



Prejekt – Kreative Partnerskaber Indstilling til igangsættelse af forprojekt

Baggrund

Dato 07-07-2011

Anders Sangill Broe Hermansen

Tel. +45 7841 1708

Anders.Hermansen@ru.rm.dk

1-33-76-23-8-11

Bør Region Midtjylland have en særskilt indsats til styrkelse af de kreative erhvervs vækstbetingelser? For at give Vækstforum det bedst mulige grundlag for en sådan beslutning skal et forprojekt sætte fokus på de erhvervsmæssige potentialer og effekter.

Kreative Partnerskaber, der er overskriften for indsatsen, bør bygge på elementer af Region Midtjyllands erhvervsudviklingsstrategi i forhold til de taktiske mål for 2020.

Analyser fra ind- og udland har gennem de sidste ti år tydeligt dokumenteret, at de kreative erhverv bidrager til innovation og fornyelse i det øvrige erhvervsliv. I analysen "Vækst via oplevelser" konkluderer Erhvervs- og Byggestyrelsen allerede i 2008, at virksomheder, der har et højt input fra de kreative erhverv, er 12 procentpoint mere produktinnovative end øvrige virksomheder, og at de virksomheder, der klarer sig bedst, har flere kreativt uddannede og flere ansat i kreative jobfunktioner.

Erhvervs- og Byggestyrelsens analyse viste også, at i jo flere led i værdikæden virksomheden anvender oplevelser, jo større økonomisk effekt i form af øget omsætning har det haft. Desuden flytter jobs inden for de kreative erhverv ikke i samme grad ud af landet som jobs i det øvrige erhvervsliv. Europa-Kommissionen udpegede i en konkurrenceevneanalyse i 2010 innovation og konkurrencedygtighed i de kreative erhverv som "en af de afgørende faktorer for EU's konkurrencedygtighed på verdensmarkederne". Bl.a. fordi aktiviteterne i de kreative erhverv beviseligt fører til mere innovation i de øvrige brancher.

(Baggrund fortsat...)

Kreativitet og innovation er tæt forbundne begreber, som ofte bruges i flæng, men for at kunne arbejde præcist med Kreative Partnerskaber er det vigtigt at være opmærksom på sondringen mellem dem. En måde at skelne mellem de to begreber på er at definere kreativitet som en persons eller en gruppes evne til at tænke og skabe nyt. Innovation er derimod ikke en individuel kompetence, men snarere en organisations evne til at kombinere processer og faglige kompetencer med henblik på at udvikle nye produkter, serviceydelser, processer og metoder med et forretningsmæssigt sigte.

Kultur og kreative erhverv er tæt forbundne, idet mange kreative virksomheder tager deres udgangspunkt i eller inspireres af kulturlivet. Snitfladen herimellem vil være særligt interessant for en indsats som Kreative Partnerskaber. Blandt andet fremhæver EU-Kommissionen at: "Kulturel infrastruktur, kulturaktiviteter og kreative erhverv kan være en vigtig del af en regions tiltrækningskraft – og en vision for dens økonomiske udvikling."

Region Midtjylland har siden januar 2009 været en væsentlig samarbejdspartner i arbejdet med Aarhus' kandidatur til at blive Europæisk Kulturhovedstad i 2017 (Aarhus2017). Den regionale tilgang til at deltage i samarbejdet om Aarhus2017 er en antagelse om, at projektet kan gavne den regionale udvikling, styrke regionens internationale position samt bidrage positivt til vækst og samarbejde. Aarhus2017 er i denne sammenhæng også en katalysator for en regional indsats inden for de kreative erhverv. To pilotprojekter er allerede blevet udført af henholdsvis Lynfabrikken og konsulentvirksomheden NyX, hvis resultater dette oplæg desuden refererer til.

Formål

Det overordnede mål for Kreative Partnerskaber er at skabe erhvervsudvikling og erhvervsmæssig vækst samt bidrage til Region Midtjyllands vision om at blive en globalt konkurrencedygtig region – blandt de bedste i Europa.

Formålet er gennem en samlet indsats over for de kreative erhverv at tilgodese behovet for udvikling af stærke partnerskaber på tværs af kommuner, regioner og lande.

En styrkelse af de kreative erhverv har til formål positivt at påvirke disse erhvervs muligheder for på både kort og langt sigt at styrke deres produkt- og markedsudvikling samt virksomhedernes evne til at udvikle stærke forretningskoncepter.

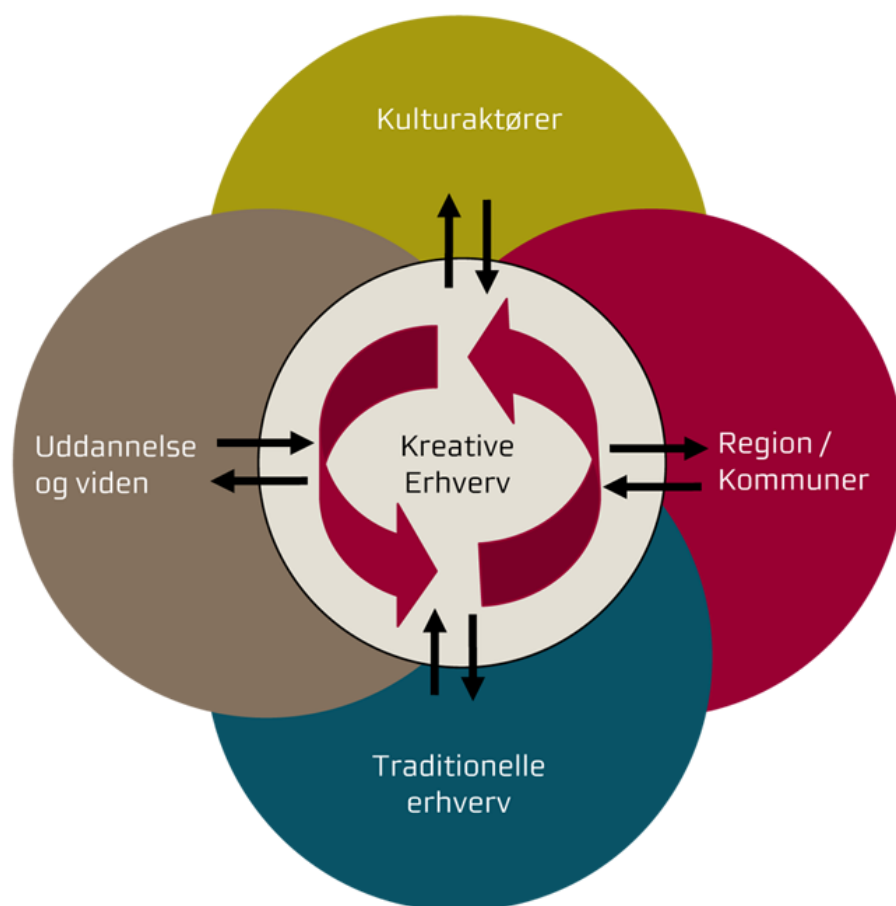
En indsats rettet mod de kreative erhverv har desuden til formål at styrke de traditionelle erhvervs samarbejde med og brug af kreative kompetencer med henblik på at forbedre deres konkurrence- og indtjeningssevne.

Endelig har indsatsen til formål at understøtte udviklingen af regionens dynamiske miljø og attraktionsværdi for borgerne, for virksomheder, for turister – ligesom den skal udvikle regionens internationale profil.

Undersøgelsesfelt

Udgangspunktet for forprojektet er de kreative erhverv, hvor indsatsens aktiviteter udfoldes gennem partnerskaber inden for de kreative erhverv eller i partnerskaber mellem de kreative erhverv og en eller flere eksterne aktører inden for kulturliv, traditionelle erhverv, uddannelsesinstitutioner/videnscentre eller samarbejder med region/kommuner.

Kreative Partnerskaber : Interessentmodel



Antagelser

Forprojektgruppen skal i deres arbejde med udgangspunkt i interessentmodellen tage stilling til 11 antagelser, der samlet skal give et billede og en retning på en eventuel indsats på området.

Forprojektmøderne skal bruges til at belyse antagelserne gennem oplæg fra forskellige eksperter, interessenter samt forprojektgruppens deltagere, der også vil diskutere, kvalificere og prioritere de enkelte antagelser i forhold til hinanden.

Antagelserne er grupperet efter de 5 interessentcirkler i partnerskabsmodellen.

De kreative erhverv

1. Hvilke brancher inkluderer de kreative erhverv i Region Midtjylland?

Der findes ikke nogen entydig definition på, hvilke brancher og typer af virksomheder der hører til de kreative erhverv. På europæisk plan og i Erhvervs- og Byggestyrelsen arbejder man med 9 kreative industrier: arkitektur, design, digital indholdsproduktion, radio-tv, film og video, bøger og presse, kunst og kunsthåndværk samt musik. NyX har i rapporten "Analyse af det kreative erhverv i Region Midtjylland" udpeget 6 brancher som særligt vigtige i regionen: arkitektur, produktdesign, grafisk design, indretningsdesign, reklamebureauer samt PR og kommunikation.

Antagelse 1:

Er de kreative erhverv karakteriseret ved så stor forandringshastighed og udpræget bottom-up-tilgang, at det vil virke unødvendigt begrænsende at operere med en fast definition af, hvilke brancher kreative erhverv inkluderer? Er det et vilkår for udviklingen af en eventuel indsats inden for de kreative erhverv, at den med en bottom-up-tilgang løbende tilpasses markedspotentialer samt tilstedeværelse af erhverv, drivkræfter og kompetencer?

2. Har de kreative erhverv et vækstpotentiale?

Kreative Partnerskaber skal blandt andet skabe nytænkning, kompetenceudvikling og innovation gennem samarbejder på tværs af fagområder. De kreative erhverv kan gennem partnerskaber med andre brancher skabe krydsbefrugtning og generere nyt på tværs, eksempelvis til traditionelle erhverv eller kulturinstitutioner afhængigt af ønsket målsætning.

Kortlægningen af de kreative erhverv i Region Midtjylland udført af konsulentfirmaet NyX i 2009-2010 viser en tendens til en generelt større stigning i beskæftigelsen inden for denne erhvervsgruppe set i forhold til det øvrige erhvervsliv.

Antagelse 2:

Har de kreative erhverv et vækstpotentiale? Har de kreative erhverv afgørende betydning for det øvrige erhvervslivs konkurrenceevne?

3. Uforløst internationalt potentiale inden for de kreative erhverv?

Ifølge NyX-rapporten "Analyse af det kreative erhverv i Region Midtjylland" er de kreative erhverv ikke i tilstrækkelig grad internationalt orienterede. Samtidig peger blandt andet det nationale Center for Kultur og Oplevelsesøkonomi (CKO) på, at Danmark har et stort uforløst potentiale på området.

Under et pilotprojekt gennemført af NyX for Aarhus2017 fremhævede flere repræsentanter og aktører inden for de kreative erhverv, at der er et latent behov for større internationale netværks- og brandingevents med fokus på de kreative erhverv.

Antagelse 3:

Region Midtjylland har med sin optagelse i det globale netværk "Districts of Creativity" allerede taget de første skridt i retning af at facilitere en international platform, men er der behov for en fokuseret indsats på udnyttelse af det internationale marked, tilførsel af international viden og kompetencer samt styrkelse af regionens kreative profil i international sammenhæng?

4. Hvordan benyttes effektmåling inden for de kreative erhverv?

Ethvert initiativ, der støttes af regionale erhvervsfremmemidler, skal skabe målbar erhvervsøkonomisk effekt i form af øget produktivitet, beskæftigelse eller eksport. Flere eksperter peger samtidig på, at det i forhold til kreative erhverv er vigtigt ikke kun at fokusere på kvantitative effektmålinger, men også mere procesorienterede og kvalitative mål, eksempelvis videns- og kompetenceopbygning, byers og regioners attraktivitet og andre mere afledte effekter af samfundsøkonomisk karakter.

Antagelse 4:

Findes der egnede metoder, eller er det muligt at udvikle metoder, der kan måle den erhvervsøkonomiske effekt af initiativer rettet mod de kreative erhverv? Er det relevant at inddrage kvalitative effektmål og procesmål i vurderingen af et initiativs samlede effekt?

De kreative erhverv og kulturlivet

5. Kan partnerskaber mellem de kreative erhverv og kulturlivet krydsbefrugte hinanden?

I Region Midtjyllands kulturpolitik fremhæves det som helt afgørende, at kultur ikke kun ses i en rekreativ, oplevelsesmæssig sammenhæng, men at kulturens innovative potentiale – inden for eksempelvis kunst, videnskab og formidling – skal ses som en integreret del af erhvervs- og udviklingspolitikken. Kultur er en dynamo for den regionale udviklings indsats for at tiltrække virksomheder, dygtige medarbejdere og turister. Kultur skal også ses som en vigtig kilde til innovation og styrkelse af konkurrenceevnen i et globalt marked, hvor traditionelle virksomheder i stigende grad konkurrerer på bløde værdier som kreativitet, livsstil og design. Kultur er også i sig selv et vigtigt vækstgrundlag og udspring for nye kreative virksomheder og produkter.

Antagelse 5:

Rummer partnerskaber mellem kulturlivet og de kreative erhverv potentialer i forhold til både erhvervsmæssig vækst og mulighed for udvikling og fornyelse af regionens kulturelle institutioner? Og bør vi se kulturområdet som et værksted, hvor der skabes ny viden, nye kompetencer, nye erfaringer, nye produkter og nye udviklingsværktøjer?

De kreative erhverv og uddannelse

6. Er der behov for fokus på uddannelse og talentudvikling af vækstlaget for de kreative erhverv?

I Region Midtjylland har flere uddannelsesinstitutioner studieretninger, der sigter mod enten et arbejde inden for de kreative erhverv eller udfoldelse af kreative kompetencer inden for de traditionelle erhverv. Selvom der er fokus på at uddanne de studerende i entrepreneurship – evnen og lysten til at drive egen virksomhed – så er der stadig behov for yderligere fokusering og dygtiggørelse for at skabe flere og bedre iværksættere. Med udgangspunkt i allerede eksisterende initiativer ligger der en vigtig regional opgave i at understøtte bæredygtige kraftcentre gennem udvikling af Kreative Partnerskaber.

Antagelse 6:

Er der behov for yderligere initiativer og uddannelsesstilbud med fokus på kreative erhverv og entrepreneurship end dem der allerede udbydes af regionens aktører? Ligger der en regional opgave i at understøtte udviklingen af lokale kraftcentre for netop kreativitet og entrepreneurship?

De kreative erhverv og regionen / kommuner

7. Har de kreative erhverv en samfundsøkonomisk betydning?

I Berlin arbejder man med "Projekt Zukunft", i Amsterdam arbejder man med "Creative Amsterdam", i London arbejder man med "Creative London" og i København arbejder man med "Kreativt Forum". Fælles for disse initiativer er, at de ud over det erhvervsmæssige vækstpotentiale i de kreative erhverv også ser de kreative erhverv som en væsentlig udviklingsdynamo. De bidrager til udviklingen af internationale kreative byer/regioner og både tiltrækker og fastholder borgere, virksomheder og turister.

Flere steder arbejder man også på, at region og kommuner via deres daglige forretning kan understøtte udviklingen af de kreative erhverv. I København anbefaler Kreativt Forum, at kommunen bidrager til at sætte gang i de kreative erhverv ved at efterspørge og aftage branchens produkter og integrere dem i byens og kommunens institutioner, workshops, arbejdsprocesser, events, formidling, design, indretning og faciliteter.

Antagelse 7:

Har regionens kreative erhverv en samfundsøkonomisk effekt, som kan øges ved et samlet initiativ på linje med Amsterdam, London og Berlin?

Kan region/kommuner ved hjælp af andre initiativer være med til at understøtte væksten i de kreative erhverv?

8. Kan region og kommuner opnå større erhvervsmæssig effekt af deres engagement i oplevelsesøkonomiske aktiviteter og events?

Såvel kommuner som region har politisk fokus og bruger ressourcer på at tiltrække, understøtte og gennemføre forskellige former for events. Fra flere sider lyder der ønske om udvikling af en mere kvalificeret udnyttelse af de erhvervsmæssige potentialer, der kan opstå i relation til de enkelte events.

I Hovedstadsregionen har man i kølvandet på COP15 etableret et Videnscenter for begivenheder (VIBE), der netop har til formål at opsamle viden og best practice i forhold til gennemførelse og effektmålinger af events.

Antagelse 8:

Kan Kreative Partnerskaber fungere som en platform for en bedre erhvervsmæssig effekt af de mange events, der foregår i regionen?

De kreative – og traditionelle erhverv

9. Hvilken betydning har de kreative erhverv for de traditionelle erhvervs konkurrenceevne?

Nye tal fra Erhvervs- og Byggestyrelsen viser, at de kreative erhverv er væksterhverv i sig selv. Men de kan også hjælpe traditionelle industrivirksomheder med at styrke konkurrenceevnen. Virksomheder, der samarbejder med kreative virksomheder, er op til 12 % mere produktinnovative end andre virksomheder. Sammenhængen bekræftes også af konkrete pilotprojekter som eksempelvis Nye Veje til Vækst gennemført her i Region Midtjylland.

Antagelse 9:

Hvordan kan Kreative Partnerskaber være med til at forbedre kompetencerne hos de kreative og traditionelle virksomheder, således at de bliver bedre til at indgå i gensidigt udviklende partnerskaber?

10. Har de kreative erhverv behov for særligt tilpasset erhvervsservice?

Mange kreative virksomheder efterspørger erhvervsservicetilbud, der er målrettet de kreative erhverv. De oplever at have behov for andre vejledningsydelser end dem, som det enstrengede erhvervsservicesystem i dag tilbyder. Det er opfattelsen, at erhvervsservice-tilbuddene på lokalt og regionalt plan er rettet mod de traditionelle erhverv med fokus på forretningsplaner, budgetter og vækstpotentialer, og at man ikke har forståelse for de særlige behov og strukturer, der kendetegner de kreative erhverv.

Antagelse 10:

Er der behov for at udvikle og teste metoder, værktøjer og tilbud, der er målrettet de kreative erhverv?

11. Forretningsmodeller som kreativt værktøj?

Det vurderes, at kun et fåtal af kreative virksomheder forstår at anvende forretningsmodeller som metode til udvikling af produkter og markeder. Virksomheder inden for de kreative erhverv arbejder ofte – ubevidst – med en mere dynamisk og intuitiv tilgang til udviklingen af deres virksomheds forretningskoncepter, hvori proces og vidensudvikling har lige så stor betydning som det slutprodukt eller den service, de tilbyder markedet.

Antagelse 11:

Vil en større bevidsthed om brug af forretningsmodeller være givende for branchens mere overordnede udvikling, og vil resultatet eventuelt kunne overføres og skabe vækstmuligheder for mere traditionelle virksomheder?

Forprojektgruppens arbejde

Forprojektgruppen skal i deres arbejde med udgangspunkt i interessentmodellen tage stilling til 11 antagelser, der samlet skal give et billede og en retning på en eventuel indsats på området.

Forprojektmøderne skal bruges til at belyse antagelserne. Det være sig i form af oplæg fra forskellige eksperter, interessenter eller forprojektgruppens deltagere, der også vil diskutere, kvalificere og prioritere de enkelte antagelser i forhold til hinanden.

Det foreløbige program for forprojektsgruppens arbejde ser ud som følger:

15. september 2011 (halvdagsmøde)

Introduktion af forprojektet samt præsentation af antagelser

4. oktober 2011 (halvdagsmøde)

Kvalificering af antagelser, ekspert- og brugerindlæg

31. oktober- 1. november

Field research (Creative Amsterdam), behandling og prioritering af antagelser

23. november

Fremlæggelse af udkast til indstilling samt initiativforslag

Sammensætning af forprojektgruppen

Indstilling til Vækstforum om forprojektgruppens sammensætning.

Forprojektgruppen består af 14 personer:

Kommuner

Horsens Kommune

Holstebro Kommune

Uddannelse

VIA – Højskolen D:A:M:B

AU – Æstetik & Kultur

Arbejdsmarkedets parter

Dansk Industri

Dansk Erhverv

Lønmodtagersiden - BKF

Regionale aktører

NyX

Lynfabrikken

Væksthus Midtjylland

Innovationsnetværket Livsstil, Betina Simonsen, UMT

1-2 kulturaktører med erhvervsrettede interesser

SHARE PLAY

Virksomheder

Niras, Mogens Laursen

Iceberg Records, Mette Zähringer

Projektledelse

Pernille Bøttcher, Regional Udvikling

Anders Hermansen, Regional Udvikling

Endvidere indstilles det, at prejektgruppens medlemmer inddrages i forprojektet efter behov.