ett innehåll där studenter fick träffa yrkesverksamma, företag och branschrepresentanter. Inslag där eleverna fick reflektera över sin framtida yrkesroll och försörjning uppskattades av eleverna.

Inledningsvis var en del av de konstnärliga högskolorna skeptiska till projektet. Det fanns en oro för att inriktningen var att göra konstnärer till säljare och företagare. Den skeptiska hållningen vände efter hand till en mer positiv attityd eftersom entreprenörskapsprojektet kom att handla mer om hur den enskilda studenten ska förhålla sig till sitt yrke och sin försörjning.

Här bör nämnas att entreprenörskap var ett inslag på vissa konstnärliga utbildningar även innan regeringens handlingsplan för kulturella och kreativa näringar. Det framgår av en inventering som Stiftelsen för Kunskap- och Kompetensutveckling (KK-stiftelsen) gjorde 2005.²⁹

3.4.4 Läget hösten 2016

Tillväxtverket slutrapporterade projektet 2013 och har inte följt upp satsningen sedan dess. Därför har verket inte kännedom om det långsiktiga utfallet.

Sekretariatet har gått igenom nuvarande kursplaner för de utbildningar som ingick i entreprenörssatsningen 2011–2012. Det kan konstateras att det vid åtta av de elva konstnärliga utbildningar som fick stöd 2010–2012 finns inslag av entreprenörskap i utbildningen, vanligen som en integrerad del, men också som fristående kurser. I ett fall var utbildningsprogrammet inställt (Högskolan i Halmstad) och i övriga två fall kunde några nyare träffar inte hittas, dvs. bara spår efter de aktiviteter som fick stöd under 2010–2012.

3.5 Resultat av övriga satsningar med särskild finansiering

3.5.1 Rådet för kulturella och kreativa näringar (rådet)

Rådet existerade mellan 2010 och 2012 och bestod av ett tiotal företrädare för olika kreativa näringar såsom reklam, musik och mode. Regeringen finansierade rådets aktiviteter med 5 miljoner kronor. Rådet anordnade möten, medverkade i Almedalen och i andra opinionsbildande insatser. Det gav också ett antal uppdrag till konsulter inom näringsliv och akademi att ta fram ett antal

²⁸ Slutrapport – *entreprenörskap i kulturella och kreativa utbildningar*, dnr 012-2009-907386, Tillväxtverket, 2013.

²⁹ *Att leva på sin talang – kreatörers behov av entreprenörskap*, KK-stiftelsen, december 2005.

scenarier som utgick från frågan: Vad skulle hända i Sverige om antalet verk-samma personer i kulturella och kreativa näringar skulle fördubblas fram till 2020?

Rådet presenterade en slutrapport 2012 med några förslag på hur kulturella och kreativa näringar skulle kunna utvecklas. Slutrapporten innehöll också alla konsultrapporter som rådet hade beställt.³⁰

Oklart om rådet bidrog med några långsiktiga resultat

Sekretariatet har vid upprepade tillfällen sökt personer som var involverade i rådets aktiviteter men inte fått något svar.

Flera av de intervjuade vid myndigheterna fick frågor om rådets aktiviteter. Till en början kunde vissa inte minnas rådet, men med ytterligare förklaringar om rådets uppgift är det några som kan påminna sig om att de deltog i något eller några av de möten som rådet anordnade.

3.5.2 Mentorerna och branschguider

Inom ramen för satsningen på kulturella och kreativa näringar beviljade regeringen 3 miljoner kronor till Almi för att starta en mentorsverksamhet gentemot företag i kulturella och kreativa näringar. Mellan 2010 och 2012 ordnades 796 mentorpar, 332 i blivande företag och 464 i etablerade företag.³¹ Mentorn fungerade som rådgivare och bollplank till företag i den kreativa och kulturella sektorn. Enligt företrädare för Almi var satsningen på mentorspar i kulturella och kreativa näringar aldrig en egen del av mentorsprogrammet utan integrerad i det övriga mentorsprogrammet.

Almis mentorsprogram drivs ännu (hösten 2016), och varje år matchas ungefär 1 500 mentorspar. Enligt företrädare för Almi har man dock inga uppgifter om hur många av dessa par som återfinns inom kulturella och kreativa näringar.³²

Tillväxtverket fick under 2009 1 miljon kronor för att tillsammans med andra myndigheter utveckla webbaserade branschguider. Hösten 2016 finns sådana guider för bl.a. mode, musik och scenkonst på webbplatsen verksamt.se. Guiderna innehåller bl.a. råd om hur man startar företag, om finansiering och om upphovsrätt. Guiden drivs av Bolagsverket, Skatteverket och Tillväxtverket.

3.5.3 Kompetensutveckling

Regeringens uppdrag var relativt allmänt formulerat och gick ut på att genomföra kompetensutvecklingsinsatser riktade till myndigheter och aktörer inom

³⁰ *Tre förslag för tillväxt och innovation med Kulturella och kreativa näringar*, Rådet för kulturella och kreativa näringar, 2012-12-31.

³¹ Uppgift i mejl från Almi Företagspartner AB, 2016-10-05.

³² Uppgift i mejl från Almi Företagspartner AB, 2016-11-17.

näringslivsfrämjandet och kultursektorn. Uppdraget skulle genomföras tillsammans med bl.a. Riksantikvarieämbetet, Kulturrådet och Filminstitutet. Tillväxtverket slutrapporterade uppdraget i mars 2013.³³

Inom ramen för projektet undersökte Tillväxtverket hur kulturella och kreativa näringar arbetar med digitala medier. Myndigheten tog även fram ett koncept – *Kreatörskaravanen* – för att sprida kunskap om kulturella och kreativa näringar till offentligt anställda tjänstemän och politiker som arbetar med frågorna. Hösten 2016 genererar *Kreatörskaravanen* ungefär 150 träffar på Google, varav flertalet är från perioden när satsningen genomfördes.

I slutrapporten konstaterar Tillväxtverket att kulturella och kreativa näringar ofta befinner sig i framkant när det gäller digital utveckling och att detta spelar roll för att skapa tillväxt i globala värdekedjor där it och olika småföretag ingår. Exempel på branscher som ligger i framkant när det gäller digital utveckling är film och musik. När det gäller kunskapsspridning menar Tillväxtverket att man förvisso skapade konceptet *Kreatörskaravanen*, men att den digitala utvecklingen går så fort att det krävs en mer flexibel lösning som kan anpassa sig efter utvecklingen i sektorn. Enligt Tillväxtverket skulle kunskapsspridningen med fördel kunna utföras av en icke-offentlig aktör, men med offentlig finansiering.

3.6 Resultat av övriga satsningar utan särskild finansiering

Några av uppdragen i handlingsplanen genomfördes inom ramen för myndigheternas ordinarie anslag.

3.6.1 Studie om finansieringsbehov

Tillväxtanalys rapporterade uppdraget 2010 i form av en promemoria. En slutsats i promemorian var att företag i den kulturella och kreativa sektorn inte har sämre möjligheter att få tillgång till kapital än små och medelstora företag i andra branscher.³⁴

I en annan rapport från Tillväxtanalys görs iakttagelsen att små och medelstora företag i allmänhet uppger andra faktorer än just tillgången till kapital som det viktigaste hindret för tillväxt, även om kapitaltillgången nästan alltid nämns som ett hinder. Av rapporten framgår också att de offentliga aktörer som fördelar riskkapital (bl.a. Almi och Vinnova) står för en liten andel, ca 10 procent, av den totala investeringsvolymen på riskkapitalmarknaden.³⁵

³³ *Kompetensutveckling av kultur- och näringslivsaktörer inklusive hur kulturella och kreativa verksamheter utvecklas samt påverkar utvecklingen av IT och nya medier*, Tillväxtverket, 2013.

³⁴ *Kapitalförsörjningssituationen i kulturella näringar*, pm, 2010, Tillväxtanalys.

³⁵ *Kapitalförsörjningssituationen i små och medelstora företag*, regleringsbrevsuppdrag 3/2010, Tillväxtanalys.

3.6.2 Förbättrad statistik

Tillväxtanalys rapporterade uppdraget i oktober 2009. I rapporten bedömde Tillväxtanalys att ungefär 120 000 personer var sysselsatta inom den kulturella och kreativa sektorn och att ytterligare 80 000 personer hade kulturyrken utan att vara sysselsatta inom sektorn. Således arbetade 200 000 personer med kulturvärdesproduktion. Tillväxtanalys menade dock att uppskattningarna var osäkra. För att få fram mer säkra uppgifter om sektorns omfattning behövde registerdata uppdateras och kvalitetssäkras. Tillväxtanalys föreslog också att begreppet kulturella och kreativa näringar skulle ändras till ”kulturnäringar”.³⁶

Frågan om hur sektorn ska avgränsas och mätas är fortfarande öppen. Som tidigare har nämnts fick Tillväxtverket i augusti 2016 i uppdrag av regeringen att ta fram förslag till statistik på området.³⁷

3.7 Resultat av samverkan mellan näringsliv och kultur

Ett av satsningens tre mål var att öka samverkan mellan den kulturella sektorn och näringslivssektorn.

3.7.1 Kulturmyndigheterna kritiserade samverkan

På uppdrag av regeringen lämnade kulturmyndigheterna 2012 en uppföljningsrapport som hade sammanställts av Riksantikvarieämbetet.³⁸

I uppföljningsrapporten framfördes kritiska synpunkter på samverkan.

- Kulturmyndigheternas roll var underordnad näringslivsmyndigheternas.
- Kallelser och inbjudningar kom i många fall med så kort varsel att kulturmyndigheterna tvingades avstå från att delta.
- Kulturmyndigheternas erfarenheter togs inte till vara i tillräcklig utsträckning när det gäller genomförandet av handlingsplanens insatser.

Kulturmyndigheterna påpekar att flera av dem har relevanta erfarenheter eftersom de arbetar strategiskt med regional utveckling och hade i uppdrag att redovisa myndighetens insatser i förhållande till den nationella strategin för regional konkurrenskraft, entreprenörskap och sysselsättning 2007–2013.

De handläggare som intervjuades på Kulturrådet och som deltog i samarbetet bekräftar kritiken i Riksantikvarieämbetets rapport. Kulturrådet hade mer att bidra med i satsningen än det fick möjlighet till. Kulturrådet har stora kunskaper inom olika kulturområden, såsom litteratur och musik, som inte togs till vara. Det skulle ha varit mer balans mellan kultur och näring i satsningen. Satsningen fick en för stor näringspolitisk slagsida och inriktades mot verksamheter ganska långt från den kulturella kärnan såsom design, mode och

³⁶ *Kulturnäringar i svensk statistik*, Rapport 2009:06, Tillväxtanalys.

³⁷ Regeringsbeslut 2016-07-14, UD2016/12789/FH.

³⁸ *Kulturmyndigheternas arbete med kulturella och kreativa näringar*, Riksantikvarieämbetet, 2012, dnr 301-1835-2012.

teknikföretagande med visst kulturellt innehåll. Företrädare för Kulturrådet ger också andra exempel på att idéer från myndigheten har haft svårt att vinna gehör inom näringspolitiken. I samband med att regeringens satsning påbörjades 2010 lämnade Kulturrådet tillsammans med Filminstitutet ett förslag till Näringsdepartementet om stöd till svensk kulturexport. De fick aldrig något svar på förslaget. Företrädare för Kulturrådet noterar att det är först nu sex år senare som regeringen i sin exportstrategi³⁹ framhåller kulturella och kreativa näringar som viktiga.

3.7.2 Även näringslivsmyndigheterna såg brister i samarbetet

Tillväxtverkets företrädare minns att samarbetet med kulturmyndigheterna inte fungerade som det var tänkt. Representanter från kulturmyndigheterna bjöds in till de olika projekt som myndigheten drev. Kulturmyndigheterna upplevde dock att de hade en underordnad position i samarbetet eftersom de inte bidrog med några egna pengar i satsningen. Tillväxtverkets förväntan var att kulturmyndigheterna skulle bidra med mer aktivitet och engagemang kring hur mäklarfunktionerna skulle utvecklas, men de förväntningarna infriades inte.

Företrädare för Vinnova medger att man inte samrådde särskilt mycket med kulturmyndigheterna när det gäller inkubatorer. En förklaring till det kan enligt företrädare för Vinnova vara att kulturmyndigheterna inte har samma logik, nätverk och kunskaper när det gäller att främja företagande och innovation i kulturella och kreativa näringar som näringslivsmyndigheterna har.

De som drev Tillväxtverkets inkubatorprojekt har också uppfattningen att samarbetet gick trögt. Kulturmyndigheterna hade nog förväntat sig att få ut mer av satsningen, men deras kunskap om kulturella och kreativa näringar och näringspolitik var låg. Samverkan fastnade i ideologiska diskussioner om konstnärlig integritet och kommersialisering i stället för att leda till konkreta projektidéer.

3.7.3 Numera fungerar samarbetet mycket bättre

Företrädare för Kulturrådet anser att samverkan med näringslivsmyndigheterna har blivit bättre efter det att regeringens handlingsplan avslutades. Handlingsplanen läste i viss grad insatserna till näringspolitikens område. Det fanns en viss styrning av vilka branscher som skulle stödjas och hur de skulle stödjas. Även företrädare för Tillväxtverket anser att samarbetet fungerar bra. Nu samarbetar man med Kulturrådet för att det är nödvändigt, inte för att man har fått ett regeringsuppdrag att samarbeta.

Kulturrådet efterlyser ett mer ingående samarbete med myndigheterna på det internationella området. Tidigare fick handläggare på Kulturrådet först i

³⁹ Skrivelse 2015/16:48 *Regeringens exportstrategi*.

efterhand information om initiativ som Utrikesdepartementet (UD) eller Business Sweden hade tagit inom kulturella och kreativa näringar. Genom Team Sweden⁴⁰ förväntas koordinering och samverkan bli bättre. Team Sweden är en satsning som leds av UD. I Team Sweden arbetar man med sex profilområden, bl.a. miljöteknik och kulturella och kreativa näringar. Ett antal myndigheter är samverkansparter i Team Sweden, däribland Tillväxtverket, Vinnova och Svenska institutet. Arbetet är i uppstartsfasen.

3.8 Vilka åtgärder var mest verkningsfulla?

Bland de intervjuade finns inga entydiga uppfattningar om frågan om huruvida vissa delar av satsningen var mer verkningsfulla än andra. Bland några av de intervjuade på Kulturrådet finns uppfattningen att uppbyggnaden av mäklarfunktioner regionalt hade störst betydelse. Det är i regionerna som det kan skapas livaktiga kulturella och kreativa näringar. Man anser också att det inte behövs några kunskapsmanställningar om kulturella och kreativa näringar i dagsläget. Vad kulturella och kreativa näringar är och hur de ska stödjas är känt.

Företrädare för Tillväxtverket pekar på att satsningen som helhet hade stor betydelse för att utveckla kunskapen om kulturella och kreativa näringar både i regionerna och hos de nationella myndigheterna. Företrädare för Tillväxtverket anser vidare att man i större utsträckning än Vinnova vinnlade sig om att lägga in tid för lärande i de åtgärder man ansvarade för. Man gav i något fall konsulter i uppdrag att följa en åtgärd och man anordnade också flera seminarier.

Flertalet av de intervjuade på Vinnova, Kulturrådet och Tillväxtverket framhåller att satsningen genomfördes under alltför kort tid. Även i regionerna fanns och finns en besvikelse över att satsningen på kulturella och kreativa näringar var så kortsiktig. Många verksamheter hade precis kommit igång och börjat bära frukt när satsningen avslutades. Enligt Tillväxtverket tar det tid att få igång en satsning av detta slag. Sedan regeringsbeslutet hade tagits måste myndigheterna enas, utlysningar ordnas, ansökningar prövas, projektmedel betalas ut och uppföljningar göras. Samtidigt är det önskvärt att det finns tid att samla ihop erfarenheter för att kunna dra lärdomar inför nästa projekt. Då är drygt två års tid för att genomföra allt inte tillräckligt.

Att ha tid för att genomföra en satsning är också, enligt Tillväxtverket, väsentligt mot bakgrund av att EU-regler för statsstöd har medfört att handläggningen av näringslivsstöd blivit alltmer byråkratiserad. Mycket tid går åt till att hantera och följa upp utbetalningar, göra ändringar i projekthandlingar m.m. Detta tar tid från det mer väsentliga att följa projektens innehåll och utveckling.

⁴⁰ Team Sweden skapades inom ramen för den nuvarande regeringens exportstrategi (skr. 2015/16:48). I Team Sweden ingår representanter för olika departement, centrala statliga myndigheter och organisationer samt statliga bolag med uppdrag att stödja näringslivets export och internationalisering.

3.9 Vad säger forskning och andra utvärderingar om resultaten av liknande insatser?

Som framgått har satsningen på kulturella och kreativa näringar i stor utsträckning bestått av åtgärder som ska främja företagande och därmed tillväxt. Vinnova och Tillväxtverket har satsat på företagsinkubatorer, designcheckar, mäklarfunktioner mellan bransch och näringsliv och riktade stöd till enskilda initiativ. Almi har bistått med mentorer för de som vill starta eller driver mindre företag inom sektorn. Syftet med flera av åtgärderna har varit att hjälpa verksamheter under en uppstartsfas där det har funnits bra idéer men ont om kapital och kontaktnät i näringslivet för att kommersialisera idéerna. De åtgärder som riktades till kulturella och kreativa näringar är inte nya utan en del av näringslivsmyndigheternas traditionella arsenal av åtgärder som riktas till nystartade företag. Inte heller målsättningen med åtgärderna, nämligen tillväxt, är ny.

Tillväxtanalys har gått igenom såväl svenska som internationella utvärderingar av näringslivsstöd.⁴¹ Myndighetens slutsats är att det är oklart hur effektivt statligt näringslivsstöd är. Här är det viktigt att komma ihåg att oklara effekter inte är liktydigt med att det inte finns några effekter alls. Det betyder bara att man inte kan vara säker på effekterna. Alltså kan slutsatserna inte användas som argument mot att ge stöd. Tillväxtanalys slutsatser baserar sig bl.a. på en sammanställning av studier om innovationsstöd, konsultcheckar (inom ramen för regionala företagsstöd) och företagsinkubatorer.

Det är framför allt Vinnova som har arbetat med innovationsstöd under ett antal år. Tanken är att stödja små företag med riskkapital eftersom det antas att banker eller andra finansieringsinstitut inte vill ta risken att investera även om idén är bra. Vinnovas program Vinn nu är ett exempel. Företagen kan få upp till 300 000 kronor. Pengarna kan användas för att täcka vilka kostnader som helst i företagen, t.ex. förstudier, kartläggningar, utveckling och studieresor. På så vis liknar det s.k. Vinn nu-stödet de stöd som gavs inom ramen för bl.a. satsningen på innovation och design.

Konsultcheckar har delats ut inom Vinnovas satsning på innovation och design i form av s.k. designcheckar till företag som har velat köpa in kompetens på designområdet. Sammantaget finns således likheter mellan de stöd som Tillväxtverket och Vinnova gav till små och medelstora företag i allmänhet och de stöd som gavs inom kulturella och kreativa näringar. Slutsatserna från den forskning och de utvärderingar som gäller vissa av de näringspolitiska stöden bör således kunna vara giltiga även för satsningarna inom kulturella och kreativa näringar.

⁴¹ *Tillväxt genom stöd*, Tillväxtanalys, 2015.

3.9.1 Oklara effekter av innovationsstöd⁴²

Vinn nu-stödet har utvärderats i såväl kvalitativa som kvantitativa studier. I den kvalitativa studien har mottagarna av stöden intervjuats. Enligt dessa har stödet i många fall varit helt avgörande för att projekten ska komma igång. Projekten har också kunnat inledas tidigare än planerat alternativt avslutats tidigare än det var tänkt. Tillväxtanalys menar dock att det finns en risk för s.k. positiv bias när stödmottagare tillfrågas. Stödmottagare har en tendens att skönmåla effekterna och står dessutom i beroendeförhållande till stödgivaren. I den kvantitativa studien jämfördes två grupper av företag som hade ansökt om Vinn nu-stöd – de som fått stöd och de som fick avslag på sina ansökningar i sista bedömningsomgången. Det kunde inte iaktas några signifikanta skillnader när det gäller överlevnad och förändring av omsättningen mellan de företag som fick stöd respektive de som inte fick. Utvärderingar av liknande stöd i andra länder har inte heller kunnat påvisa några tydliga resultat.

Tillväxtanalys menar också att det kan vara svårt att se långsiktiga effekter av ett så pass litet stöd som Vinn nu-stödet. Många faktorer påverkar utfallet av ett företags resultat.

3.9.2 Konsultcheckar har använts, men med osäkert resultat

I Sverige har en del av det regionala stödet getts som konsultcheckar som har kunnat användas av företag för att köpa in kompetens i produktutveckling, marknadsföring eller kompetensutveckling. När kontrollgruppen utgjorde alla de företag som inte hade fått konsultcheckar sågs en positiv effekt i form av ett ökat förädlingsvärde. Men om kontrollgruppen ändras till liknande företag som även de har visat en vilja att investera i t.ex. marknadsföring kan ingen effekt av checkarna iaktas.

Andra utvärderingar har dock visat på positiva effekter av liknande checkar, i detta fall s.k. utvecklingscheckar. I en konsultrapport visas att Tillväxtverkets satsning på checkar till företag inom vård- och omsorgssektorn har bidragit positivt till företagens utveckling, vilket har skapat förutsättningar för bestående effekter på företagens omsättning och konkurrenskraft.⁴³

3.9.3 Riksrevisionen kritiserar stöd till innovation och företagande

Riksrevisionen har nyligen granskat bl.a. Vinnovas båda program Vinn nu och Forska & väx. Vinn nu har beskrivits ovan. Medel från Forska & väx kunde bl.a. användas för att utreda marknadsförutsättningar eller för att ta fram en första version av en tjänst.

⁴² Avsnitt 3.9.1 och 3.9.2 är baserade på Tillväxtanalys *Tillväxt genom stöd*, 2015, där inget annat anges.

⁴³ *Pilotprogrammet för utvecklingscheckar inom hälsa, vård och omsorg samt kulturella och kreativa näringar – slututvärdering*, Ramböll, 2013.

Riksrevisionen konstaterar att de granskade stöden har som mål att skapa tillväxt. Att stöden verkligen har skapat tillväxt har dock inte kunnat bevisas i effektutvärderingar. Ofta kan man se resultat på kort sikt, vilket innebär att pengarna används till det de varit avsedda för och att verksamheter kommer igång tack vare pengarna. De stödgivande myndigheterna, såsom Vinnova, menar att stöden har effekter, men att dessa effekter inte alltid låter sig fångas upp i de utvärderingar som genomförs. Till exempel kan ett nystartat innovativt företag som har varit framgångsrikt köpas upp av ett annat företag i vilket det sedan uppstår tillväxt. Riksrevisionen menar ändå att stöden kan göra nytta, t.ex. genom att kunskapsnivån höjs i branscher som har fått stöd (ökat humankapital).⁴⁴

3.9.4 Offentliga satsningar på kulturella och kreativa näringar har utvärderats på nordisk nivå

Under 2008–2015 drevs ett program för kulturella och kreativa näringar (Kreanord) inom ramen för Nordiska rådet. Programmet innehöll flera åtgärder som liknade regeringens handlingsplan, bl.a. stöd för att upprätthålla nätverk för samarbete och entreprenörskap i kulturella och kreativa näringar. Den årliga budgeten för programmet uppgick till ca 6 miljoner danska kronor (ca 8 miljoner svenska kronor i dagens penningvärde).

I en konsultrapport visas att den största nyttan med programmet var att myndigheter och departement i de nordiska länderna kunde samlas kring frågor om kulturella och kreativa näringar. Genom samarbetet har policyutvecklingen kring kulturella och kreativa näringar kunnat stärkas i det egna landet. Den exakta graden av påverkan som Kreanord hade på ländernas arbete går dock inte att mäta. Av konsultrapporten framgår även att Kreanords breda mål gjort det mycket svårt att bedöma resultat och effekter av programmet i sin helhet.⁴⁵

3.10 Sammanfattande iakttagelser

3.10.1 Regionerna är inte lika aktiva i dag

Vid tidpunkten när handlingsplanen avslutades hade alla regioner en strategisk plan för hur de skulle arbeta med kulturella och kreativa näringar. Denna uppföljning hösten 2016 och andra aktuella uppföljningar visar att det är uppskattningsvis 7–8 regioner som arbetar aktivt med att främja kulturella och kreativa näringar. Det bör noteras att kulturella och kreativa näringar nämns i så gott som samtliga regionala kulturplaner. Där trängs frågorna dock med en mängd andra initiativ som regionerna vill genomföra inom ramen för kultursamverkansmodellen.

⁴⁴ *Statliga stöd till innovation och företagande*, Riksrevisionen 2016:22.

⁴⁵ *Utvärdering av KreaNord*, Nordiska ministerrådet 2015.

3.10.2 Innovation och design fick stor spridning men läget i dag är oklart

Vinnovas utlysning av medel möttes av ett stort intresse. Det var betydligt fler som sökte än som fick pengar, vilket antyder att området var väl valt i regeringens handlingsplan. Samtidigt bedöms att många av företagen som fick pengar inte helt tydligt hörde hemma i den kulturella och kreativa sektorn. Denna uppföljning som gjordes hösten 2016 visar att en del av de verksamheter som Vinnova satsade på, t.ex. designcheckar, sommardesignkontor och resebidrag inte längre finns kvar.

3.10.3 Svårt att se resultat av kunskapsproduktion

Trots ansträngningar har det inte gått att få information om hur resultatet från de två kunskapsproducerande uppdragen som finansierats särskilt inom ramen för satsningen har använts. I båda uppdragen (ledarskap och organisation samt rådet) producerades dock två slutrapporter som finns tillgängliga på internet. I genomförda intervjuer är det få som kan påminna sig om rådets aktiviteter eller minnas de två slutrapporterna. Flera av de intervjuade menar dessutom att det i dagsläget inte behövs några kunskapssammanställningar om vad kulturella och kreativa näringar är. Man vet hur näringen ser ut och hur den ska stödjas.

3.10.4 Satsningen på utbildning i entreprenörskap var lyckad

De konsthögskolor som medverkade bedömde insatsen som bra, särskilt när den kom att inrikas på frågor om elevernas framtida yrkesroll och försörjning. Uppföljningen visar att den helt övervägande delen av de konsthögskolor som deltog i satsningen 2010–2012 fortfarande har kvar entreprenörskap som en del av utbildningen. Om det enbart var statens satsning 2010–2012 som bidrog till att det i dag finns utbildningar om entreprenörskap är dock inte klart. Inslag av entreprenörskap fanns i konstnärliga utbildningar även innan regeringens handlingsplan genomfördes.

3.10.5 Samverkan mellan näringslivs- och kulturmyndigheter förbättrades först efter satsningen

Ett av satsningens mål, nämligen ökad samverkan, uppnåddes inte fullt ut inom ramen för satsningen. Däremot finns tecken på att samverkan har förbättrats betydligt efter det att satsningen avslutades. Det gäller särskilt mellan Tillväxtverket och Kulturrådet som nu har ett systematiskt och regelbundet samarbete om kulturella och kreativa näringar.

Under den tid satsningen pågick kände sig kulturmyndigheterna underordnade näringslivsmyndigheterna. Man menade även att den kunskap om näringarna som fanns inom kulturmyndigheterna inte togs till vara i de satsningar

som drevs genom handlingsplanen. Näringslivsmyndigheterna anser inte heller att samarbetet fungerade som det var tänkt; bl.a. var det svårt att få konkreta projektidéer från kulturmyndigheterna.

3.10.6 För kort tid för genomförandet av handlingsplanen

I flertalet intervjuer framförs att en satsning av det slag som handlingsplanen kräver tid att genomföra. Myndigheterna måste komma överens om innebörden av regeringsuppdragen, projekten utformas, utlysningar av projektmedel genomförs, ansökningar prövas samt projektmedel utbetalas och följas upp. Tre år anses vara en för kort tid för att projekten ska kunna etableras och för att de utbetalande myndigheterna ska kunna lära sig något. Det finns en besvikelse hos såväl myndigheter som regioner över att regeringens satsning var så kortsiktig.

3.10.7 Delade meningar om effekter av näringslivsstöd

Många av de stöd som getts inom ramen för handlingsplanen liknar andra stöd som Vinnova och Tillväxtverket ger till företagande i andra branscher för att skapa tillväxt. Tillväxtanalys har gått igenom tillgänglig forskning och utvärderingar på området. Deras slutsats är att det inte går att se om stöden har haft effekt på tillväxten. Andra utvärderingar har visat positiva effekter av vissa näringslivsstöd, t.ex. utvecklingscheckar. Det råder således delade meningar om stödets effekter på tillväxten. Att effekterna är oklara är dock inte liktydigt med att stöden inte har någon effekt alls. Riksrevisionen kommer fram till en liknande slutsats i en granskning som publicerades hösten 2016. Riksrevisionen anser att det går att se resultat av stöden på kort sikt, pengarna används som avsett och företag kommer igång. Det kan också finnas mer svårsmåttade långsiktiga effekter såsom att kunskapsnivån ökar i en bransch som har fått stöd.

Både givare och mottagare av stöden framhåller att stöden har effekter men att de inte alltid fångas upp i de utvärderingar som görs.

4 Fördjupad uppföljning av inkubatorer

I detta kapitel redovisas en fördjupad uppföljning av Tillväxtverkets och Vinnovas satsningar på inkubatorer. Denna del av uppföljningen går här lite längre ut i effektkedjan och fördjupar sig mer i verksamheterna än vad som är fallet i kapitel 3.

En inkubator är en fysisk plats där nystartade verksamheter samlas och utvecklas. Enligt den definition som branschorganisationen Sisp (Swedish Incubators and Science Parks) använder erbjuder en inkubator en dynamisk process för utveckling av människor, affärer och företag. Inkubatorn bistår entreprenörer med aktivt och anpassat ledningsstöd, finansiella, tekniska och kommersiella nätverk samt en kreativ tillväxtmiljö med tillhörande kontorservice.

En inkubator ska ha en omsättning av företag. Inkubatorn rekryterar nya företag, låter deras idéer växa tills verksamheten blir självbärande och därmed mogen för marknaden, samtidigt som nya företag rekryteras. Målsättningen är att löpande ha ett antal företag i inkubatorn.

4.1 Åtgärdens syfte och finansiering

Enligt regeringsbeslutet skulle satsningen främja innovationer inom kultur och konstnärlig verksamhet. Dessa innovationer skulle kunna vidareutvecklas till nya tillväxtföretag. Man skulle också ta till vara kulturell och konstnärlig kompetens inom inkubatorer och därmed skapa en större bredd i inkubatorsystemet. Uppdraget skulle genomföras i samråd med kulturmyndigheterna.⁴⁶

Vinnova och Tillväxtverket genomförde en gemensam utlysning av de beviljade medlen till inkubatorer.

De beviljade medlen på totalt 9,1 miljoner kronor⁴⁷ delades mellan Vinnova (4,6 miljoner, varav 130 000 kronor från egna medel) och Tillväxtverket (4,5 miljoner kronor, varav 1,5 miljoner kronor från egna medel). Samtliga inkubatorer fick utöver den statliga finansieringen också medel från regioner och/eller kommuner. I Vinnovas fall bidrog exempelvis Västra Götalandsregionen med 1,5 miljon kronor till satsningen på spelinkubatorn⁴⁸ och med knappt 1 miljon kronor till modeinkubatorn.⁴⁹ I Tillväxtverkets fall uppgick medfinansieringen till knappt 2,7 miljoner kronor.

⁴⁶ Regeringsbeslut 2010-12-16, N2009/8901/ENT (delvis).

⁴⁷ Vinnova beviljades även 2009 2 miljoner kronor för att påbörja ett pilotprogram för inkubatorer inom kulturella och kreativa näringar. Pilotsatsningen innehöll två större aktiviteter, spelinkubatorn och ett projekt i Innovationsbrons regi med fysisk hemvist i inkubatorn Minc i Malmö. Spelinkubatorn följs upp här i kapitel 4 och Minc i kapitel 3. De medel som fördelades till nämnda inkubatorer i satsningen 2009 följs dock inte upp särskilt annat än som en del i vidareutvecklingen av inkubatorerna som skedde med hjälp av medel från regeringens satsningar på inkubatorer från 2011 och framåt.

⁴⁸ The Game Incubators slutrapport till Vinnova, dnr 2011-04002.

⁴⁹ Mejl från modeinkubatorn 2016-11-14.

I praktiken förbrukades inte alla beviljade medel av inkubatorerna. Enligt Vinnovas slutrapport förbrukades 3,5 miljoner kronor av de två inkubatorer som fick stöd. Vinnova beviljade också medel till andra satsningar inom ramen för inkubatorprogrammet. Enligt Tillväxtverket förbrukade de inkubatorer som fick stöd knappt 4 miljoner kronor.⁵⁰ Resterande medel användes bl.a. till konsultuppdrag för att följa upp satsningen.

4.2 Genomförda aktiviteter

Projektet bestod av tre delar. Vinnova gav stöd till specialiserade inkubatorer inom spelutveckling respektive mode men genomförde även specifika satsningar gentemot modeindustrin. Tillväxtverket ansvarade för att ge bidrag till pilotprojekt för inkubatorer som tog emot företag inom ett brett spektrum av kulturella och kreativa näringar.

4.2.1 Vinnova satsade på nischade inkubatorer⁵¹

Vinnova fördelade ca 4,6 miljoner kronor till ett antal olika projekt. 3,5 miljoner kronor riktades till de nischade inkubatorerna. Av sju ansökningar valde Vinnova ut två.

- En modeinkubator i Borås fick 2 miljoner kronor för att hjälpa befintliga och nystartade företag inom mode- och textilindustrin att etablera sig.
- En inkubator för dataspel fick 1,5 miljoner kronor för att hjälpa spelutvecklare att etablera sig på spelmarknaden.

Därutöver satsade Vinnova på tre särskilda projekt med koppling till modebranschen.

- Svenska Moderådet fick 330 000 kronor för att bistå med arrangemang kring tillfälliga affärslokaler, s.k. Pop-up stores, där nystartade modeföretag kunde ställa ut sina kläder.
- Modeindustrins branschorganisation (Association of Swedish Fashion Brands) fick 600 000 kronor för att ta fram branschstatistik.
- Textilhögskolan i Borås fick 200 000 kronor för att visa vad deras forskningsresultat kunde användas till i modebranschen.

4.2.2 Tillväxtverket satsade på inkubatorer med olika inriktning

Efter en utlysning av medel i juni 2011 fick Tillväxtverket 22 ansökningar varav 6 inkubatorer valdes ut. I utlysningen riktade sig myndigheten till etablerade inkubatorer. Syftet med utlysningen var att utveckla nya affärsmodeller i etablerade inkubatorer och bredda den befintliga verksamheten i inkubatorn

⁵⁰ Mejl från Tillväxtverket 2016-11-10.

⁵¹ Slutrapport för uppdrag avseende fortsatt utveckling av inkubatorer, företagshotell och liknande som är anpassade för kulturella och kreativa näringar, Vinnova, 2013, dnr 2011-00001.

med kompetens från kulturella och kreativa näringar. Cirka 4 miljoner kronor användes för ändamålet.

De inkubatorer som fick stöd var

- Alexandersoninstitutet/Cred: Remix. Inkubatorn arbetade bl.a. med besöksnäringen i Halland.
- Ideon Innovation i Lund för The Creative Plot. Inkubatorn erbjöd främst plats till forskningsbaserade teknikprojekt.
- Movexum: Residence 1. Inkubatorn hade fokus på teknik- och tjänsteutveckling.
- Science Park Jönköping AB: The challenge. Inkubatorn var främst inriktad på teknik- och tjänsteutveckling.
- Transit Kulturinkubator: Ny affärsutvecklingsmodell för kulturinkubatorer. Transit bygger sin verksamhet på konstnärlig grund.
- Uminova Innovation: Expression. Erbjud i normalfallet främst platser till forskningsbaserade teknikprojekt.⁵²

4.3 Myndigheternas redovisade resultat 2012–2013

4.3.1 Vinnovas stöd till inkubatorerna främjade innovationerna

I sin slutredovisning bedömer Vinnova att stödet till inkubatorerna främjade innovationer inom kultur och konstnärlig verksamhet. Inkubatorerna tillvaratog också kulturell och konstnärlig kompetens. Vidare har inkubatorerna blivit bättre på att ta sig an företag i den kulturella och kreativa sektorn. Vid tiden för slutrapporten fanns det, enligt Vinnova, 42 företag knutna till inkubatorerna.

Pop-up stores blev en framgång eftersom man fick in fler intresseanmälningar än vad man hade tänkt sig från början. Insatsen utvidgades därför till att omfatta fler deltagare.

Kunskapspridningen sköttes av Textilhögskolan i Borås. Ett antal seminarier genomfördes.

När det gäller de inkubatorer som Vinnova satsade på anser den intervjuade företrädaren från myndigheten att dessa redan var etablerade när stöden beviljades. Vinnova hade mest kontakt med modeinkubatorn och mindre kontakt med spelinkubatorn.

4.3.2 Tillväxtverkets satsning ledde till ny kunskap

Bland de prestationer som Tillväxtverket redovisar kan nämnas att Transit Kulturinkubator tog fram en affärsutvecklingsmodell kallad ”organisk processmetod” (OPM) som man fortfarande använder sig av. Ideon Innovation arbetade med fem företag inom kulturella och kreativa näringar. Alexander-

⁵² *Inkubatorer för kulturella och kreativa näringar*, Tillväxtverket, 2013, dnr 012-2011-0002.

soninstitutet/Cred utvecklade affärsmodeller som kunde användas när man arbetade med nystartade företag. Movexum hade inga tydliga resultat att presentera. Science Park Jönköping hade kommit igång med nätverk gentemot kulturella och kreativa näringar, men ännu inte startat något konkret projekt. Uminova hade inte heller några konkreta resultat att rapportera, mer än att man hade fått ett beslut om att få ha en inkubator som hade fokus på kulturella och kreativa näringar.

Enligt Tillväxtverket har satsningen framför allt lett till ökad kunskap bland de deltagande inkubatorerna om hur man kan stötta företag i kulturella och kreativa näringar. Deltagarna i projekten var på ett allmänt plan nöjda med deltagandet och inkubatorernas erbjudanden. Deltagarna fokuserade på att öka sin omsättning. Ungefär en tredjedel tror på nya affärer och en ökad omsättning.⁵³

4.4 Konsultbolag visar på otydliga resultat

Ett konsultbolag hade i uppdrag att följa arbetet i de inkubatorer som Tillväxtverket satsade på. Av den rapport som konsulten lämnade framgår att de tjänster som de valda inkubatorerna erbjöd företagen inom kulturella och kreativa näringar skilde sig en del från de tjänster som inkubatorer normalt erbjöd.⁵⁴

4.4.1 Få företag lokaliserades till inkubatorn

En grundidé med inkubatorer är att företagen ska finnas i samma lokaler som inkubatorn eftersom de personliga och regelbundna kontakterna mellan de olika företagen i inkubatorn antas leda till en bättre utveckling av idéer.

Det var endast två av de inkubatorer som fick stöd av Tillväxtverket – Transit och Ideon – som erbjöd en fysisk arbetsplats för de företag som deltog i satsningen. I övriga fall var företagen hänvisade till ”mobila lösningar”, dvs. inkubatorerna erbjöd möten med företagen på andra platser än där inkubatorn hade sin hemvist.

4.4.2 Urvalen av företag gjordes brett

Inkubatorerna var inte heller lika noga som de brukar vara i sina val av företag att samarbeta med. I regel är inkubatorerna noga med att välja ut företag som passar inkubatorns profil och som har möjlighet att växa och kommersialisera verksamheten på sikt. Inkubatorerna i Tillväxtverkets satsning har i stället riktat sig brett till verksamheter som omfattas av begreppet kulturella och kreativa näringar och inte nödvändigtvis till verksamheter med enbart tillväxtambitioner.

⁵³ *Inkubatorer för kulturella och kreativa näringar*, Tillväxtverket, 2013, dnr 012-2011-0002.

⁵⁴ *Pilotsatsningen på inkubatorer i kulturella och kreativa näringar – utvärdering*, Ramböll, februari 2013.

4.4.3 Företag i kulturella och kreativa näringar har samma behov som andra mindre företag

Företrädarna för inkubatorerna var i stort sett eniga om att små företag, oavsett bransch, möter liknande utmaningar. Det handlar om att komma igång, få tillgång till nätverk och kapital, göra en affärsplan etc.

Det stöd som inkubatorerna gav till företagen i de kulturella och kreativa näringarna skilde sig inte från det stöd man ger företag i andra branscher. Det handlade om utbildningar i bl.a. ekonomi och avtalsjuridik, kartläggning av målgruppen och rådgivning om hur den tjänst man tillhandahåller kan utformas för att bli attraktiv för marknaden.

4.4.4 Sättet att kommunicera med företagen kan dock variera

Vissa av inkubatorerna hade svårt att nå företag bland de kulturella och kreativa näringarna. En förklaring bedömdes vara att budskap om t.ex. ”att göra affärer” och ”att växa” kan ha skrämt bort vissa företag. Om det alltför affärs-mässiga hade tonats ned i kommunikationen med företagen hade det enligt konsultrapporten varit enklare att kommunicera.

4.4.5 Mest kortsiktiga insatser

Inkubatorernas insatser gentemot företagen var i huvudsak kortsiktiga. Det fanns dock vissa skillnader i de tjänster som erbjöds. Movexum och Jönköping Science Park förmedlade kunskap främst genom föreläsningar och workshoppar och i viss mån även i form av enskild rådgivning. Expression i Umeå och Cred i Halland hjälpte främst till med att utforma affärsidéer och träffade då i huvudsak de involverade företagen under en kort tid i utvecklingsprocessen. Ideon i Lund arbetade däremot mer traditionellt med ett långsiktigt engagemang och med företagen lokaliserade till Ideon.

För att genomföra satsningen på kulturella och kreativa näringar hade flertalet inkubatorer, med undantag för den som fanns i Umeå, knutit till sig särskild kompetens inom kulturella och kreativa näringar, antingen externt eller genom att anställa.

4.5 Inkubatorernas redovisade resultat 2012–2013

Framställningen nedan bygger på de återrapporteringar som inkubatorerna lämnade till Tillväxtverket respektive Vinnova samt på kontakter via mejl och några intervjuer med företrädare för inkubatorerna.

4.5.1 Ideon – The Creative Plot var nöjda

Inkubatorn arbetade med fem företag under 2011–2013. Företagen var små, och totalt involverades nio personer från företagen i inkubatorn. Företagen företrädde verksamheter som design, mode och event.

Företrädare för inkubatorn ansåg att de mål som hade satts upp för projektet hade nåtts. Utöver de fem företag som man arbetade med i själva inkubatorn byggde man dessutom ut verksamheten med rådgivning till ytterligare ca 15 företag som stod utanför inkubatorn men som tillhörde kulturella och kreativa näringar. Företagen i inkubatorn har vart och ett fått ca 30 timmars särskild coaching. Därutöver har personal i inkubatorn bl.a. stöttat företagarna vid besök hos leverantörer, med workshoppar om gräsrotsfinansiering (crowdfunding) och med olika seminarier.⁵⁵

Företrädare för The Creative Plot inom Ideon menar att stödet till inkubatorn var helt avgörande för att få in kulturella och kreativa företag i inkubatorn. Innan stödet fanns inga sådana företag inom Ideon.

4.5.2 Nya arbetsprocesser vid Alexandersoninstitutet – Cred: Remix

Enligt institutets slutrapport deltog tolv företag i inkubatorn. Dessa var verkssamma inom bl.a. foto, restaurang, event, trycksaksproduktion och uthyrning av scenutrustning. Företagen var i regel små och hade en till två anställda.

Syftet med stödet från Tillväxtverket var att utveckla inkubatorns förmåga att ta in och vidareutveckla företag från de kulturella och kreativa näringarna i inkubatorn. Projektet tog fram arbetsredskap för uppsökande verksamhet, för att utveckla nya affärsmodeller, för såddfinansiering samt ett prototypplabb. Inkubatorn byggde nätverk, coachade ett antal företagare, ordnade möten, hjälpte företag att söka finansiering m.m. De deltagande företagen var olika mycket involverade i Creds verksamheter – allt från lite längre samarbeten till att enbart delta i vissa möten.

Enligt Creds slutrapport var projektet lyckat. Cred etablerade nya kontakter och utvecklade nya arbetsprocesser som inkubatorn kommer att ha nytta av även framöver.⁵⁶

4.5.3 Uminova Expression satsade på designföretag

Syftet med projektet var att undersöka hur designprocessen kunde användas för att utveckla nya produkter och tjänster. I det ingick också att ta till vara konstnärlig kompetens i inkubatorn och att öka Uminovas kunskaper om affärsutveckling i kulturella och kreativa näringar. Projektet pågick mellan 2011 och 2013. I projektet deltog elva företag. Nästan alla företag jobbade antingen med design eller mode. Alla företag var enmansföretag. Flertalet påbörjade sin verksamhet i samband med deltagandet i inkubatorn.

I sin slutrapport skriver Uminova att ett femtiotal idéer bearbetades och att nio företag startades till följd av aktiviteter i inkubatorn.⁵⁷ De deltagande företagen fick tillgång till workshoppar, inspirationsseminarier, matchning mellan

⁵⁵ Slutrapport från Ideon innovation, inkom till Tillväxtverket 2013-10-17.

⁵⁶ CRED slutrapport, januari 2013.

⁵⁷ Uminova slutrapport, 2013-05-29.

företag i inkubatorn och andra företag på marknaden samt deltagande på mäs-sor och konferenser. För att driva projektet anställdes en person på deltid. En effekt av projektet var att det lades en grund för en ny inkubator på Umeå universitets konstnärliga campus. Denna inkubator, Uminova Expression, bildades 2014.

4.5.4 Jönköping Science Park bidrog till företagsstarter

Målen för projektet var att synliggöra företagare inom kulturella och kreativa näringar samtidigt som man ville bidra till en tydligare affärsmässighet i de företag man samarbetade med. Inkubatorn gav stöd till åtta företag inom bl.a. design, event, illustration och digital produktion.

Stödet bestod bl.a. av utbildningsresor till USA och Storbritannien, frukostmöten med föreläsare som på olika sätt hade koppling till kreativa näringar och viss utbildning samt coaching. I sin slutrapport skriver inkubatorn att man har bidragit till att starta två företag.⁵⁸

4.5.5 Movexum drog nya lärdomar

Det första året ordnade Movexum tio workshoppar där inbjudna företagare från kulturella och kreativa näringar fick delta i kreativa övningar för att utveckla företagets affärskommunikation. Det första årets arbete fick en del kritik av de deltagande företagen. Det andra året ordnades därför mer traditionell coaching kring tre teman – affärsmannaskap, prisbilder och internationalisering samt kulturella och kreativa nätverksstrategier.

Movexum redovisar de lärdomar som inkubatorn har dragit, t.ex. att de företag som deltog i inkubatorn kom från vitt skilda branscher, men att seminarier och coaching ledde till att några av företagen som tidigare inte hade samarbetat påbörjade ett samarbete.⁵⁹

16 företag deltog i större eller mindre omfattning i de aktiviteter som Movexum anordnade. Företagen representerade kulturell och kreativ sektor i bred bemärkelse. Här fanns bl.a. trädgårdsdesign, teater, konsthantverk, gallerier, textproduktion och företag inom hälsa och livsstil.

4.5.6 Transit Kulturinkubator renodlade sin verksamhet

15 entreprenörer tillika utövande konstnärer deltog i inkubatorn. Företrädda konstarter var främst dans och film, men det fanns också några skådespelare. Konstnärerna fick verka i inkubatorn under två års tid.

Syftet med projektet var att ta fram ett bättre stöd för entreprenörer med ett konstnärligt yrke. Transit har som mål att hjälpa konstnärer att utveckla ekonomiskt och konstnärligt bärkraftiga verksamheter. Inkubatorn tog fram en arbetsprocess kallad OPM (organisk processmetod) som stöder målet att

⁵⁸ Slutrapport från Jönköping Science Park, inkommen till Tillväxtverket 2013-07-01.

⁵⁹ Slutrapporter från Movexum till Tillväxtverket 2013-05-31 och 2013-09-05.

utveckla både konstnärligt och ekonomiskt bärkraftiga verksamheter. I sin slutrapport bedömer Transit att målen med projektet uppnåddes. I rapporten understryks att traditionella modeller för inkubatorer som fokuserar på tillväxt inte fungerar på ett konstnärskap. Det konstnären tillhandahåller är inte skalbart på samma sätt som en produkt eller tjänst som kan mångfaldigas med ungefär samma innehåll. Det råder dock ingen motsättning mellan att vara entreprenör och konstnär. Konstnären är van vid att driva egna projekt, att finna sitt eget verksamhetsområde och att utforska sitt värde.⁶⁰

Företrädare för Transit framhåller att bidraget från Tillväxtverket hade stor betydelse för att utveckla OPM. OPM var inte bara viktig för att stödja utvecklingen hos de konstnärer som fanns i inkubatorn utan också för att utveckla Transits erbjudande. Genom processen kunde man renodla sin verksamhet och nischa sig mot konstnärer. Processen har också en potential att vara en intäktskälla för Transit då flera andra inkubatorer och liknande verksamheter har visat intresse för den.

4.5.7 The Game Incubator hjälpte nytexaminerade

Inkubatorn The Game Incubator hade som mål att hjälpa främst nytexaminerade studenter att komma igång med företagande inom dataspelsbranschen. Inkubatorn bistod bl.a. med affärsstöd, juridik, export- och teknikstöd.

De resultat som inkubatorn rapporterar är bl.a. att uppemot 30 bolag medverkade under perioden 2011–2013, en handfull av dem har avvecklats och fem bolag har startats. Antalet anställda i de medverkande företagen var 172 vid utgången av 2012.⁶¹ Enligt projektledaren för inkubatorn är det exakta antalet företag vid utgången av 2013 svårt att ange eftersom en del företag var inne på sitt sista år i inkubatorn, några var nyantagna och andra hade slagits ihop. Projektledaren uppskattar antalet företag till 17 stycken vid utgången av 2013. Under 2012 och 2013 resulterade inkubatorns verksamhet i att sex bolag lämnade inkubatorn för att verka på marknaden.⁶²

4.5.8 Modeinkubatorn avgränsade målgruppen

Syftet med projektet var att bilda en nationell modeinkubator i Borås. Av inkubatorns slutrapport som lämnades i början av 2014 framgår att den då fortfarande befann sig i uppstartsfasen. De aktiviteter som rapporterades var en genomförd förstudie och planerade aktiviteter såsom att identifiera samarbetspartner och företagare som kunde ingå i inkubatorn.⁶³

Enligt företrädare för modeinkubatorn i Borås tog det tid att utveckla de sökprocesser och den metodik man ville ha för att få fram bärkraftiga företag med tillväxtpotential. Inkubatorn samarbetade med en del företag under 2011–

⁶⁰ Rapport, *organisk processmetod – om konstnärskap och entreprenörskap*, Transit Kulturinkubator, januari 2013.

⁶¹ Slutrapport till Vinnova, dnr 2011-04002, 2013.

⁶² Mejl från The Game Incubator 2016-11-10.

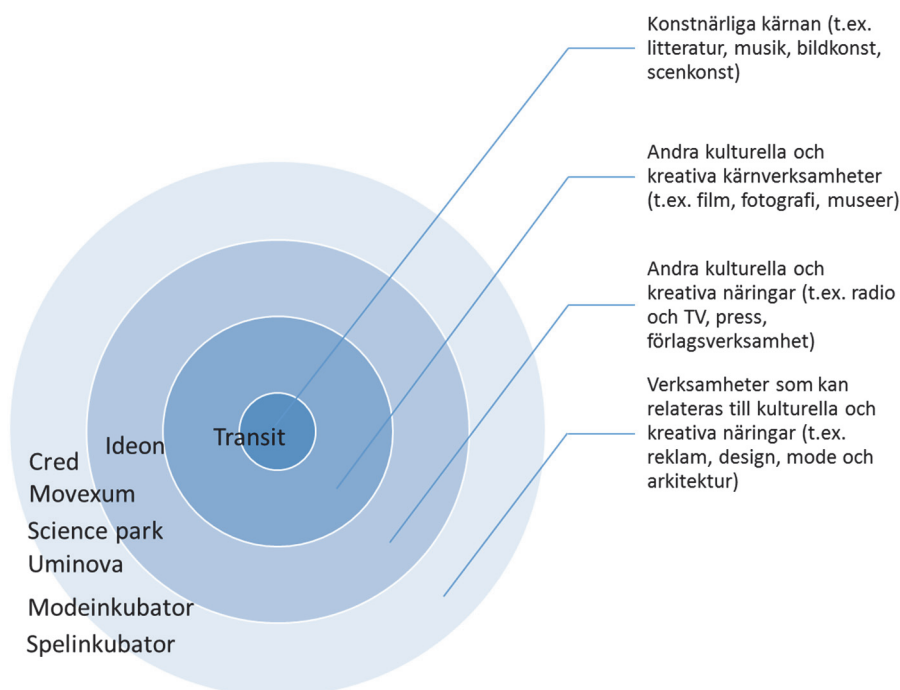
⁶³ Modeinkubatorns slutrapport till Vinnova, dnr 2011-04005, 2014.

2012, men dessa var inte representativa för den typ av företag man nu arbetar med. Det var först under 2013 och i viss mån i slutet av 2012 som man skrev avtal med de 16 företag som lämnat inkubatorn och nu finns på marknaden. Dessa företag arbetar främst inom kläddesign med egna märken som säljs via olika återförsäljare. Det finns också några företag som arbetar med skor, textilier respektive silversmycken. De företag som inkubatorn samarbetade med hade tillgång till lokaler, bl.a. syateljé och kontorsytor.

4.5.9 Flertalet inkubatorer nära marknaden

Den ambition som fanns i regeringsuppdraget att uppnå en bredd i inkubator-systemet är i stort sett uppnådd. Som framgår av figur 9 nedan finns en spridning vad gäller vilken typ av företag som inkubatorerna samarbetade med. Inkubatorerna har samarbetat med företag över hela spektrumet av kulturella och kreativa näringar, från företagande i den kulturella kärnan, t.ex. dans, till företag i periferin som ligger närmare marknaden, exempelvis spelutvecklare.

Figur 9 Inkubatorerna i de kulturella och kreativa näringarna



Var inkubatorerna verkade i förhållande till den kulturella kärnan är givetvis en bedömningsfråga. En del inkubatorer som Ideon och Movexum har företag både nära och längre ifrån den kulturella kärnan. Inkubatorernas inplacering i

diagrammet är således en sammanvägning av de olika företagens inriktning. Helt klart är att Transit uteslutande arbetar nära den kulturella kärnan och att merparten av inkubatorerna arbetar med företag som enligt Throsbys definition kan ”relateras till kulturella och kreativa näringar” såsom design och mode. Flertalet inkubatorer arbetar således med företagande som ligger närmare marknaden.

4.6 Läget hösten 2016

Sekretariatet har intervjuat ansvariga projektledare vid både Vinnova och Tillväxtverket. De som arbetade med projekten på myndigheterna har inte kunskap om resultatet av stödet till inkubatorerna och företagen på lång sikt, dvs. hösten 2016. Pengarna som delades ut var rätt små i sammanhanget eftersom inkubatorerna också finansierades av andra parter och för att stödet bara gavs under två år. Företrädare för Tillväxtverket menar att behovet av tid för myndigheternas och andra involverade aktörers lärande av projekten ofta förbises när projektens tidsramar och resurser beslutas av regeringen. Handläggarna betalar ut bidrag, följer upp vid projektets slut och går sedan vidare till nya uppdrag.

För att få en uppdaterad bild ställde sekretariatet vissa frågor via mejl och telefon till inkubatorerna. Sekretariatet har också sökt på internet för att få en uppdaterad bild av vad som har hänt med de verksamheter som fick stöd 2010–2012.

4.6.1 Vinnovas satsningar lever vidare

Pop-up stores som drevs av Svenska Moderådet verkar främst ha varit aktivt under 2012 och 2013 att döma av en sökning på webben. Moderådet är dock aktivt på andra sätt och har bl.a. ett stödprogram för unga talanger.

Statistik om modebranschen har producerats även fortsättningsvis. Den senaste statistiken publicerades 2016 i Tillväxtverkets regi. Företrädare för modeinkubatorn i Borås framhåller att statistiken är viktig för att visa på modebranschens betydelse för den svenska ekonomin.

Spelinkubatorn hjälper företagen att marknadsföra sig

The Game Incubator är aktiv. Inkubatorn erbjuder lokaler, teknik och rådgivning. Enligt webbplatsen finns 23 spelutvecklingsföretag i inkubatorn.⁶⁴ Inkubatorn finns i Skövde och är en del av det större Gothia Science Park. Västra Götalandsregionen, Vinnova och Tillväxtverket finns bland de knappt tio aktörer som stöder verksamheten. Marknadsföring av företagen i inkubatorn är prioriterat. Årligen genomförs 3–4 säljresor med de inkuberade företagen. Företagen kan då träffa andra aktörer i branschen och sälja in sina idéer.

⁶⁴ www.gsp.se/sve/tgi.

Modeinkubatorn specialiserar sig

I inkubatorn finns i dag tolv företag. Inkubatorn är Sveriges enda renodlade modeinkubator och är öppen för alla som vill starta och driva företag i branschen. Man erbjuder bl.a. produktionsstöd, kommersiella nätverk och en tillväxtmiljö med tillhörande kontorservice, ateljé och maskinpark. Västra Götalandsregionen, Högskolan i Borås och Borås stad är några av de parter som finansierar verksamheten.⁶⁵

4.6.2 De inkubatorer som fick stöd av Tillväxtverket finns kvar

Sekretariatets uppföljning visar att Cred, som är knutet till Alexandersoninstitutet, är aktiva när det gäller kulturella och kreativa näringar. Det är dock oklart om något särskilt företag är knutet till inkubatorn. Cred verkar arbeta mer med kortsiktig rådgivning och med att få igång nätverk.

Ideon Creative Plot är alltså verksam. De företag man arbetar med i inkubatormiljö är samlokaliserade med Ideon Innovations mer teknikinriktade företag. Tre till fyra av företagen inom Ideon Innovation kan kopplas till kulturella och kreativa näringar. Företrädare för The Creative Plot framhåller att inkubatorns finansiering för närvarande är så knapp att det är mer effektivt att hjälpa företag med rådgivning och nätverk utanför själva inkubatorn i den s.k. Creative Plot Excubator. Genom mobila lösningar och samarbeten med andra parter når man betydligt fler personer inom kulturella och kreativa näringar än via de traditionella inkubatorlösningarna. Man menar vidare att många företag inom de kulturella och kreativa näringarna inte passar in i inkubatorkonceptet. Inkubatorer förutsätter kontorslösningar, medan företag i sektorn kanske har mer nytta av att jobba i scenutrymmen och ha tillgång till andra kluster av filmare, tekniker etc., dvs. har behov av mer rörliga lösningar.

Movexum finns kvar och arbetar med ett till två företag som har koppling till kulturella och kreativa näringar bland de företag som man för närvarande stöder. Inkubatorn är numera helägd av Region Gävleborg och arbetar med ett tiotal företag. Science Park Jönköping har verksamhet och 2–3 företag av de 15 inkubatorföretag som finns i parken har en koppling till kulturella och kreativa näringar.

Transit Kulturinkubator är aktiv och specialiserar sig på utövande konstnärer inom bl.a. bild och skådespel. Uminova Innovation finns kvar och stöder företag – dock inget med uttalad inriktning mot kulturella och kreativa näringar. Som en följd av Tillväxtverkets stöd utvecklades dock grunden till det som i dagsläget är inkubatorn för kulturella och kreativa näringar i Umeå, nämligen Uminova Expression. Inkubatorn är en del av Umeå universitets innovationssystem och ägare och initiativtagare är Umeå universitet och Umeå kommun. För närvarande är tio företag knutna till inkubatorn.⁶⁶

⁶⁵ <http://modeink.se/om-modeinkubatorn/>.

⁶⁶ <http://www.uminovaexpression.se/foretag/>.

4.6.3 Flertalet företag finns kvar

Sekretariatet har följt upp de företag som fick stöd av inkubatorerna 2010–2012. Det rör sig om ett nittiotal företag. Alla inkubatorer har kontaktats via mejl och telefon. Med några av inkubatorerna har längre intervjuer genomförts. Därutöver har sekretariatet sökt efter uppgifter om företagen på webben, bl.a. via webbplatsen allabolag.se.⁶⁷ I sökningen efter företagen har hänsyn tagits till att en del av företagen har bytt namn. Om det är samma verksamma personer då som nu i företaget och om de jobbar med samma eller liknande verksamhet som den som fanns vid grundandet av bolaget har det noterats att företaget är aktivt. Om företaget finns kvar men är registrerat som passivt eller är registrerat men har visat ett nollresultat 2014 och 2015 har sekretariatet bedömt det som överksam.

Den sammantagna bilden är positiv i den meningen att ungefär 80 procent av de företag som var verksamma i inkubatorerna under 2011–2013 fortfarande är verksamma.

Tabell 4 Företagens verksamhet efter 3–5 år

Inkubator	Verksamma företag 2011-2013	Verksamma företag hösten 2016
Ideon The Creative Plot	5	2
Cred	12	12
Uminova	11	8
Jönköping Science Park	8	3
Movexum	16	12
Transit	15	13
The Game Incubator	6	6
Modeinkubatorn	16	16
Total	89	72 (81 %)

Källor: Inkubatorernas slutrapporter och allabolag.se.

Ideon – The Creative Plot

Av de företag som Ideon arbetade med under 2010–2012 finns två av fem företag fortfarande kvar. Inget av dessa tycks ha vuxit, åtminstone inte personalmässigt, sedan tiden i inkubatorn. Ett av dem har haft ökande omsättning. För företag som inte finns kvar gäller att den ursprungliga verksamheten eller ägarkonstellationen inte längre existerar. De som var verksamma i företagen fortsätter dock i en eller annan form att vara verksamma inom den kulturella och kreativa sektorn.

⁶⁷ Allabolag.se är en webbaserad tjänst som presenterar företagsinformation från Bolagsverket, Skatteverket och SCB. Det innebär att allabolag.se samlar uppgifter om alla typer av företag, exempelvis aktiebolag, enskilda firmor och ekonomiska föreningar. Bokslut samlas in för aktiebolag och vissa omsättningsuppgifter för övriga typer av företag.

Cred

De tolv företag som samverkade med inkubatorn finns kvar. Flertalet av företagen är fortfarande små med en till två anställda och med en omsättning från 100 000 kronor upp till ca 2 miljoner kronor. Fem av företagen har dock mellan tre och sex anställda och en årlig omsättning på mellan 2,2 och 8 miljoner kronor.

Uminova Innovation

Av de elva företag som deltog i inkubatorn är åtta verksamma i dag. De som arbetade vid de företag som lagt ned har gått vidare till andra anställningar inom liknande branscher. Några av de företag som finns kvar har haft vikande intäkter under de senare åren. Inget av de företag som finns kvar har fler än två anställda eller mer än 1 miljon kronor i intäkter.

Jönköping Science Park

Av de åtta företagen är tre verksamma i dagsläget. De verksamma företagen är alla små med en anställd och med en årlig omsättning på som mest ca 500 000 kronor.

Movexum

Av de 16 företag som deltog i Movexums aktiviteter är 12 verksamma i dag. Alla företag, med ett par undantag, är små företag med en anställd. De två företag som har fler anställda ligger i intervallet mellan tre och nio anställda. Flertalet företag har en årlig omsättning på mindre än 300 000 kronor.

Transit Kulturinkubator

Av de 15 konstnärer som utvecklade sitt företagande i inkubatorn har 13 i dag ett registrerat företag. Företagen har, med ett par undantag, en anställd. Omsättningen i företagen är i regel låg, mellan 50 000 och 300 000 kronor. I tre företag är omsättningen mellan 500 000 kronor och 2 miljoner kronor. Företagen är verksamma inom samma områden som under sin tid i inkubatorn. Det gäller även de verksamheter (personer) som inte har ett registrerat företag. En person arbetar exempelvis via Frilans Finans. Det bolaget sköter faktureringen åt egna företagare och har samtidigt anställt dem i bolaget.

The Game Incubator

Under 2012–2013 släppte inkubatorn ut sex bolag på marknaden. Alla bolag är verksamma i spelbranschen och flertalet har vuxit. Ett av bolagen har varit mycket framgångsrikt och omsatte 2015 nära 127 miljoner kronor och hade 20 anställda. Övriga bolag har god men varierande omsättning mellan åren. Den årliga omsättningen i bolagen låg 2015 mellan 250 000 kronor och 7 miljoner kronor. Flera hade lägre resultat 2015 än 2014, men har då å andra sidan goda

tillgångar i bolaget. Jämfört med de övriga inkubatorföretagen som har följts upp i detta sammanhang har företagen i spelbranschen fler anställda. Antalet anställda varierar mellan 5 och 23. Sammantaget hade bolagen 77 anställda.

Modeinkubatorn

Av de 16 bolag som modeinkubatorn tecknade avtal med 2013 är samtliga fortfarande verksamma. Ett av dem har flyttat sin verksamhet till Storbritannien medan de andra finns kvar i södra Sverige. Företagen är typiskt sett små med en anställd och en årlig omsättning under 1 miljon kronor. Fyra av bolagen har fler än två anställda och omsätter 3–4 miljoner kronor per år.

4.7 Företagen vill växa men på annat sätt

En enkätundersökning som Tillväxtverket gjorde 2015 visar att tillväxtviljan hos företag inom kulturella och kreativa näringar är ungefär lika stor som hos andra företag. Den stora skillnaden är att färre kulturella och kreativa företag vill växa genom att anställa. Enligt samma undersökning är 95 procent av företagen i branschen små med mellan noll och nio anställda, vilket är en lägre siffra än för andra branscher. Företagen jobbar ofta i nätverk och samverkar med andra företag. De huvudsakliga kunderna är andra företag. Jämfört med andra branscher är försäljningen till privatpersoner betydligt lägre. Företagen uppger också i större utsträckning än företag i andra branscher att de exporterar sina tjänster.⁶⁸

4.7.1 Kulturella och kreativa näringar växer som bransch

Enligt statistik som konsultbolaget Volante Research presenterade i maj 2016 har antalet företag som är verksamma i kulturella och kreativa näringar ökat med drygt 3 procent per år sedan 2007.⁶⁹ 80 procent av företagen är enpersonsföretag. I dagsläget sysselsätter branschen ca 200 000 personer och förädlingsvärdet i företagen motsvarar 4 procent av Sveriges BNP. Sett från 2007 har tillväxten i branschen varit ett par procent högre än tillväxten i näringslivet i övrigt, 14 mot 12 procent.⁷⁰ År 2015 motsvarade 4 procent av BNP ca 170 miljarder kronor.⁷¹

⁶⁸ *Förutsättningar för kulturella och kreativa företag*, Tillväxtverket, 2015.

⁶⁹ <http://volanteresearch.com/2016/05/kulturella-och-kreativa-naringarna-vaxer-starkt/>.

⁷⁰ Volantes uppgifter bygger på en sammanställning och bearbetning av SCB:s branschstatistik. De branscher som räknas in följer den definition av kulturella och kreativa näringar som Tillväxtverket använder i rapporten *Förutsättningar för kulturella och kreativa företag* från 2015. Bidraget till BNP mäts som branschens förädlingsvärde, vilket förenklat motsvarar branschens intäkter minus kostnader.

⁷¹ <http://www.ekonomifakta.se>.

4.7.2 Framgång behöver inte vara tillväxt genom omsättningsökning

Enligt företrädare för Transit Kulturinkubator är traditionella mått för tillväxt (omsättningsökning etc.) inte relevanta för många företag i de konstnärliga och kreativa näringarna. Själva verksamheten är målet, och ekonomi är medlet att nå dit. Varje enskilt företag i Transit sätter upp sina egna mål för verksamheten, och bedömningen av hur företagen lyckats bygger på dessa mål. Målen behöver inte handla om tillväxt. Transit mäter framgångarna hos de som tidigare har varit verksamma i inkubatorn i termer av exempelvis erhållna arbetsstipendier samt i antalet nomineringar och utmärkelser i olika konstnärliga sammanhang.

I flera intervjuer framförs det att kulturella och kreativa företag bidrar till tillväxt, men att det är svårt att mäta hur de gör det. I många fall är det större företag längre ut i värdekedjan som bygger vidare på och mångfaldigar det som från början var ett bidrag från ett litet företag inom kulturella och kreativa näringar. Det lilla företagets bidrag till det större företaget mäts inte, men borde på något sätt tillgodoräknas i tillväxten. Enligt en av de intervjuade är det bästa sättet att mäta de kulturella och kreativa företagens bidrag till tillväxt sannolikt att be företagen själva ange hur de bidrar till tillväxt och att sedan utforma måtten på framgång efter sådana utsagor.

4.8 Inte säkert att inkubatorer har effekt

Ett viktigt syfte med inkubatorer i allmänhet är att tillhandhålla en miljö där nystartade företag kan få tid att utveckla och pröva sina affärsidéer innan verksamheten sätts på prov på marknaden. Inkubatorn ska skapa företag med förutsättningar att växa och bli självbärande. Det är därför förvånande att det inte finns särskilt mycket forskning om hur företag som tidigare har varit i en inkubator överlever på marknaden.⁷²

I Västra Götaland jämfördes överlevnadsgraden för företag som hade deltagit i en inkubator (inkubatorföretag) med liknande företag som inte hade gjort det (kontrollföretag). Företagen återfanns inom flera branscher, bl.a. teknologi, medicin samt kulturella och kreativa näringar. Jämförelsen gjordes tre år efter att företagen deltagit i inkubatorn. För båda typerna av företag fann man en relativt hög överlevnadsgrad. 85 procent av kontrollföretagen fanns

⁷² Riksdagens utvärderings- och forskningssekretariat gav Riksdagsbiblioteket i uppdrag att ta fram forskningsartiklar om överlevnadsgraden hos företag som varit i en inkubator. Sökningen gjordes brett från 2009 och framåt. Man fann tre artiklar av en och samma forskare, Michael Schwarz från Halle Institute of Economic Research samt en rapport beställd av Västra Götalandsregionen och som hade tagits fram av konsultbolaget Sweco.

kvar efter tre år, medan motsvarande siffra för inkubatorföretagen var 94 procent.⁷³ Tidigare svenska studier visar också att inkubatorföretag i teknologibranschen har en högre överlevnadsgrad än andra liknande företag utanför inkubatorn.⁷⁴

4.8.1 Företag utanför inkubatorn kan bli lika framgångsrika

I Tyskland har flera studier gjorts av företags överlevnadsgrad. I den mest omfattande jämfördes 371 inkubatorföretag med 371 företag i en kontrollgrupp. Företagen arbetade främst med teknologi och återfanns vid fem olika inkubatorer. Jämförelserna gjordes över en tioårsperiod. Man fann inga statistiskt signifikanta skillnader mellan inkubatorföretagen och kontrollföretagen. Det var t.o.m. så att överlevnadsgraden i vissa fall var större hos kontrollföretagen. Beroende på inkubator varierade överlevnadsgraden efter tre år normalt mellan ungefär 80 och 95 procent. Efter tio år hade överlevnadsgraden sjunkit till mellan drygt 50 och 70 procent.⁷⁵

Företrädare för inkubatorer brukar framhålla att en investerad krona i en inkubator ger fem till sex gånger tillbaka genom de skattemedel som företagen i inkubatorn betalar. Det resonemanget bygger enligt Tillväxtanalys på att företagen i inkubatorn inte skulle ägna sig åt någon verksamhet om inte inkubatorn fanns. Enligt Tillväxtanalys är det dock ett antagande som går att ifrågasätta. Sannolikt skulle de som deltog i inkubatorn kunna vara lika framgångsrika som anställda eller som företagare även utan inkubatorn.⁷⁶ I den tidigare omnämnda studien från Västra Götalandsregionen dras slutsatsen att de samlade regionalekonomiska effekterna av satsningen på inkubatorer och såddfinansiering är begränsade.⁷⁷

4.9 Sammanfattande iakttagelser

4.9.1 Lite pengar men många företag fick stöd

Vinnova och Tillväxtverket gav sammanlagt ca 10 miljoner kronor i stöd till åtta inkubatorer under en tvåårsperiod. Under den perioden arbetade inkubatorerna med ett nittiototal företag. Precis som i fallet med satsningen på kulturella och kreativa näringar i stort fick statens pengar till inkubatorer en bra utväxlingseffekt – åtminstone om utväxlingen mäts i termer av antal företag som

⁷³ *Effektutvärdering av stöd till näringslivet genom såddfinansiering och inkubatorer*, Västra Götalandsregionen, 2011:01.

⁷⁴ "Science parks and the development of NTBF:s location, survival and growth", Ferguson & Olofsson, *Journal of Technology Transfer*, 2004.

⁷⁵ "A control group study of incubator impact to promote firm survival", Michael Schwartz, i *Journal of Technology Transfer*, 2013.

⁷⁶ *Tillväxt genom stöd*, Tillväxtanalys, 2015.

⁷⁷ *Effektutvärdering av stöd till näringslivet genom såddfinansiering och inkubatorer*, Västra Götalandsregionen, 2011:01.

nåddes. Här bör dock noteras att statens pengar enbart var en del av inkubatorernas finansiering eftersom exempelvis även regionala medel finansierade verksamheterna.

4.9.2 Stödet var inte lika fullödigt som i en normal inkubator

Av de åtta inkubatorer som myndigheterna beviljade stöd var det bara hälften som hade möjlighet att ge företagen ett mer strukturerat stöd och kontorsyta, något som i normalfallet gäller för inkubatorer. I stället erbjöds mobila lösningar. Uppföljningarna av de mobila lösningarna visar att stödet och graden av deltagande från företagen var av varierande karaktär. Ibland har det handlat om tillfällig coachning, ibland om studieresor eller föreläsningar och seminarier. Av rapporteringen framgår det inte heller klart i vilken utsträckning företagen deltog i de olika verksamheter som anordnades. Uppföljningarna ger ett sammantaget intryck av att inkubatorerna, med några undantag, bedrev en försöksverksamhet där man prövade sig fram allteftersom. Här är det viktigt att nämna att målet med satsningen på inkubatorer inte enbart var att skapa tillväxt. Satsningen var också ett pilotprojekt som syftade till att skapa ökad bredd i inkubatorsystemet. Detta sistnämnda mål kan sägas vara uppfyllt eftersom alla inkubatorer i dagsläget i större eller mindre omfattning arbetar med företag inom kulturella och kreativa näringar.

4.9.3 Stor variation i de företag som fick stöd

Lika brett som begreppet kulturella och kreativa näringar är, lika brett var inkubatorernas urval av företag. Tre av inkubatorerna var nischade till olika delbranscher, nämligen spel, mode och design. Ytterligare fyra inkubatorer hade ett bredare urval – allt från trädgårdsdesign till restauranger och eventbyråer. Transit Kulturinkubator avviker från de övriga inkubatorerna eftersom den gav stöd åt entreprenörer som är yrkesutövande konstnärer. Om vi ska följa Throsbys tankegångar om en kärna och en periferi i kulturella och kreativa näringar (avsnitt 2.1.2) har inkubatorerna stött verksamheter både nära den kulturella kärnan och i periferin, dvs. marknaden. Det är dock en övervikt mot inkubatorer som har arbetat med företag som ligger nära marknaden. Throsbys modell antyder också att verksamheter i periferin har ett större kommersiellt innehåll än de i kärnan. Därmed skulle det kunna tänkas att verksamheter i periferin, såsom spel och mode, skulle kunna ha bättre förutsättningar att kommersialiseras och växa. Uppföljningen av de företag som har fått stöd motsäger emellertid detta till viss del, som framgår nedan.

4.9.4 Flertalet företag har överlevt även på lång sikt

Ungefär 80 procent av de företag som fick stöd av inkubatorerna för tre till fem år sedan är verksamma hösten 2016. Det finns inget tydligt mönster när det gäller vilken typ av företag som är mer framgångsrik än någon annan. Det

finns företag inom design som har fått lägga ned, likaväl som det finns företag med relativt sett sämre marknadspotential inom enskilda konstarter, t.ex. dans, som är verksamma. Överlevnadsgraden för företag i de kulturella och kreativa näringarna skiljer sig inte heller från den som gäller inkubatorföretag i andra branscher, t.ex. teknik. Att så pass många företag som verkade inom inkubatorerna fortfarande finns kvar får också sägas vara ett gott betyg till inkubatorernas urvalsprocesser. Man har satsat på verksamheter som haft förutsättningar att drivas långsiktigt.

4.9.5 Liten tillväxt i de företag som fick stöd

Ett av huvudmålen med regeringens satsning var att skapa tillväxt i regionerna. I satsningen på inkubatorer uppnåddes inte detta mål, om man med tillväxt menar att omsättningen och antalet anställda ska öka. Den absoluta merparten av de företag som fanns i inkubatorerna under 2011–2013 har även hösten 2016 bara en anställd och en omsättning på under en halv miljon kronor. Med undantag för spelbranschen har inget av företagen fler än tio anställda eller en årlig omsättning på över 10 miljoner kronor. Företagen i spelbranschen har haft en större tillväxt och anställer betydligt fler, i snitt ca 13 personer per företag.

Mycket tyder på att företag inom kulturella och kreativa näringar vill fortsätta att vara små men samtidigt samverka med andra företag i olika projekt. Företagen sätter enskilt inga spår i tillväxten; däremot har antalet företag sammantaget ökat i branschen och därmed bidragit till tillväxten. Det bör dock noteras att näringslivet i övrigt också har vuxit nästan lika mycket under de senaste sju åtta åren och att kulturella och kreativa näringars bidrag (mätt som förädlingsvärde) till BNP är litet i förhållande till vissa andra näringar.

4.9.6 Förädlingsvärdet säger inte allt om näringens bidrag till tillväxten

Samtidigt gäller också att kulturella och kreativa näringars, liksom andra näringars, bidrag till tillväxt kan mätas på andra sätt än som branschens förädlingsvärde. De som företräder kulturella och kreativa näringar menar att de tjänster som produceras inom näringen i flera fall kapitaliseras av företag längre ut i näringskedjan, t.ex. inom it-sektorn eller besöksnäringen. På något sätt borde detta extra värde kunna mätas, menar man.

4.9.7 Oklart om inkubatorer leder till tillväxt

Förvånansvärt lite forskning har handlat om inkubatorers effekter på regional utveckling och tillväxt med tanke på att just tillväxt brukar vara ett av argumenten för inkubatorer. Den forskning och utvärdering som sekretariatet kunnat finna visar att det inte finns några entydiga bevis för att stöd till inkubatorer leder till regional tillväxt.

5 Nuläget för kulturella och kreativa näringar

I detta kapitel redovisas hur regeringen och myndigheterna för närvarande arbetar med kulturella och kreativa näringar. I kapitlet berörs även framtidsfrågor, bl.a. finansieringen av näringarna och behovet av att särskilt skilja ut dem i näringspolitiken.

5.1 Regeringens inriktning

I de budgetpropositioner har som följt efter det att satsningen avslutades 2012–2013 har regeringen inte gjort några särskilda ställningstaganden annat än att konstatera att Tillväxtverket fortsätter att driva en satsning för kulturella och kreativa näringar. Spår av satsningen går också att se både i den förra och i den nuvarande regeringens strategier inom näringspolitiken.

5.1.1 Kulturella och kreativa näringar är en fråga för flera departement

I budgetpropositionen för 2016 menade regeringen att kulturella och kreativa företag bidrar till att öka attraktionskraften för svenska regioner och svenska produkter och tjänster. Regeringen ansåg vidare att kulturella och kreativa näringar kunde främjas med pengar från såväl vissa nationella som vissa europeiska fonder och program.⁷⁸

I budgetpropositionen för 2017 refererar regeringen till de satsningar som Tillväxtverket gör på området. Det rör sig bl.a. om att ta fram strategier och statistik för olika branscher såsom mode och musik. Regeringen drar slutsatsen att Tillväxtverkets satsningar fick ett positivt genomslag såväl regionalt som inom vissa enskilda branscher.⁷⁹

Inom Kulturdepartementets område redovisar regeringen det arbete som Kulturrådet genomför, bl.a. det rundabordssamtal som arrangerades i Skåne senhösten 2015 där ett antal relevanta aktörer inom kulturella och kreativa näringar deltog. Regeringen redovisar vidare att kulturella och kreativa näringar lyfts fram särskilt i regeringens exportstrategi. Regeringen konstaterar även att främjande av kulturella och kreativa näringar är en etablerad horisontell fråga som drivs av flera departement.⁸⁰

Inom utgiftsområde 5 Internationell samverkan redovisar regeringen att utlandsmyndigheterna har fortsatt sina satsningar på de kulturella och kreativa näringar som bedöms ha störst exportpotential och som är relevanta för Sverigebilden utomlands: musik, film, datorspel, marknadskommunikation, mode, design och litteratur.⁸¹

⁷⁸ Prop. 2015/16:1 utg. omr. 24 s. 33.

⁷⁹ Prop. 2016/17:1 utg. omr. 24 s. 74.

⁸⁰ Prop. 2016/17:1 utg. omr. 17 s. 54 och 73.

⁸¹ Prop. 2016/17:1 utg. omr. 24 s. 24.

Inom utgiftsområde 24 Näringsliv konstateras att regeringen sedan 2015 har ökat anslaget till exportfrämjande insatser med drygt 50 miljoner kronor årligen för att möjliggöra satsningar inom exportstrategin.⁸²

Även i regeringsförklaringen lyfts de kreativa näringarnas potential fram. Regeringen anser att regeringens exportstrategi förbättrar svenska företags möjligheter att växa och utvecklas. Enligt regeringen föds svenska export-succéer inom de kreativa och klimatsmarta näringarna.⁸³

Såvitt kan utläsas ur budgetpropositionen för de olika utgiftsområdena anslås inga särskilda pengar till kulturella och kreativa näringar. Kulturella och kreativa näringar är en integrerad del i det stöd som Tillväxtverket ger och en del i det exportfrämjande arbete som bedrivs av utlandsmyndigheterna och Svenska institutet.

I december 2016 beslutade regeringen att inrätta ett exportpris för kulturella och kreativa näringar.⁸⁴ Svenska institutet har fått i uppdrag att senast den 31 januari 2017 lämna ett förslag på utformning och inriktning för ett sådant pris. Det ska delas ut för första gången under andra hälften av 2017.

5.1.2. Kulturella och kreativa näringar nämns i några nationella strategier

I den nationella strategin för regional tillväxt och attraktionskraft menar regeringen att kulturella och kreativa näringar kan få ökad betydelse för Sveriges ekonomi och bidra till att koppla ihop branscher och kunskapsområden på nya sätt. Företagande inom bl.a. mode, design, musik, digitala spel och film växer starkt i Sverige och bidrar till Sveriges internationella attraktionskraft.⁸⁵ Liknande resonemang förs också i den nationella innovationsstrategin.⁸⁶

Kraftcentrum ligger på UD

Flera av de som har intervjuats hänvisar till regeringens exportsatsning när frågor om statsmakternas syn på kulturella och kreativa näringar kommer på tal.

Några av de intervjuade uttrycker dock farhågor om att kulturella och kreativa näringar riskerar att bli en uppvisningsverksamhet om näringen enbart lyfts fram som något som ska förbättra bilden av Sverige utomlands.

Flera av de intervjuade menar att det finns en tendens till övertro på kulturella och kreativa näringar. Det som lyfts fram är det svenska musikundret, Minecraft, Spotify och liknande. Pengar läggs på att visa upp bilden av ett framgångsrikt Sverige där företag inom kulturella och kreativa näringar får följa med som ”gisslan” på utlandsresor. Några av de intervjuade tror inte att

⁸² Prop. 2016/17:1, utg. omr. 24 s. 130 och 134. Satsningen på kulturella och kreativa näringar är en av många olika åtgärder i exportstrategin.

⁸³ Regeringsförklaringen 2016-09-13.

⁸⁴ Regeringsbeslut 2016-12-20, UD2016/21867/FH.

⁸⁵ *En nationell strategi för hållbar regional tillväxt och attraktionskraft 2015–2020*, regeringen, dnr N2015.31.

⁸⁶ *Den nationella innovationsstrategin*, regeringen, dnr N2012.27.

det ger särskilt mycket affärer för de som visas upp. Stödet till sektorn borde vara mer långsiktigt och röra sig om bl.a. rådgivning och finansiering.

Regeringens exportstrategi talar om globala företag

Regeringen överlämnade i december 2015 en skrivelse om en exportstrategi till riksdagen i vilken bl.a. kulturella och kreativa näringar nämns.⁸⁷ I skrivelsen konstateras att vissa företag i dataspels-, mode-, musik- eller designbranscherna redan från starten är globala (uttrycket ”born globals” används). Dessa föreslås få en särskilt anpassad rådgivning. Kulturella och kreativa näringar spelar också en särskilt viktig roll för att stärka Sverigebildens utomlands. Regeringen föreslår att den tillsammans med berörda aktörer ska främja kulturdriven export. Satsningen inkluderar en jämförelsestudie med andra länder.

Tillväxtverket har också fått i uppdrag att fastställa en definition av kulturella och kreativa näringar så att verksamheten ska kunna mätas.⁸⁸ Uppdraget är kopplat till UD:s exportstrategi.

5.1.3 Satsning på att öka kunskapen om immateriella rättigheter

Regeringen har beslutat om ett uppdrag till Vinnova och Patent- och registreringsverket som går ut på att utveckla näringslivets, offentliga aktörers och allmänhetens kunskaper om och förståelse för immateriella tillgångar. Regeringen har avsatt 80 miljoner kronor under perioden 2016–2019 för detta ändamål. Regeringens beslut har betydelse för utvecklingen av kulturella och kreativa näringar. Av beslutet framgår bl.a. att den digitala tekniken har ökat allmänhetens möjligheter att ta del av kreativt innehåll och upphovsrättsligt skyddat material. Tekniken har dock också skapat en struktur för intrång i upphovsrätten. Särskilda informations- och kunskapssatsningar bör genomföras för att värna upphovsrätten och för att stärka den svenska näringsverksamheten.⁸⁹

5.1.4 Entreprenörskapsutredningen efterlyser bättre beslutsunderlag

En kommitté lämnade i oktober 2016 en utredning om hur innovations- och entreprenörsklimatet i Sverige ska utvecklas. Enligt sina direktiv skulle utredningen bl.a. föreslå hur det innovations- och företagsfrämjande stödet kunde samordnas bättre.⁹⁰

Utredningen kom bl.a. fram till att de utvärderingar som hade gjorts av företagsfrämjande stöd inte gav någon vägledning om huruvida stöden hade varit samhällsnyttiga eller inte.⁹¹ Enskilda utvärderingar kan påvisa positiva effekter, men resultaten kan ifrågasättas i flera fall. Det kan bl.a. handla om att den

⁸⁷ Skr. 2015/16:48.

⁸⁸ Regeringsbeslut 2016-07-14, UD2016/12789/FH.

⁸⁹ Regeringsbeslut 2016-03-17, N2016/02167/IF.

⁹⁰ Dir. 2015:10.

⁹¹ SOU 2016:72 *Entreprenörskap i det tjugoförsta århundradet*.

utbetalande myndigheten har utvärderat sina egna program, att utvärderingen i för hög utsträckning bygger på vad stödmottagarna anser, att målen för stöden varit för vaga och att mångfalden av olika stöd gör att eventuella effekter är svåra att koppla till en specifik insats.

Utredningen lämnar flera förslag som syftar till att skapa bättre beslutsunderlag i framtiden. Förslagen handlar om att förbättra förutsättningarna för utvärdering genom utveckling av uppföljningsbara mål, ett uppdrag till Tillväxtanalys att undersöka möjligheterna att utveckla samhällsekonomiska kalkyler för främjandeinsatser, en tydligare uppdelning mellan stödgivande och utvärderande myndigheter samt en sammanslagning av stöden till färre – men större – program och insatser. Vidare anser utredningen att utvärderingar bör genomföras av en oberoende instans, t.ex. Tillväxtanalys.

Entreprenörskapsutredningens betänkande har skickats ut på remiss. Sista svarsdag var den 31 januari 2017.

5.2 Myndigheternas arbete med kulturella och kreativa näringar

Tillväxtverket är tillsammans med Kulturrådet och i viss mån Svenska institutet de myndigheter som bedriver någon form av arbete inom kulturella och kreativa näringar. Framför allt sedan 2014 har samarbetet mellan myndigheterna blivit mer ingående och strukturerat.

5.2.1 Tillväxtverket har uppgiften i regleringsbrevet

Enligt sitt regleringsbrev för 2016 har Tillväxtverket i uppdrag att redovisa myndighetens insatser på området kulturella och kreativa näringar. Den handläggare vid myndigheten som koordinerar frågan uppskattar att myndigheten lägger ungefär tre årsarbetskrafter på att driva frågor om kulturella och kreativa näringar.

Tillväxtverkets arbete med kulturella och kreativa näringar har under det senaste året bl.a. handlat om att ordna en årlig konferens med många aktörer på regional nivå och att ge stöd till kompetensutveckling av kommunala tjänstemän i Norrbotten och Jämtland. Villkoret för att få pengar är att tjänstemän från både näringsförvaltningen och kulturförvaltningen deltar. Myndigheten ordnade också ett internationellt konvent i november 2016 tillsammans med bl.a. Kulturrådet. Därutöver har myndigheten publicerat en kunskapsöversikt om förutsättningarna för företag inom kulturella och kreativa näringar.

Sett över en längre tidsperiod från 2013 framhåller företrädare för Tillväxtverket att den främsta insatsen från myndighetens sida var att stödja bransch- och yrkesorganisationer i att utveckla egna strukturer och kunskap, för att dessa i sin tur ska kunna vara ett bättre stöd för sina medlemsföretag. Tillväxtverket har ordnat nätverksmöten samt finansierat studier och utvecklingsprojekt som branschorganisationer drivit. Detta arbete har haft betydelse bl.a. för

bildandet av paraplyorganisationen Kreativ Sektor (Dataspelsbranschen, Musiksverige, Film- och TV-Producenterna, Sveriges Kommunikationsbyråer, Association of Swedish Fashion Brands).

5.2.2 Kulturrådet arbetar internationellt

Kulturrådets uppdrag är inte primärt att utveckla kulturella och kreativa näringar, utan att verka för konstnärlig och kulturell utveckling. Myndigheten ska verka för konstnärligt och kulturpolitiskt värdefull utveckling inom verksamheter som rör bl.a. teater, dans, musik och annan scenkonst, litteratur, kulturtidskrifter, läsfrämjande och bibliotek, bild och form, museer och regional kulturverksamhet. Myndigheten har också i uppdrag att verka för ökat internationellt och interkulturellt utbyte och samverkan inom hela kulturområdet.

Kulturrådet har i flera år samarbetat med Tillväxtverket om frågor gällande exempelvis internationalisering och export inom kulturella och kreativa näringar. I april 2014 arrangerade Tillväxtverket, Kulturrådet och Svenska institutet ett seminarium för att tillsammans med branschföreträdare, departements- och myndighetsrepresentanter diskutera hur Sverige kan stärka kulturella och kreativa näringars internationalisering och export.

Myndigheten har fr.o.m. 2016 ett bidrag från Tillväxtverket på 1 miljon kronor årligen som kan ges till de s.k. mellanleden i kulturella och kreativa näringar (förläggare, kuratorer, gallerister etc.) som behöver bidrag för att komma ut i internationella sammanhang. Bidrag beviljas exempelvis för resor, deltagande och översättningar.

Vid Kulturrådet är det en handfull personer som har som deluppgift att utifrån olika perspektiv, t.ex. regionalt eller internationellt, arbeta med kulturella och kreativa näringar. Kulturrådet är samverkanspart i Team Sweden som är en del av regeringens exportsatsning.

5.2.3 Regionerna efterfrågar statliga insatser

Regionerna har enligt flera av de intervjuade en förväntan på att Kultur- och Näringsdepartementen samarbetar mer på nationell nivå. Kulturella och kreativa näringar behöver dessutom prioriteras på nationell nivå. Möjligheten att söka pengar på nationell nivå för projekt relaterade till kulturella och kreativa näringar stärker viljan att jobba med frågan på regional nivå. Enligt några av intervjuerna efterfrågas också en nationell politik för kulturella och kreativa näringar. Politiska signaler på nationell nivå krävs för att regionerna långsiktigt ska prioritera kulturella och kreativa näringar.

Enligt företrädare för Kulturrådet ställer regionerna ofta frågor om vad som har hänt efter handlingsplanen. Dessa handlar både om att återigen få särskilda pengar till satsningar på kulturella och kreativa näringar och om att få veta den politiska riktningen.

Utvecklingen av kulturella och kreativa näringar behöver fortfarande stödjas, menar flera av de intervjuade. Det finns många företag med potential som

behöver hjälp att komma igång och det är regionerna som borde kunna hjälpa dem. Almi Företagsrådgivning har inte den kompetensen. Det handlar också, enligt några av de intervjuade, om att se kulturella och kreativa näringar som verksamheter där kommersialisering är möjlig. Ibland blandas kulturella och kreativa näringar i för stor utsträckning ihop med den konstnärliga kärnan.

5.3 Behövs särskilda satsningar på kulturella och kreativa näringar?

I budgetpropositionen för 2017 hänvisas till det rundabordssamtal om kulturella och kreativa näringar som arrangerades i november 2015 av Kulturrådet, Tillväxtverket och Region Skåne. Samtalet fördes med nationella och internationella deltagare. I propositionen⁹² anges även att de kulturella och kreativa näringarna särskilt har pekats ut som ett betydelsefullt område i den exportstrategi som presenterades i september 2015.

5.3.1 En ny handlingsplan är inte aktuell

Vid rundabordssamtalet deltog representanter för Näringsdepartementet och Kulturdepartementet, myndigheter och regioner. Av minnesanteckningarna⁹³ från mötet framgår det att kulturella och kreativa näringar är prioriterade områden i Regeringskansliets arbete. Samtidigt påpekar Regeringskansliets representanter att det inte är aktuellt med någon satsning liknande handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar 2010–2012. Regeringen undviker punktinsatser för specifika branscher till förmån för breda satsningar på små och medelstora företag, vilket man menar ger större effekt. Kulturella och kreativa näringars exportpotential och regeringens exportstrategi lyfts också fram i sammanhanget. Företrädare för några av de regioner som var med vid rundabordssamtalet menar att kulturella och kreativa näringar nu är ett etablerat begrepp och att det inte behövs en särskild strategi för en bransch som har blivit en basnäring. Frågorna har i stället lyfts in i de regionala utvecklingsstrategierna. Andra regioner menar dock att det fortfarande krävs prioriteringar och signaler på nationell nivå om näringen för att något ska hända i regionerna.

Argument för att inte främja en särskild bransch har förts fram av Entreprenörskapsutredningen. Utredningen anser att det i princip är omöjligt att förutsäga vilka företag och branscher som har bäst förutsättningar för tillväxt. Dagens snabba utveckling av nya affärsmodeller och digitala lösningar talar enligt utredningen för generella och inte selektiva främjandeinsatser.⁹⁴

⁹² Prop. 2016/17:1 utg.omr. 17 s. 54.

⁹³ Minnesanteckningar från nationellt dialogmöte om utveckling på nationell och regional nivå kring kulturella och kreativa näringar vid idékonventet i Malmö 2015-11-19, bifogat dokument i mejl från Klas Rabe, Tillväxtverket, 2016-08-29.

⁹⁴ SOU 2016:72 s. 248.

5.3.2 Splittrad bild av behoven

De intervjuade har olika uppfattning om huruvida kulturella och kreativa näringar skiljer sig från andra näringar och därför behöver särskilda stöd eller om näringarna lika gärna kan omfattas av de näringslivsstöd som ges generellt.

Många menar att problemen som möter företag inom kulturella och kreativa näringar liknar de som andra små företag upplever i uppstartsfasen. Det handlar bl.a. om brist på pengar och nätverk och bristande kunskaper om hur man gör för att verksamheten ska bli lönsam.

Andra menar att kulturella och kreativa näringar skiljer ut sig. De som verkar där har kanske inte behov av samma nätverk som de inom andra branscher. Deras marknad skiljer sig från de företag som traditionellt finns på andra marknader. Det som också särskiljer flera företag inom kulturella och kreativa näringar är att företagens tillgångar och värden är immateriella, dvs. bygger på upphovsrätt, mönsterrätt osv.

Ytterligare uppfattningar är att kulturella och kreativa näringar redan är en bransch som alla andra och att det i sig är positivt. Problemet är dock att existerande stödsystem inte kan ta hand om företag inom området. Almi, Vinnova och Tillväxtverket är fortfarande inriktade på att hjälpa företag som har tillverkning och serieproduktion. Småskaliga tjänsteproducenter har svårt att passa in i stödsystemen. Det gäller inte bara kulturella och kreativa näringar, utan också kvinnligt företagande och företag som leds av utlandsfödda. Kunskapen om hur kulturella och kreativa näringar fungerar är låg bland de olika offentliga parter som stöder näringslivet.

Företrädare för branschen vill ha förändringar

Olika branschorganisationer inom den kulturella och kreativa sektorn har genomfört egna studier och med dessa som underlag lämnat olika förslag för att förbättra förutsättningarna för näringarna. Ett exempel är en skrift från paraplyorganisationen Kreativ Sektor. Organisationen vill bl.a. ha en nationell strategi, bättre statistik över näringarnas bidrag till ekonomin och skatteavdrag för investeringar.⁹⁵

Ett annat exempel är förslag om en nationell agenda för slöjd, konsthantverk och småskalig designproduktion. Förslagen har tagits fram i ett samarbete mellan bl.a. Nämnden för hemslöjdsfrågor, Stiftelsen Konsthantverkscentrum och Svensk Form. Företrädare för dessa branscher vill bl.a. ha mer inslag av företagande som ämne i yrkesutbildningarna inom branschen, mer kunskap om deras bransch hos regionala stödgivare och bättre stöd för export.⁹⁶

⁹⁵ *Innehållsinnovation och internationell tillväxt i kreativa näringar*, november 2015, Kreativ Sektor.

⁹⁶ <http://www.nfh.se>.

5.4 Finansiering kan fås från många håll

Satsningen på kulturella och kreativa näringar 2010–2012 är utmärkande eftersom en särskild bransch har avgränsats och fått stöd. Som framgått av kapitel 3 verkar de aktörer som tagit emot stöd via satsningen även i ett större kultur- och näringspolitiskt sammanhang där det finns annan offentlig och privat finansiering. Flera av de projekt som fick finansiering från satsningen på kulturella och kreativa näringar har även fått pengar från t.ex. EU:s strukturfonder.

I denna rapport är utrymmet begränsat för att gå igenom finansieringen av kulturella och kreativa näringar i detalj, men en översiktlig genomgång visar att det inte saknas finansieringsmöjligheter.

5.4.1 Regionala strukturfonder

I budgetpropositionen för 2017, utgiftsområde 19 Regional tillväxt, listas olika typer av EU-stöd som ges inom ramen för de regionala strukturfonderna. En del av strukturfondernas medel går till innovation och till utveckling av små och medelstora företag. Aktörer inom kulturella och kreativa näringar har möjlighet att, i konkurrens med andra branscher, få del av sådana medel.

5.4.2 Kreativa Europa

Kreativa Europa är EU:s program för kulturella och kreativa näringar 2014–2020. Programmet har en total budget på 1,46 miljarder euro (drygt 14 miljarder kronor). Ett av målen är att stärka den finansiella kapaciteten hos mikroföretag, små och medelstora företag samt organisationer inom kulturella och kreativa näringar på ett hållbart sätt. Stöd går även att söka för exempelvis internationellt samarbete och för att nå en europeisk publik. År 2015 mottog 62 projekt i Sverige, bl.a. inom scenkonst, filmbranschen och spelbranschen drygt 100 miljoner kronor från Kreativa Europa.⁹⁷

För att få del av EU-medlen inom Kreativa Europa krävs medfinansiering, exempelvis från den nationella, regionala eller lokala nivån.

Hösten 2016 har ett lånegarantiinstrument introducerats inom ramen för Kreativa Europa. Garantin erbjuds till banker eller finansinstitut för att stimulera finansiering av kulturella och kreativa näringar. Garantin administreras av Europeiska investeringsfonden och uppgår till ca 120 miljoner euro, vilket i sin tur förväntas generera mer än 750 000 000 euro i prisvärda lån för den kulturella och kreativa sektorn.⁹⁸

Det är inte enbart Kreativa Europa som ger stöd på EU-nivå. Stöd till kulturella och kreativa näringar ges på olika sätt och i olika omfattning inom

⁹⁷ Svensk medverkan i EU-programmet Kreativa Europa 2015, Kulturrådet, 2016.

⁹⁸ Mejl 2016-12-01 från Kulturdepartementet.

många av EU:s sektorsprogram.⁹⁹ Det finns flera handböcker om hur och för vad man kan söka.¹⁰⁰

Även om pengar finns är de inte lätta att få

I intervjuer menar företrädare för Kulturrådet och Tillväxtverket att det inte är lika lätt att få EU-medel via de regionala utvecklingsfonderna för satsningar på kulturella och kreativa näringar som det var under den förra strukturfondsperioden. Under den nuvarande strukturfondsperioden prioriteras större och mer omfattande satsningar, vilka är svåra att anpassa till de mer småskaliga projekt som finns inom kulturella och kreativa näringar.

5.4.3 Pengar på nationell nivå

Även på nationell nivå finns offentliga medel avsatta som kan användas för utveckling av kulturella och kreativa näringar.

På webbplatsen verksamt.se finns en sammanställning av olika finansieringskällor för verksamheter inom bl.a. spel, film, scenkonst, mode, bild och form, musik och litteratur. På webbplatsen – som är ett samarbete mellan Tillväxtverket, Skatteverket och Bolagsverket – ges stöd till företag i olika utvecklingsstadier. Sätten att finansiera sin verksamhet är många. Det finns fonder, stipendier och bidrag från såväl offentliga som privata finansärer. Konstnärsnämnden ger ut Konstnärsguiden som riktar sig till yrkeskonstnärer inom litteratur, musik, bild och form, teater, dans och film. I likhet med webbplatsen verksamt.se finns här råd och stöd om att driva företag inom kulturverksamheter.

Nedan redovisas ett axplock ur den offentliga statliga finansieringen som visar på finansieringens bredd och storlek.

Film har en väl utvecklad stödordning

Filminstitutet tillhandhåller en mängd olika stöd såväl till etablerade aktörer i branschen som till oetablerade. Det finns bl.a. produktionsstöd, utvecklingsstöd och stöd till oberoende producenter. Enligt Filminstitutets senaste årsredovisning fördelades närmare 321 miljoner kronor under 2015.¹⁰¹

Kulturrådet ger i stort sett till alla konstformer

Enligt sin senaste årsredovisning fördelade Kulturrådet närmare 2 miljarder kronor till olika kulturella ändamål under 2015. Den stora posten i Kulturrådets bidragsgivning är medel till regioner inom ramen för kultursamverkans-

⁹⁹ Se EU-kommissionens webbplats: <http://ec.europa.eu>.

¹⁰⁰ Se bl.a. Fund-Finder utarbetad av International network for contemporary performing arts: <https://www.ietm.org> och Klokboken som har tagits fram av Svensk Scenkonst och Riksförbundet Sveriges Museer: <https://www.riksutställningar.se>.

¹⁰¹ Filminstitutets årsredovisning för 2015.

modellen. Drygt 1,3 miljarder kronor ges för olika kulturella ändamål på regional nivå. Det är regionerna själva som avgör hur medlen fördelas till olika konstarter såsom scenkonst, musik och litteratur. Resten av pengarna förfogar och beslutar Kulturrådet självt över. Här finns drygt 60 olika bidrag att få inom dans, produktion av ljudinspelningar, internationell kulturverksamhet, produktion av kulturtidskrifter, resebidrag för översättare, fria teatergrupper etc. Många av verksamheterna som stöds ligger nära sådant som i kapitel 2 benämns den kulturella kärnan, medan annat tangerar mer kommersiella verksamheter längre ut från den konstnärliga kärnan. Det ska tilläggas att det är ett högt söktryck på bidragen, strax över hälften av ansökningarna avslås, och att de som får bidrag i genomsnitt får ca 70 procent av de totala medel de ansökt om.¹⁰²

Konstnärsnämnden stöder enskilda konstnärer

Konstnärsnämnden ger bidrag till enskilda konstnärer inom olika konstområden. Enligt sin årsredovisning fördelade myndigheten 157 miljoner kronor i stipendier och bidrag under 2015. Bild och form får mest medel. Liksom på Kulturrådet är det ett högt söktryck på bidragen.¹⁰³

Musikverket ger bidrag till samarbetsprojekt

Inom musikområdet kompletteras Kulturrådets och Konstnärsnämndens bidragsgivning med vissa bidrag från Musikverket. År 2015 fördelade verket enligt sin årsredovisning ungefär 25 miljoner kronor till musikprojekt. Något under hälften av medlen fördelades till företag och ekonomiska föreningar.¹⁰⁴

Almi, Vinnova och Tillväxtverket

Under Näringsdepartementets område finns som har framgått tidigare också ett antal myndigheter som fördelar pengar till näringslivsutveckling inom olika branscher. Almi ger lån till små och medelstora företag, Vinnova lämnar bidrag för innovation i små och medelstora företag och Tillväxtverket lämnar bidrag för regional utveckling. Verksamheter inom kulturella och kreativa näringar konkurrerar med andra branscher om de olika stöden.

Kulturen finansieras också regionalt och lokalt

Enligt Kulturrådets årsredovisning för 2015 finansierades de verksamheter som beviljades medel från myndigheten till 28 procent med statliga medel. Resterande medel kom från regioner (28 procent), kommuner (18 procent) och egen finansiering (26 procent). Kulturrådets bidragsgivning torde vara repre-

¹⁰² Kulturrådets årsredovisning för 2015.

¹⁰³ Konstnärsnämndens årsredovisning för 2015.

¹⁰⁴ Musikverkets årsredovisning för 2015.

sentativ för hur finansieringen i allmänhet ser ut för kulturverksamheter i Sverige. Kulturrådets bidragsgivning täcker i stort sett hela spektrumet av verksamheter.

5.5 Myndigheternas syn på framtiden för kulturella och kreativa näringar

I sekretariatets intervjuer har frågor ställts om framtiden för kulturella och kreativa näringar sett ur ett myndighetsperspektiv. Svaren kan sammanfattas i följande punkter:

- Man väntar fortfarande på att det ska bli några konkreta åtgärder för kulturella och kreativa näringar i exportsatsningen.
- Det är viktigt med en enhetlig statistik på området.
- Samarbetet mellan kultur- och näringslivssektorn måste öka ännu mer.
- Regionerna vill sannolikt ha mer nationellt stöd för att utveckla kulturella och kreativa näringar.

5.6 Sammanfattande iakttagelser

5.6.1 Kulturella och kreativa näringar inte längre lika prioriterade av regeringen

Regeringen hanterar förvisso frågorna genom att lyfta fram näringens potential i exportsammanhang, men på det nationella planet finns varken särskilda medel avsatta eller någon sammanhållen idé för näringen som liknar den handlingsplan som fanns mellan 2010 och 2012.

Det finns farhågor om att exportsatsningen reducerar näringen till en uppvisningsverksamhet i det statliga sammanhanget. Ännu tycks satsningen inte ha skapat några konkreta resultat för näringen.

Flera skäl finns för att specifika stöd till näringen tonades ned. Trenden i näringslivspolitikerna går mot generella stöd. Många anser att kulturella och kreativa näringar blivit en så pass etablerad bransch att den inte behöver stödjas särskilt i näringspolitikerna. Stöd kan behövas, men då utifrån premisen att de problem som möter företag i kulturella och kreativa näringar liknar de som i allmänhet möter små företag under uppstartsfasen. Det kan bl.a. behövas rådgivning, tillgång till nätverk och finansiering.

Regeringens satsning på information och kunskap om upphovsrätt kan förväntas ha betydelse för verksamheter inom kulturella och kreativa näringar.

5.6.2 Myndighetssamarbete är etablerat

Kulturrådet och Tillväxtverket har i flera år arbetat tillsammans för att utveckla kulturella och kreativa näringar. Samarbetet har främst handlat om att tillhandahålla nätverk, utveckla branschen genom kunskapsunderlag och viss finansiering, verka för internationalisering och nu senast att tillsammans med andra myndigheter ta fram förslag till statistik.

5.6.3 Vissa anser att näringen fortfarande behöver särskilt stöd

Några regioner anser att regeringen borde ta tydligare initiativ. Regionerna menar att det är positivt att kulturella och kreativa näringar nu har blivit etablerade. Samtidigt saknar det statliga system som ska ge stöd förmåga att ta hand om verksamheter inom kulturella och kreativa näringar. Branschen framför krav på särskilda åtgärder för att förbättra just deras villkor. Andra anser att problemen för företagen i kulturella och kreativa näringar liknar de som finns i andra branscher med många småföretagare. Det handlar exempelvis om finansiering och behov av rådgivning. Det är också svårt att veta vilken bransch som har bäst förutsättningar att växa. Därför är det mer effektivt att utforma generella och inte branschspecifika stödsystem.

5.6.4 Finansiering från många håll

Redan en översiktlig genomgång visar att initiativ inom kulturella och kreativa näringar inte nödvändigtvis behöver finansieras genom att man skapar en handlingsplan liknande den som genomfördes 2010–2012. Medel finns att söka såväl från EU-fonder som från olika nationella aktörer. Kulturella och kreativa näringar är ett brett begrepp. Näringsverksamhet bedrivs både i den kulturella kärnan (många konstnärer hanterar sin verksamhet i företagsform) och i verksamheter som ligger längre ut från den kulturella kärnan (design etc.). För de näringar som ligger nära den kulturella kärnan finns många kulturmyndigheter som har specialiserat sig inom olika konstarter. För de verksamheter som ligger längre ut från kärnan finns bl.a. Vinnova, Tillväxtverket och Almi. Det finns risk för att olika finansieringssystem verkar utan inbördes samordning.

Kulturella och kreativa verksamheter har i normalfallet inte uteslutande finansiering från statligt håll. Verksamheterna finansieras med en blandning av offentliga medel (staten, regioner och kommuner) och privata medel, t.ex. försäljning, biljettintäkter och lån. Det innebär att kulturella och kreativa näringar inte nödvändigtvis behöver statliga insatser eller medel för att vara livskraftiga.

6 Slutsatser och reflektioner inför framtiden

Det har gått drygt tre år sedan regeringens satsning avslutades. Denna uppföljnings fokus har varit om satsningen ledde till det resultat som riksdagen och regeringen förväntade sig, dvs.

- att det skapades bättre förutsättningar för att utveckla företagande i kulturella och kreativa näringar
- att det skapades regional tillväxt och ökad konkurrenskraft
- att samverkan mellan näringsliv och kulturliv ökade.

När satsningens resultat har analyserats i denna uppföljning har man skilt på det som åstadkoms i direkt anslutning till satsningens genomförande, t.ex. att inkubatorer bjöd in företag (prestationer) och det som hände därefter (effekter). Vad gäller effekter särskiljs kortsiktiga effekter som t.ex. att företagen fick bättre förutsättningar att utveckla sina affärsidéer under perioden 2011–2013 och långsiktiga effekter som t.ex. att företagen fortfarande är verksamma tre fyra år (hösten 2016) efter satsningen och att de bidrar till tillväxt.

6.1 Förutsättningar för att utveckla företagandet i kulturella och kreativa näringar skapades

Handlingsplanen angav åtgärder inom tio områden, allt från relativt konkreta åtgärder som att utveckla nystartade företag i inkubatorer till mindre konkreta åtgärder som att skapa opinion och att bygga kunskap. För ett i näringspolitiska sammanhang relativt blygsamt belopp, drygt 60 miljoner kronor, skapades mycket verksamhet kring kulturella och kreativa näringar under 2010–2013. Att verksamheten blev omfattande i relation till de pengar som riksdagen anslog beror bl.a. på att olika offentliga aktörer bidrog med ytterligare pengar till ursprungssatsningen, på att genomförande myndigheter snabbt kom igång och kanske främst på att det fanns ett behov och en beredskap hos kulturella och kreativa näringar att omsätta offentliga medel till aktiviteter för att utveckla näringarna. Med de ytterligare pengar som offentliga aktörer bidrog med till ursprungssatsningen kom satsningen att omfatta totalt drygt 100 miljoner kronor.

Sammanfattningsvis bedöms handlingsplanen, framför allt på kort sikt 2010–2013, ha skapat bra förutsättningar för att utveckla företagandet. På längre sikt, dvs. såvitt kan överblickas hösten 2016, bedöms effekterna av vissa åtgärder som har vidtagits inom ramen för handlingsplanen vara mer oklara, medan andra satsningar kan antas ha en mer bestående effekt.

6.1.1 Effektivt genomförande av satsningen

Det är en påtaglig prestation att myndigheternas, framför allt Tillväxtverkets och Vinnovas, arbete genererade närmare hundra projekt inom många områden i de kulturella och kreativa näringarna. På så vis har regeringens handlingsplan synliggjorts för de som är verksamma inom näringen, och området fick en skjuts såväl nationellt som regionalt under 2010–2013. Myndigheterna genomförde satsningen effektivt i den meningen att de på kort tid utformade projekten, skapade utlysningar, bedömde ansökningar, betalade ut pengar och följde upp projekten. Effektiviteten i satsningen främjades sannolikt av att myndigheterna sedan tidigare hade erfarenheter av att hantera projekt som in- och utvalda ansökningar, bedömningar, utbetalningar etc.

6.1.2 Myndigheternas verksamhet ledde till resultat på kort sikt

De tio åtgärdsområden som fanns i handlingsplanen byggde framför allt Vinnova och Tillväxtverket ut till ytterligare ett antal områden. I den utsträckning som det har kunnat bedömas har resultat – på kort sikt – åstadkommit inom alla dessa områden.

Landsomfattande regionalt stöd för kulturella och kreativa näringar

Handlingsplanens enskilt största område, mäklarfunktioner, kostade närmare 40 miljoner kronor eller ca 40 procent av hela den slutliga satsningen på kulturella och kreativa näringar. För de pengarna byggdes regionala funktioner upp i hela landet. Dessa funktioner blev den offentliga part som drev kulturella och kreativa näringar på regional nivå. I början av 2013 hade varje region en strategisk plan för hur näringarna skulle drivas, och det fanns personer, kunskap och processer för att stödja näringarna.

Designbranschen lyftes fram

Satsningen på design var handlingsplanens näst största insatsområde. Vinnova hanterade ansökningar från drygt 220 verksamheter, vilket resulterade i närmare 40 projekt. Dock var en del av dem sådana som låg närmare miljöområdet än kulturella och kreativa näringar. Sett till helheten skapades ändå under 2011–2013 mycket verksamhet som gynnade designbranschen, exempelvis designcheckar, resebidrag och sommar-designkontor.

Utbildningar i entreprenörskap ordnades på konsthögskolor

Kursinnehåll med entreprenörskap hade blivit en integrerad del i utbildningarna vid flera av landets konsthögskolor när regeringens satsning avslutades 2013. Entreprenörskapet blev till sitt innehåll mer inriktat på hur studenten skulle förhålla sig till sin yrkesroll och framtida försörjning än på att lära sig att sälja sig själv. Detta bidrog till att minska de konstnärliga högskolornas initiala skepsis till satsningen.

Mentorer utbildades

Almi fick pengar för att starta en verksamhet med mentorer till företagare i kulturella och kreativa näringar. Under åren när handlingsplanen var i kraft etablerades närmare 800 mentorspar mellan blivande företagare inom kulturella och kreativa näringar och etablerade företagare.

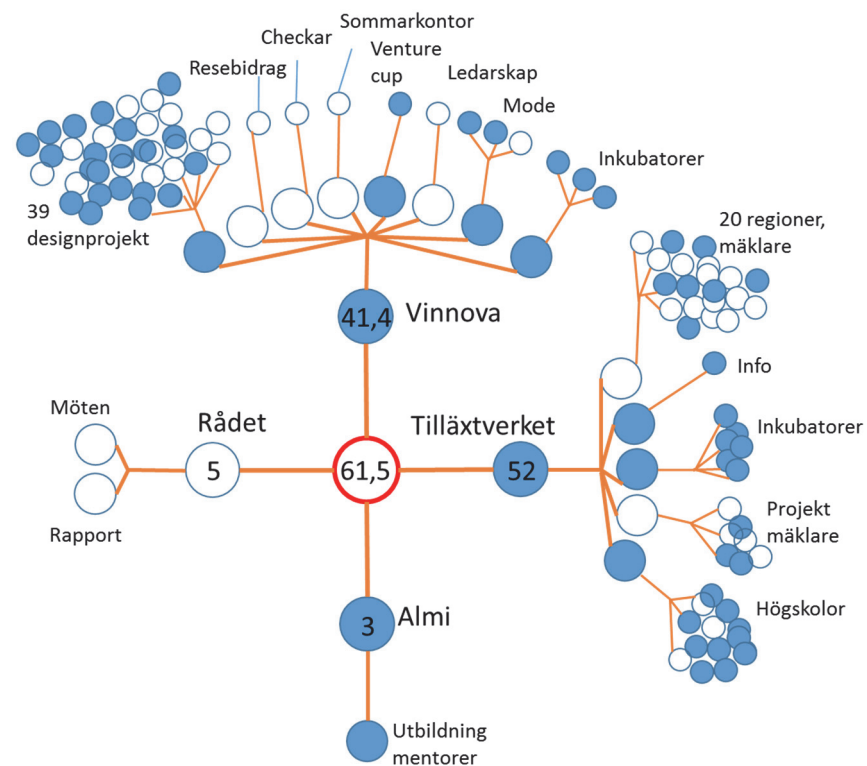
Kunskap producerades

Vinnova och rådet fick tillsammans ca 10 miljoner kronor. Resultatet blev några rapporter som bl.a. handlade om framgångsrika arkitekt- och designföretag samt ledning och kommersialisering av kreativa processer.

6.1.3 På längre sikt är effekterna mer oklara

Figur 10 illustrerar vad som vid uppföljningen bedömdes vara de mer långsiktiga effekterna av satsningen, dvs. hur utfallet är tre till fem år efter satsningen. De långsiktiga resultaten är mer blandade än de kortsiktiga.

Figur 10 Läget hösten 2016



Av figuren framgår att det för vissa av satsningarna är svårt att se några långsiktiga effekter. Dessa är vitmarkerade i figuren. För övriga verksamheter ses mer bestående effekter. De är blåmarkerade i figuren. Siffrorna som anges i figuren är dels regeringens ursprungliga satsning (61,5 miljoner kronor), dels satsningens fördelning på myndigheterna i nästa led. Som nämnts har myndigheterna byggt ut regeringens ursprungliga satsning med ytterligare medel så att den slutligen kom att omfatta drygt 100 miljoner kronor.

Avmattning av intresset i regionerna

Såväl denna uppföljning som den uppföljning som Tillväxtverket lät göra 2015 tyder på att regionernas aktivitet kring kulturella och kreativa näringar är lägre hösten 2016 än vad den var 2013. Det bör dock noteras att kulturella och kreativa näringar nämns i så gott som samtliga regionala kulturplaner, men då tillsammans med många andra initiativ på kulturområdet som också är prioriterade.

Svårt att veta om den kunskap som togs fram har använts

Uppföljningen har inte kunnat påvisa några tecken på att kunskap i form av rapporter från Vinnova eller rådet har fått någon särskilt stor spridning eller användning. Sannolikt hade kunskap och opinionsbildande större betydelse under de år som handlingsplanen var i kraft. Nu är begreppet kulturella och kreativa näringar mer accepterat och branschen mer etablerad.

Flera andra av handlingsplanens satsningar fick ingen fortsättning

Hösten 2016 finns inga satsningar på designcheckar, sommardesignkontor eller resebidrag. Dessa satsningar drevs av branschorganisationer inom design och har inte fått någon fortsättning. Modesatsningen Pop-up stores liksom flera av de projekt som Tillväxtverket satsade på inom ramen för mäklarpuppet, bl.a. organisationen Generator, finns inte heller kvar.

Inga säkra bevis för att näringslivsstöd har långsiktiga effekter

Det är tydligt att det näringspolitiska stöd som gavs inom ramen för handlingsplanen har haft kortsiktiga effekter i form av ökad aktivitetsnivå inom kulturella och kreativa näringar. Statens pengar har i stort sett använts på avsett sätt och många projekt kom igång och drevs under perioden. På längre sikt är effekterna av stödet mer osäkert, vilket även andra myndigheter och forskare har bedömt (se avsnitt 3.9 och 4.8). Inom forskningen har det varit svårt att påvisa skillnader i bl.a. omsättningsökning eller överlevnadsgrad mellan de företag som fått respektive inte fått näringslivsstöd. Företrädare för de som arbetar med eller tar emot stöden menar dock att de har effekt. De anser t.ex. att satsningen i sin helhet har skapat strukturer och kunskap som kan nyttiggöras i det nuvarande arbetet med kulturella och kreativa näringar och därmed även skapa tillväxt.

För vissa andra av handlingsplanens åtgärder har de långsiktiga effekterna emellertid varit mer påtagliga. Detta skildras nedan.

Stödet till inkubatorer har varit framgångsrikt när det gäller bredd och överlevnad

Regeringens mål att öka bredden och den kulturella och kreativa kompetensen i inkubatorerna bedöms vara nått.

Alla inkubatorer är fortfarande verksamma och arbetar i dag bl.a. med företag inom kulturella och kreativa näringar. De företag som fick stöd representerar hela fältet av företag inom kulturella och kreativa näringar från kärnan och utåt, men med en tyngdpunkt på företag som verkar nära marknaden. Överlevnadsgraden har varit god – ca 80 procent av företagen finns kvar. Den siffran står sig väl i jämförelse med traditionella inkubatorer som jobbar med teknikföretag.

Konstnärer utbildas i entreprenörskap

Flertalet av de konsthögskolor som fick stöd för att utveckla inslag av entreprenörskap i sina utbildningar har även i dag kvar sådana inslag i sina utbildningar.

Vissa av Vinnovas designprojekt lever vidare

Även om en del av Vinnovas satsningar på design inte fick någon fortsättning, finns annat som drivs vidare, exempelvis inkubatorn Minc och stiftelsen Venture Cup som delar ut prispengar till kreativa företag.

6.2 Oklart om regional tillväxt och ökad konkurrenskraft har skapats

Bedömningen är att målet om regional tillväxt och ökad konkurrenskraft inte är nått, om man med tillväxt menar mätbara effekter på regionernas ekonomi. Målet var för ambitiöst satt med tanke på att statens bidrag var försumbart i förhållande till de kulturella och kreativa näringarnas totala omsättning i Sverige och med tanke på hur företagande inom kulturella och kreativa näringar tycks fungera.

6.2.1 Flertalet stödda företag har inte vuxit

Inom de områden där handlingsplanen kan tänkas ha haft närmast koppling till tillväxt, såsom direkt företagsstöd i designsatsningen och inkubatorsatsningen, finns inga entydiga forskningsbevis för att stöd leder till tillväxt. I sekretariatets uppföljning av det nittiofem företag som fick stöd inom ramen för inkubatorsatsningen har sekretariatet inte heller, annat än i undantagsfall, funnit belegg för att företagen ökat sin omsättning eller antalet anställda nämnvärt efter

det att handlingsplanen avslutats. Företagen är fortfarande vanligen enpersons-företag med en omsättning på runt 500 000 kronor.

Olika förutsättningar för tillväxt

Spelutvecklingsföretagen är undantaget till huvudregeln att de företag som fick stöd är små. För de sex företag som har lämnat spelinkubatorn har tillväxten generellt sett varit god vad gäller både omsättning och antalet anställda.

6.2.2 Företag i kulturella och kreativa näringar vill inte utöka personalen

Enligt undersökningar (se avsnitt 4.7) arbetar företag i kulturella och kreativa näringar gärna i nätverk och med andra företag som kunder. Man samverkar gärna med andra företag i olika projekt, men behåller samtidigt det egna företagets lilla storlek.

Näringen växer

Att satsa på kulturella och kreativa företag tycks således inte vara någon garanti för tillväxt om man med tillväxt menar att de företag som stöds växer i omsättning eller antal anställda. Det bör dock noteras att antalet verksamma företag i kulturella och kreativa näringar har ökat stadigt sedan 2007. Tillväxten i branschen har varit ett par procent högre än den genomsnittliga tillväxten för andra branscher, samtidigt som kulturella och kreativa näringars totala bidrag till BNP än så länge är blygsamt relativt vissa andra näringar, ca 4 procent.

Storbritannien brukar framhållas som förebild för andra länders satsningar på kulturella och kreativa näringar. Storbritanniens regering har arbetat aktivt med frågan sedan slutet av 1990-talet. Bland annat har sektorn definierats och dess bidrag till näringslivets tillväxt följs upp kontinuerligt. I Storbritannien beräknas kulturella och kreativa näringar inte heller bidra till en särskilt stor del av BNP, lite drygt 5 procent. Då ska också noteras att man i Storbritannien även räknar tjänster i it-sektorn till kulturella och kreativa näringar. It-sektorn står för drygt 40 procent av förädlingsvärdet i Storbritanniens kulturella och kreativa näringar. Precis som i Sverige är tillväxten inom kulturella och kreativa näringar högre än för övrigt näringsliv.¹⁰⁵

Näringarnas bidrag till ekonomins tillväxt kan dock tänkas följa andra, mer indirekta vägar än att de kulturella och kreativa företagen växer.

6.2.3 Näringens bidrag till BNP kan vara större

De som företräder kulturella och kreativa näringar menar att de tjänster som produceras inom näringen i flera fall kapitaliseras av företag längre ut i

¹⁰⁵ *Creative Industries Economic Estimates*, januari 2016, Department for Culture, Media and Sports.

näringskedjan, t.ex. inom it-sektorn eller besöksnäringen. På något sätt borde detta extra värde kunna mätas, menar man.

Ett sätt skulle kunna vara att beräkna hur stor andel av en annan branschs förädlingsvärde som har uppstått tack vare en tjänst som har utvecklats i kulturella och kreativa näringar och därmed skulle kunna tillgodoräknas kulturella och kreativa näringar. Då skulle det kunna visas att sektorns bidrag till BNP är större än 4 procent. Sådana beräkningar är dock inte helt självklara eller alldeles enkla att göra eftersom alla branscher i större eller mindre utsträckning bygger på bidrag från andra branscher. I nationalräkenskapssammanhang är det därför svårt att visa kulturella och kreativa näringars bidrag till tillväxten på annat sätt än vad som görs i dag.

Andra sätt att visa på näringens bidrag till tillväxten

En möjlighet att visa på kulturella och kreativa näringars bidrag till tillväxten är givetvis att vidga definitionen av vilka branscher som ingår i näringen. Tillväxtverket räknar t.ex. bort butiksledet (inklusive e-handel) i modebranschen. Om det ledet skulle vara med skulle bidraget till BNP öka betydligt. Likaväl kan dock sägas att Tillväxtverket räknar in för många branscher redan som det är, t.ex. dagstidningar och reklambyråer. Om dessa räknas bort blir bidraget till BNP mindre.¹⁰⁶

Ett ytterligare sätt att visa hur näringen bidrar till tillväxt i fler branscher är att göra mer avgränsade regionalekonomiska studier. Sådana har bl.a. gjorts för Kulturhuvudstadsåret i Umeå och visar att kulturutbudet ledde till en ökning av antalet bokade hotellnätter.¹⁰⁷ Andra indirekta effekter som kulturella och kreativa näringar kan ha på andra branscher förs fram i forskning om innovation. Man menar att näringen ger kreativ input till nytt innehåll i teknik och andra produkter som får ekonomin att växa.¹⁰⁸ I en konsultrapport till Unesco redovisas att kulturellt och kreativt innehåll är det som driver den digitala ekonomin. Beräkningar har gjorts på världsomspännande nivå. Det kulturella innehållet är med bred marginal den största intäktskällan i den digitala ekonomin.¹⁰⁹

6.3 Mer samverkan mellan näringslivet och kulturlivet först efter satsningen

I handlingsplanen uttrycktes förhoppningar om en närmare samverkan mellan näringslivet och kulturen. Förhoppningen kom bl.a. till uttryck i att regeringen förutsatte att de huvudansvariga myndigheterna Tillväxtverket och Vinnova

¹⁰⁶ Se bilaga 1 i *Förutsättningar för kulturella och kreativa företag*, Tillväxtverket, 2015.

¹⁰⁷ *Ex-post Evaluation of The European Capitals of Culture*, EU-kommissionen, 2015.

¹⁰⁸ *Kulturella och kreativa näringarna 2012, Statistik och jämförelser*, Joakim Sternö & Tobias Nielsén, Volante, 2012.

¹⁰⁹ *Cultural times – The first global map of cultural and creative industries*, december 2015, rapport skriven av konsultbolaget Ernst & Young.

skulle samverka med kulturmyndigheter, bl.a. Kulturrådet, i de flesta uppdragen.

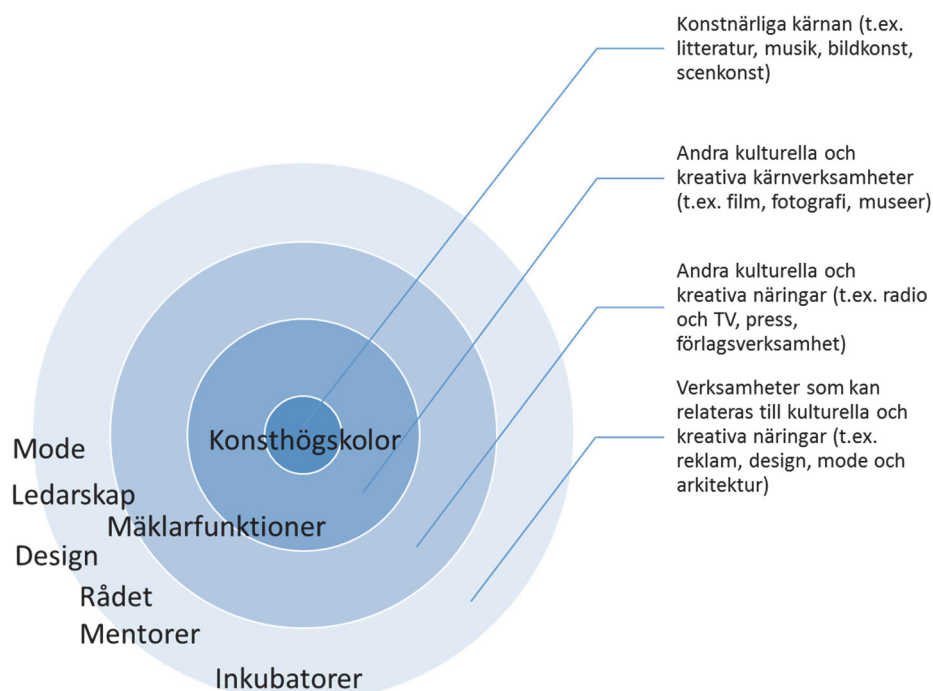
De förhoppningar som regeringen hade infriades dock inte. Kulturmyndigheterna kände sig underordnade i samarbetet och ansåg inte heller att deras kunskap togs till vara. De näringspolitiska myndigheterna ansåg å sin sida att kulturmyndigheterna inte engagerade sig tillräckligt i de åtgärder som planerades.

6.3.1 Svårt att samverka om det handlar för mycket om tillväxt

Att samverkan inte fungerade som det var tänkt kan ha flera orsaker. En viktig bidragande orsak var säkerligen att i stort sett alla pengar i satsningen hanterades av de två stora näringslivsmyndigheterna Tillväxtverket och Vinnova. Dessa myndigheter arbetade också i relativt stor utsträckning med traditionella näringspolitiska åtgärder såsom företagsstöd i olika former. Att de gjorde det är inte heller så överraskande mot bakgrund av att regeringen såvitt kan utläsas av handlingsplanen främst betonade tillväxt som motiv för sina satsningar.

Kulturella och kreativa näringar består av olika delbranscher, var och en med sin särart och sina förutsättningar att driva och finansiera sin verksamhet. Figur 11 visar hur handlingsplanens olika åtgärder till övervägande del inriktats mot verksamheter som låg relativt långt från den kulturella kärnan.

Figur 11 Statens åtgärder i handlingsplanen låg långt från den kulturella kärnan



Som har framgått av rapporten är kulturmyndigheterna främst specialiserade på att stödja och utveckla verksamheter nära den kulturella kärnan. Många av dessa verksamheter kan inte enbart finansieras av en marknad, åtminstone inte om de ska vara tillgängliga för alla. Tankar om tillväxt och kommersialisering följer en annan logik i den kulturella kärnan än i dess periferi. I periferin finns de verksamheter som regeringen valde att lägga tyngdpunkten på i handlingsplanen. Dessa verksamheter ligger närmare marknaden och därmed möjligheter för kommersialisering och tillväxt. Det är också inom denna sfär som Tillväxtverket och Vinnova är specialiserade. Mot bakgrund av myndigheternas olika inriktning och logik i den kulturella och kreativa sfären är det kanske inte så anmärkningsvärt att man under handlingsplanens genomförande inte samverkade fullt ut. Man hade svårt att förstå och dra nytta av varandra.

6.3.2 Samverkan försvårades också av otydligheter i satsningens inriktning

I handlingsplanen definierades inte kulturella och kreativa näringar. Avsaknaden av en definition kan ha skapat en förhoppning hos kulturmyndigheterna om att satsningen skulle ha haft ett mer kulturellt innehåll än vad som faktiskt

blev fallet. Detta i kombination med att kulturmyndigheterna själva inte förfogade över några pengar för att utforma åtgärder kan ha lett till en besvikelse som var en belastning för samarbetet.

Nu anser kulturmyndigheterna och näringslivsmyndigheterna att samarbetet fungerar bättre. Ett viktigt skäl för det är att regeringen inte, som i fallet med handlingsplanen, har föreskrivit samverkan och avgränsat satsningarna till specifika sektorer såsom mode och design. Nu samarbetar man för att man vill, inte för att man måste.

6.4 Reflektioner om framtida policy på området

Utöver att undersöka om satsningens genomförande och resultat ligger i linje med de målsättningar som beslutades i regeringens handlingsplan finns ett annat viktigt syfte med denna uppföljning, nämligen att ge näringsutskottet ökad kunskap och ett fördjupat beslutsunderlag inför beredningen av kommande ärenden som berör frågor om näringslivsstöd. I det avseendet kan uppföljningen motivera följande reflektioner.

6.4.1 Handlingsplaner kan ha ett värde om vissa villkor uppfylls

Staten bör inte ersätta marknaden

I handlingsplanen, liksom för en del andra näringspolitiska stöd, finns en risk för att staten stöder näringar som skulle vara lönsamma på en öppen marknad utan stöd. Om statliga stöd ska ges bör det finnas argument för att detta stöd kompletterar det som marknaden kan tillhandahålla. I fallet med handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar fick många verksamheter nära marknaden stöd. I handlingsplanen framförs många argument för att kulturella och kreativa näringar är en framtidsbransch, men inga argument för varför branschen behöver statliga stöd för att växa.

En handlingsplan skapar fokus

Genom en handlingsplan och en relativt begränsad summa pengar kan mycket aktivitet skapas kring en fråga. Det visar satsningen på kulturella och kreativa näringar. Branschen var utvecklingsbar, det fanns en stor efterfrågan på åtgärder som den politiska nivån kunde ta fasta på och utveckla till en handlingsplan. Därmed kunde en stor hävstångseffekt och ett starkt fokus skapas under en begränsad tid.

Se till att ge tillräcklig tid för handlingsplanen

Flertalet av de intervjuade framhåller att satsningen genomfördes under alltför kort tid. Många verksamheter hade precis kommit igång och börjat ge resultat när satsningen avslutades. Det ingår många moment i en satsning som handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar. Involverade myndigheter

måste samlas och ena sig, utlysningar måste ordnas, ansökningar prövas, projektmedel betalas ut och uppföljningar genomföras. Det bör också finnas tid att samla ihop erfarenheter för att lära inför en eventuell kommande handlingsplan eller liknande initiativ. Då är tre års tid för genomförande, som var fallet med handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar, inte tillräckligt.

Ha rätt förväntningar på en handlingsplan

I en handlingsplan bör ambitionen, dvs. målen, anpassas till de medel man har till förfogande. Det är inte realistiskt att förvänta sig att en monetärt och tidsmässigt begränsad insats ska leda till tillväxt. En handlingsplan med kort tids horisont och begränsade medel bör snarast styras mot kortsiktiga mål av typen ”skapa förutsättningar för ...” eller ”öka samverkan mellan ...”. Ett annat sätt att säga detta är att handlingsplanen bör innehålla mål där de inblandade aktörerna har möjlighet att påverka utfallet.

Om en bransch ska stödjas bör motiv och målgrupp avgränsas noga

I handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar definierade regeringen inte den sektor som skulle stödjas. Samtidigt ställde man krav på att stödet skulle leda till tillväxt och ökad konkurrenskraft. Som har framgått kom regeringens satsning att inriktats på en mycket bred uppsättning projekt, långt ifrån alla med tillväxtpotential. Om satsningens målgrupp hade definierats utifrån tillväxtpotential skulle fler projekt än vad som blev fallet ha riktats till de aktörer som stod närmast marknaden, t.ex. mode och spel. Den verksamhet som gör tillväxten möjlig, den kulturella kärnan, behöver också stödjas, men inte med argument om tillväxt. En jämförelse kan göras med grundforskning respektive tillämpad forskning. Båda bidrar med kunskap och därmed tillväxt i samhället, men grundforskningen brukar inte främst motiveras med instrumentella argument om tillväxt. Ett och samma stöd bör inte heller användas för att finansiera grundforskning och tillämpad forskning, lika lite som samma stöd bör användas för att finansiera både tillväxtnäringar och den kulturella kärnan.

Ett annat motiv för avgränsning är att kulturella och kreativa näringar långt ifrån är en homogen företeelse. Många helt olika typer av verksamheter ryms inom näringen. Det är stor skillnad i drivkrafter och förutsättningar för kommersialisering mellan den enskilda bildkonstnären och ett företag som utvecklar dataspel med sikte på den internationella marknaden, likaväl som det är stor skillnad mellan två företag i näringen som förvisso arbetar i samma bransch, säg spel eller mode, men där det ena är nystartat och det andra redan etablerat med storskalig försäljning på en världsmarknad. Genom allmänna formuleringar och avsaknad av definition av kulturella och kreativa näringar gav regeringens handlingsplan i vissa avseenden ett intryck av att alla typer av verksamheter inom näringen kunde få stöd. Samtidigt är det uppenbart att det multinationella modeföretaget inte behöver stöd och att stödet som riktas till

en enskild konstnär bör skilja sig från det som riktas till ett nystartat bolag i spelbranschen.

Ha god kännedom om hur den näring som får stöd finansierar sig i övrigt

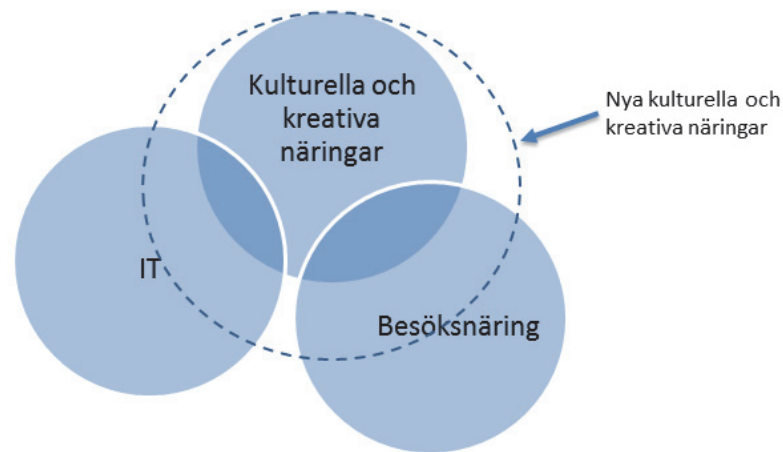
I uppföljningen visas att verksamheter inom kulturella och kreativa näringar kan finna finansiering från många håll. Det fördes dock få resonemang från regeringens och myndigheternas sida om hur andra finansieringskällor länkar in i det stöd som regeringen gav. Kulturella och kreativa näringar kan finansieras både av kulturmyndigheter inom olika konstområden och av näringslivsmyndigheter. Därtill kommer bl.a. EU-fonder. Handlingsplaner och andra typer av näringslivsstöd ska grundas på god kännedom om de olika stödordningar och logiker som gäller verksamheter i de branscher man vill stödja. Annars finns risk att man parallellt finansierar samma sak, men med olika syften och eventuellt med mer pengar än nödvändigt. Om en ny satsning ska utformas bör hänsyn tas till hur hela marknaden för finansiering ser ut.

6.4.2 Ha en realistisk syn på näringen och statens roll

Ovan redovisades behovet av att avgränsa statliga stöd inom kulturella och kreativa näringar till de delbranscher eller aktörer inom delbranscher som behöver stödet. För att kunna göra sådana avgränsningar är det naturligt att tänka sig att man också behöver skapa en sådan bransch, nämligen kulturella och kreativa näringar. Samtidigt kan det finnas problem med att definiera en näring.

Risken med att definiera en näring

Tillväxtverket har fått i uppdrag av regeringen att fastställa en definition av kulturella och kreativa näringar. När en bransch som kulturella och kreativa näringar definieras skapas i teorin åtminstone två grupper: de som omfattas av begreppet och de som inte omfattas. Om staten utöver att skapa två grupper även kopplar förmåner (bidrag, status, synlighet etc.) till den grupp som är med kommer gruppen som inte är med sannolikt att vilja inkluderas. Den grupp som är med kan antas vilja motverka detta eftersom de resurser man får kommer att spridas på flera. En dragkamp uppstår då sannolikt vilket – om man vill undvika konflikter – resulterar i att branschen utvidgas så långt att det inte längre är meningsfullt att försöka avgränsa den. Den kommer i stället att bestå av en mängd delbranscher som överlappar redan existerande branscher vilka i sin tur mest troligt värnar sina egna intressen. En tänkbar utveckling redovisas i figur 12 nedan.

Figur 12 Definitionen av näringen blir allt vidare

Utöver risken att branschen utvidgas är det också svårt att avgränsa vad som är ett kulturellt och kreativt innehåll i en viss vara eller tjänst. Throsbys modell passar inte riktigt den digitala eran. Ett exempel är de många företag som utvecklar applikationer (appar) för mobila plattformar. Apparna har i delar ett klart kulturellt och kreativt innehåll – exempelvis appens design. Samtidigt byggs appen med teknik. Är den då en tekniklösning eller är det en kulturell och kreativ tjänst? Vilken bransch ska göra störst anspråk på att vara en tillväxtbransch – teknik/it eller kulturella och kreativa näringar?

Statliga stöd utifrån en statlig definition av kulturella och kreativa näringar kommer sannolikt att ha svårt att passa verkligheten. Om näringspolitikens mål är tillväxt framstår det som enklare att satsa på generella stöd till företag med tillväxtpotential oavsett vilken bransch de tillhör.

Samtidigt finns det i andra sammanhang ett behov av att identifiera och avgränsa ett näringsområde. Det kan bl.a. handla om att visa näringens betydelse för ekonomin eller att hitta problem och lösningar som är gemensamma för många verksamheter inom näringen. Det kan också handla om att hitta nya kopplingar mellan olika branscher.

Att ha både ett avgränsat och ett utvidgat synsätt på branschen behöver inte vara ett problem

Om man ser att en avgränsad respektive en utvidgad definition av kulturella och kreativa näringar kan och bör ha olika syften blir det enklare att hantera eventuella problem med hur sektorn definieras.

En avgränsad definition är nödvändig i ett sammanhang där staten ska vara en kompletterande marknadsaktör och där statliga stöd ska delas ut. Med en alltför bred definition kommer statens stöd inte att vara träffsäkert, dvs. hitta de verksamheter som tydligt hör hemma i kulturella och kreativa näringar och som kan behöva stöd eftersom de inte klarar sig på marknadens villkor.

En utvidgad definition kan behövas för att visa branschens betydelse m.m. Samtidigt bör man också vara tydlig med att det i beskrivningen av kulturella och kreativa näringar då ingår verksamheter som lika gärna kan tillhöra andra branscher såsom digital teknik och turism och att många av de verksamheter som ingår i den utvidgade definitionen inte uppenbart behöver vara föremål för statliga åtgärder, som t.ex. handlingsplaner eller statligt stöd.

Referenser

Riksdagstryck

Prop. 2009/10:175 Offentlig förvaltning för demokrati, delaktighet och tillväxt

Prop. 2016/17:1 utgiftsområde 5

Prop. 2016/17:1 utgiftsområde 17

Prop. 2015/16:1 utgiftsområde 24

2015/16:RFR4 *Är samverkan modellen?*

Regeringsbeslut

Den nationella innovationsstrategin, dnr N2012.27

Dir. 2015:10

En nationell strategi för hållbar regional tillväxt och attraktionskraft 2015–2020, dnr N2015.31.

Handlingsplan för kulturella och kreativa näringar

Regeringsbeslut 2009-09-17, N2009/6120/ENT

Regeringsbeslut 2010-06-10, N2009/8901/ENT (delvis)

Regeringsbeslut 2010-12-16, N2009/8901/ENT (delvis)

Regeringsbeslut 2016-03-17, N2016/02167/IF

Regeringsbeslut 2016-07-14, UD2016/12789/FH

Skrivelse 2015/16:48 *Regeringens exportstrategi*

Offentliga utredningar

SOU 2007:75 *Att styra staten – regeringens styrning av sin förvaltning*

SOU 2016:72 *Entreprenörskap i det tjugoförsta århundradet*

Rapporter och artiklar

A control group study of incubators' impact to promote firm survival, Michael Schwartz, i *Journal of Technology Transfer*, 2013

Att leva på sin talang – kreatörers behov av entreprenörskap, KK-stiftelsen, 2005

Creative Industries Economic Estimates, januari 2016, Department for Culture, Media and Sport

- CRED slutrapport till Tillväxtverket, januari 2013*
- Cultural times – The first global map of cultural and creative industries, December 2015, rapport av konsultbolaget Ernst & Young.*
- Effektutvärdering av stöd till näringslivet genom såddfinansiering och inkubatorer, Västra Götalandsregionen, 2011:01*
- Ex-post Evaluation of The European Capitals of Culture, EU-kommissionen, 2015*
- Förutsättningar för en samlad och systematisk uppföljning av kvalitet, produktivitet och effektivitet i offentlig sektor, Statskontoret, 2011:13*
- Förutsättningar för kulturella och kreativa företag, Tillväxtverket, 2015*
- Handbook on price and volume measures in national accounts, Eurostat, 2001*
- Ekonomistyrningsverket, rapport Handledning resultatredovisning, ESV 2012:42*
- Inkubatorer för kulturella och kreativa näringar, Tillväxtverket, 2013, dnr 012-2011-0002*
- Innehållsinnovation och internationell tillväxt i kreativa näringar, november 2015, Kreativ Sektor*
- Kapitalförsörjningssituationen i kulturella näringar, pm, 2010, Tillväxtanalys*
- Kapitalförsörjningssituationen i små och medelstora företag, regleringsbrevsuppdrag 3/2010, Tillväxtanalys*
- Kompetensutveckling av kultur- och näringslivsaktörer inklusive hur kulturella och kreativa verksamheter utvecklas samt påverkar utvecklingen av IT och nya medier, Tillväxtverket, 2013*
- Kulturnäringar i svensk statistik, Rapport 2009:06, Tillväxtanalys*
- Kulturella och kreativa näringar, Konstnärliga och litterära yrkesutövares samarbetsnämnd (Klys), 2011*
- Kulturella och kreativa näringarna 2012, Statistik och jämförelser, Joakim Sternö & Tobias Nielsén, Volante, 2012*
- Kulturmyndigheternas arbete med kulturella och kreativa näringar, Riksantikvarieämbetet, 2012, dnr 301-1835-2012*
- Modeinkubatorns slutrapport till Vinnova, dnr 2011-04005, 2014*
- Pilotprogrammet för utvecklingscheckar inom hälsa, vård och omsorg samt kulturella och kreativa näringar – slututvärdering, Ramböll, 2013*
- Pilotsatsningen på inkubatorer i kulturella och kreativa näringar – utvärdering, Ramböll, februari 2013*

Rapport, organisk processmetod – om konstnärskap och entreprenörskap, Transit Kulturinkubator, januari 2013

Regionalt utvecklingsarbete med kulturella och kreativa näringar, Volante, 2015

Science parks and the development of NTBF:s location, survival and growth, Ferguson & Olofsson, Journal of Technology Transfer, 2004

Slutrapport – entreprenörskap i kulturella och kreativa utbildningar, dnr 012-2009-907386, Tillväxtverket, 2013

Slutrapport från Ideon Innovation, inkom till Tillväxtverket den 17 oktober 2013

Slutrapport från Jönköping Science Park, inkom till Tillväxtverket den 1 juli 2013

Slutrapporter från Movexum till Tillväxtverket, den 31 maj 2013 och den 5 september 2013

Slutrapport för uppdrag avseende fortsatt utveckling av inkubatorer, företags-hotell och liknande som är anpassade för kulturella och kreativa näringar, Vinnova, 2013, dnr 2011-00001

Slutrapport av uppdrag avseende innovation och design inom regeringens handlingsplan för kulturella och kreativa näringar, Vinnova, 2013, dnr 2010-01486

Slutrapport – Mäklarfunktioner/nätverk/modeller för samverkan, Tillväxtverket den 31 januari 2013, dnr 012-2010-2662

Statliga stöd till innovation och företagande, Riksrevisionen, RiR 2016:22

Svensk medverkan i EU-programmet Kreativa Europa 2015, Kulturrådet, 2016

The concentric circles model of cultural industries, David Throsby, 2008 i Cultural Trends, vol. 17

The Game Incubators slutrapport till Vinnova, dnr 2011-04002

Tillväxt genom stöd, Tillväxtanalys, 2015

Tre förslag för tillväxt och innovation med Kulturella och kreativa näringar, Rådet för kulturella och kreativa näringar, den 31 december 2012

Uminova slutrapport till Tillväxtverket, den 29 maj 2013

Utvärdering av KreaNord, Nordiska ministerrådet, 2015

Webbplatser

www.allabolag.se

<http://www.almi.se>

<http://www.ekonomifakta.se>

<http://ec.europa.eu>

<http://www.kulturradet.se>

<http://modeink.se>

<http://www.nfh.se>

<https://www.riksutställningar.se>

<http://www.tillvaxtverket.se>

<http://www.vinnova.se>

www.gsp.se

<http://www.uminovaexpression.se>

<http://volanteresearch.com>

Intervjuer

Kulturrådet

Tillväxtverket

Vinnova

Transit Kulturinkubator

Ideon – The Creative Plot (telefonintervju)

Övrigt

Filminstitutets årsredovisning för 2015

Konstnärsnämndens årsredovisning för 2015

Kulturrådets årsredovisning för 2015

Minnesanteckningar från nationellt dialogmöte om utveckling på nationell och regional nivå kring kulturella och kreativa näringar vid idékonventet i Malmö den 19 november 2015

Musikverkets årsredovisning för 2015

2014/15:RFR1	MILJÖ- OCH JORDBRUKSUTSKOTTET Stöd till lokala åtgärder mot övergödning
2014/15:RFR2	TRAFIKUTSKOTTET Hållbara analyser? Om samhällsekonomiska analyser inom transportsektorn med särskild hänsyn till hållbar utveckling
2014/15:RFR3	TRAFIKUTSKOTTET Trafikutskottets offentliga utfrågning om järnvägens vägval
2014/15:RFR4	FÖRSVARsutskottet Blev det som vi tänkt oss? En uppföljning av vissa frågor i det försvarspolitiska inriktningsbeslutet 2009
2014/15:RFR5	UTBILDNINGsutskottet Autonomi och kvalitet – ett uppföljningsprojekt om implementering och effekter av två högskolereformer i Sverige Huvudrapport
2014/15:RFR6	UTBILDNINGsutskottet Autonomi och kvalitet – ett uppföljningsprojekt om implementering och effekter av två högskolereformer i Sverige Delredovisning 3: Enkätundersökning till studieansvariga
2014/15:RFR7	UTBILDNINGsutskottet Autonomi och kvalitet – ett uppföljningsprojekt om implementering och effekter av två högskolereformer i Sverige Delredovisning 4: Den fallstudiebaserade undersökningens första fas
2014/15:RFR8	TRAFIKUTSKOTTET Seminarium om samhällsekonomiska analyser
2014/15:RFR9	TRAFIKUTSKOTTET Sjöfartsnäringen och dess konkurrenskraft
2014/15:RFR10	SKATTEUTSKOTTET Skattebefriade bränslen i industriella processer, så kallade råvarubränslen
2014/15:RFR11	UTBILDNINGsutskottet Utbildningsutskottets offentliga utfrågning om idrott och fysisk aktivitet i skolan – ett sätt att stärka inlärning och hälsa
2014/15:RFR12	KONSTITUTIONsutskottet Konstitutionsutskottets hearing om journalisters och medie-redaktioners säkerhet och arbetsförutsättningar
2014/15:RFR13	SOCIALFÖRSÄKRINGSUTSKOTTET Finsam – en uppföljning av finansiell samordning av rehabiliteringsinsatser
2014/15:RFR14	SOCIALFÖRSÄKRINGSUTSKOTTET Socialförsäkringsutskottets offentliga utfrågning om Finsam – finansiell samordning av rehabiliteringsinsatser
2014/15:RFR15	SKATTEUTSKOTTET Skatteutskottets seminarium om internationellt samarbete mot skatteflykt

- 2014/15:RFR16 NÄRINGSUTSKOTTET OCH UTRIKESUTSKOTTET
Offentlig utfrågning om ett handelsavtal mellan EU och USA
(TTIP)
- 2014/15:RFR17 CIVILUTSKOTTET
Civilutskottets offentliga utfrågning om unga vuxnas möjlighet att
finansiera ett eget boende

2015/16:RFR1	KONSTITUTIONSUTSKOTTET Statsråds medverkan i konstitutionsutskottets granskning
2015/16:RFR2	FINANSUTSKOTTET Finansutskottets offentliga utfrågning om den aktuella penningpolitiken den 24 september 2015
2015/16:RFR3	FÖRSVARSKOTTET Om krisen eller kriget kommer – En uppföljning av informationsinsatser till allmänheten om den enskildes ansvar och beredskap Huvudrapport och Bilagor
2015/16:RFR4	KULTURUTSKOTTET Är samverkan modellen? En uppföljning och utvärdering av kultursamverkansmodellen
2015/16:RFR5	FINANSUTSKOTTET Öppna utfrågning om den aktuella penningpolitiken den 12 november 2015
2015/16:RFR6	FINANSUTSKOTTET Utvärdering av Riksbankens penningpolitik 2010–2015
2015/16:RFR7	FINANSUTSKOTTET Review of the Riksbank's Monetary Policy 2010-2015
2015/16:RFR8	SKATTEUTSKOTTET Punktskatteshöjningar på alkohol- och tobaksprodukter – skatteeffekter och påverkan på den oregistrerade anskaffningen av dessa produkter
2015/16:RFR9	CIVILUTSKOTTET Miljömärkning av produkter – En översikt över de miljömärkningar av produkter som finns i Sverige och i de övriga nordiska länderna
2015/16:RFR10	KONSTITUTIONSUTSKOTTET OCH JUSTITIEUTSKOTTET Konstitutionsutskottets och justitieutskottets hearing om radikaliserings och rekrytering till våldsbejakande extremism i den digitala miljön
2015/16:RFR11	KULTURUTSKOTTET Kulturutskottets seminarium om kultursamverkansmodellen
2015/16:RFR12	FINANSUTSKOTTET Offentlig utfrågning om den aktuella penningpolitiken 23 februari 2016
2015/16:RFR13	SOCIALUTSKOTTET Cancervården – utmaningar och möjligheter
2015/16:RFR14	TRAFIKUTSKOTTET Kollektivtrafiklagen – en uppföljning
2015/16:RFR15	CIVILUTSKOTTET Inventering av forskning inom civilutskottets beredningsområde 2016

2015/16:RFR16	UTBILDNINGSKOTTET Utbildningsutskottets offentliga utfrågning inför proposition om forskning och innovation
2015/16RFR17	KULTURUTSKOTTET Offentlig utfrågning om förutsättningar för svensk film
2015/16RFR18	UTBILDNINGSKOTTET Digitaliseringen i skolan – dess påverkan på kvalitet, likvärdighet och resultat i utbildningen
2015/16RFR19	UTBILDNINGSKOTTET Autonomi och kvalitet – ett uppföljningsprojekt om implementering och effekter av två högskolereformer i Sverige
2015/16RFR20	FINANSUTSKOTTET Offentlig utfrågning om utvärderingen av penningpolitiken 2010-2015 12 maj 2015
2015/16RFR21	FINANSUTSKOTTET Öppen utfrågning om Finanspolitiska rådets rapport 2016
2015/16RFR22	UTBILDNINGSKOTTET Utbildningsutskottets öppna utfrågning om lärarbrist
2015/16RFR23	SOCIALUTSKOTTET Socialutskottets seminarium om cancervården – utmaningar och möjligheter
2015/16RFR24	UTBILDNINGSKOTTET Utbildningsutskottets öppna utfrågning om brist på utbildade inom naturvetenskap och teknik
2015/16RFR25	NÄRINGSUTSKOTTET Näringsutskottets offentliga utfrågning om piratkopiering och andra rättighetsintrång på den digitala marknaden
2015/16RFR26	TRAFIKUTSKOTTET Offentlig utfrågning om finansieringsmodeller för transportinfrastruktur
2015/16RFR27	CIVILUTSKOTTET Civilutskottets offentliga utfrågning om familjerätten är i takt med tiden

2016/17:RFR1	TRAFIKUTSKOTTET It-infrastrukturen – i dag och i framtiden
2016/17:RFR2	CIVILUTSKOTTET Uppföljning av den nya fastighetsmäklarlagen
2016/17:RFR3	FINANSUTSKOTTET Offentlig utfrågning om den aktuella penningpolitiken den 27 september 2016
2016/17:RFR4	UTBILDNINGSPOLITIKUTSKOTTET Forskarskolor för lärare och förskollärare – en uppföljning av fyra statliga satsningar
2016/17:RFR5	FINANSUTSKOTTET Öppen utfrågning om den aktuella penningpolitiken den 15 november 2016
2016/17:RFR6	SOCIALFÖRSÄKRINGSUTSKOTTET Socialförsäkringsutskottets offentliga utfrågning om Finsams fortsatta utveckling - nästa steg
2016/17:RFR7	MILJÖ- OCH JORDBRUKSPOLITIKUTSKOTTET Uppföljning av systemet med överlåtbara fiskerättigheter i det pelagiska fisket
2016/17:RFR8	SKATTEUTSKOTTET OCH NÄRINGSUTSKOTTET Konkurrenskraften hos svenska multinationella företag i ljuset av nya regler inom internationell beskattning
2016/17:RFR9	CIVILUTSKOTTET Civilutskottets offentliga utfrågning om marknadsföring i sociala medier