

Motion till riksdagen 2012/13:N359

av **Isak From (S)**

Umeå 2014 kan ge svenska näringar ny global konkurrenskraft

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att regeringen bör använda kulturhuvudstadsåret 2014 för att belysa områdena svenska dator- och tv-spel, design, film, moderna medier, mode och besöksnäring.

Motivering

Det finns en stark drivkraft inom de kreativa och kulturella näringarna att söka andra värden än de ekonomiska. Detta påverkar hur man uppfattar landet, regionen eller staden som attraktiv, och var man väljer att bosätta sig. De kulturella och kreativa näringarna präglas av en stor rörlighet, det är ett frilanssamhälle, där den kreativa kompetensen är råvaran. Det är ett intellektuellt kapital som lätt kan flyttas med personen. Nya kontor växer fram på kaféer eller i kontorskollektiv. Rörligheten ställer krav på bra infrastruktur, inte bara ur traditionell mening utan också ur helt nya perspektiv.

För att lyckas med denna omställning är det avgörande att se hur de strukturella system som vi har byggt upp kring industrisamhällets förutsättningar kan anpassas efter de nya förutsättningar som gäller inom den kulturella och kreativa näringen. Det är också av stor vikt att hitta sätt för de traditionella näringarna och de kreativa näringarna att mötas. Hur kan dessa olika sektorer dra nytta av varandra?

De kulturella och kreativa näringarna ligger i gränslandet mellan de kulturella och de företagsekonomiska sektorerna. Det skapar ofta debatt och problematik kring frågeställningar som lönsamhet, massproduktion, tillväxt med mera. De kulturella värdena ställs mot de ekonomiska värdena.

Vår utmaning är att ta vara på den potential som kulturen och kreativiteten har och hitta sätt att följa upp de värden som inte kan mätas i traditionella

Fel! Okänt namn på

ekonomiska termer. Vi behöver se den kreativa förmågan som en kompetens i sig. En ökad förståelse för hur den kreativa kompetensen kan användas, för att höja värdet eller öka lönsamheten inom andra sektorer, behöver skapas.

I den kreativa ekonomin säljer man kreativitet och inte effektivitet. Här finns en stor potential som kan bidra till att skapa större värden för landet och regionen.

Ett land, en stad eller ett företag som inte förnyas riskerar att halka efter sina konkurrenter. Kultur och kreativa samarbeten kan vara ett sätt att utveckla verksamheten för att öka konkurrenskraften.

Näringsarnas stora värde som sysselsättningsbidrag ligger i dess förmåga att vara en dynamo, eller generator, inom andra branschers utvecklingsarbete. Det förutsättningslösa och vida synsättet som näringen representerar är av stor betydelse i alla Sveriges branscher och har en stor utvecklingspotential.

För att möjliggöra detta krävs att den kompetens som näringen innefattar på ett bättre sätt synliggörs för aktörer inom andra branscher samtidigt som dessa ges insikter om de värden som näringen kan tillföra. I många fall upplevs generella problem som branschspecifika, varför en större öppenhet krävs. Några generella metoder för stimulans finns inte, varför graden av lyhörddhet i systemet behöver öka.

Samtidigt måste kreatören öka medvetenheten om sitt marknadsvärde. Ekonomiska ersättningar och belöningssystem bygger ofta på eget gediget arbete, varför respekten för idéarbete och kreativitet måste ökas.

Kulturhuvudstadsåret gör Umeå 2014 till ett skyltfönster för svenska kreativa näringar.

Sett ur ett internationellt perspektiv kommer Sveriges konkurrenskraft på den globala marknaden inte enbart vara produktion. Massproduktion kommer alltid att vara beroende av låga lönekostnader, vilket erbjuds på ett flertal arbetsmarknader världen över.

Sveriges framtid ligger i att erövra och behålla en topposition inom områdena innovation och utveckling. I det perspektivet spelar de "kulturella och kreativa näringarna" en avgörande roll. Inom EU har man enats om att "kulturell medvetenhet" och "kulturella uttrycksformer" är en av åtta nyckelkompetenser alla medborgare bör ha. Konsten och kulturen berör alla på något sätt. Den väcker känslor, den väcker tankar, den engagerar och den skapar debatt. Den är viktig i ett demokratiskt samhälle.

Det är viktigt att göra kulturhuvudstadsåret Umeå 2014 till ett skyltfönster för svenska kreativa näringar och innovationer för att skapa katalysatorer som mobiliserar krafter och ger bättre förutsättningar för att förverkliga våra nya innovativa arbetsformer och uttrycksformer.

Statliga satsningar på kulturella och kreativa näringar under 2014 kan inte underskattas. Satsningar som går ut på att stärka människorna, stärka kulturen, stärka norra regionen och stärka det europeiska samarbetet är möjligt.

Det nordliga rummet kan och bör stärkas och placeras på Europakartan. Kulturhuvudstadsåret 2014 gör att Sverige och Europa får upp ögonen för Umeås och regionens styrkor. Kulturhuvudstadsåret kan väcka nyfikenhet och locka företag, kulturutövare, studenter och andra att flytta till regionen. Umeå och regionen kan ta till vara globaliseringens möjligheter. För att göra det

Fel! Okänt namn på

möjligt bör regeringen ge Tillväxtverket i uppdrag att se över hur 2014 kan bli ett år då svensk konkurrenskraft stärks, särskilt inom området svenska dator- och tv-spel, design, film, moderna medier, mode och besöksnäringar.

Stockholm den 4 oktober 2012

Isak From (S)