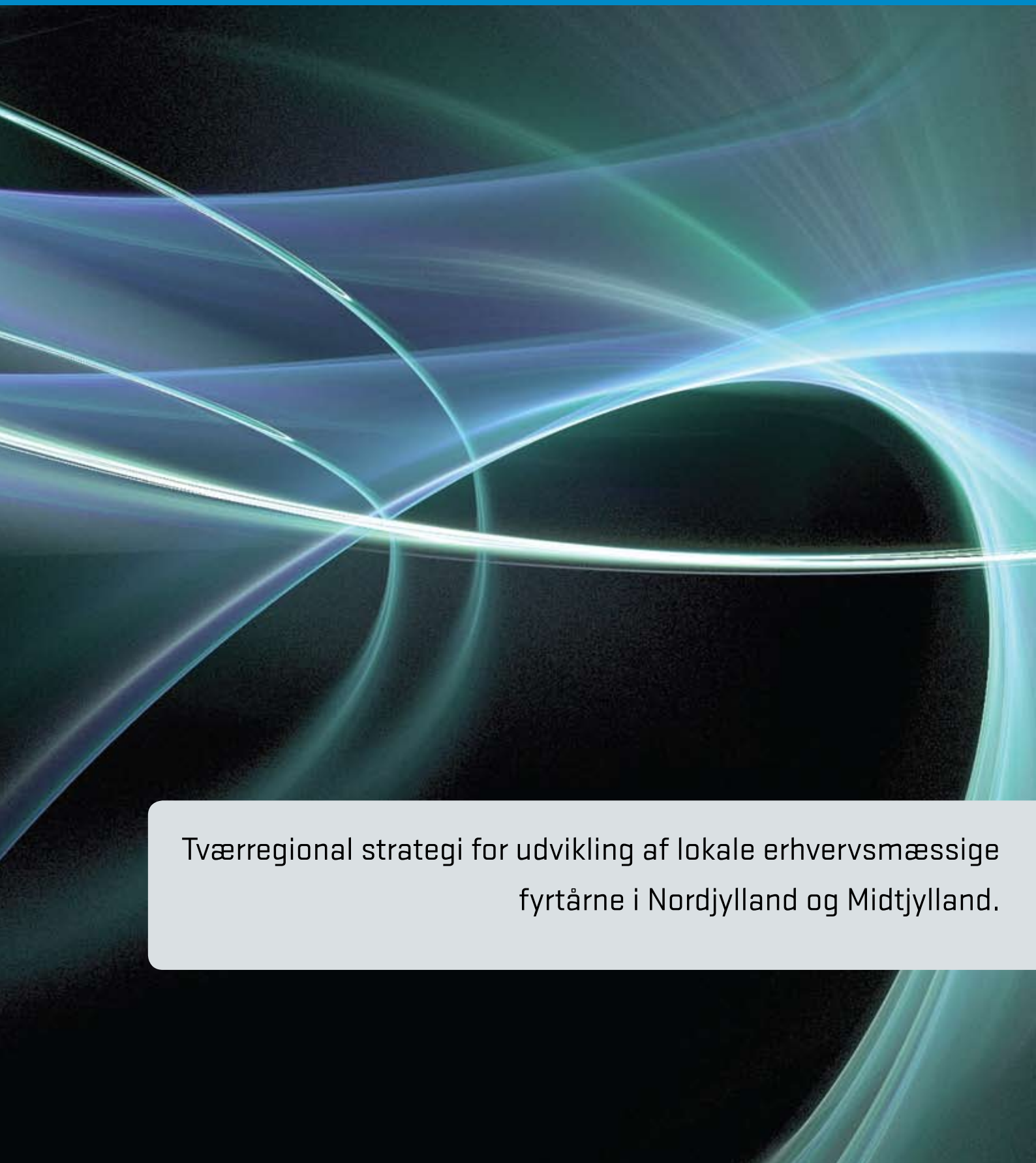
Film og nye medier

- Teknologi og kreativitet skaber ny vækst



Tværregional strategi for udvikling af lokale erhvervsmæssige fyrtårne i Nordjylland og Midtjylland.

Januar 2008

Film og nye medier

- Teknologi og kreativitet skaber ny vækst

Tværregional strategi for udvikling af lokale fyrtårne i Nordjylland og Midtjylland.

Januar 2008

© Århus Kommune, Viborg Kommune, Holstebro Kommune, Aalborg Kommune, Frederikshavn Kommune, The Animation Workshop, Filmby Århus, Region Nordjylland og Region Midtjylland

Udarbejdet af DAMVAD – www.damvad.dk

Indhold

1 SAMMENFATNING 04

2 UDFORDRINGER 05

3 LOKALE FYRTÅRNE 10

4 FÆLLES STRATEGI 25

1 Sammenfatning

Både nationalt, regionalt og lokalt er der bred politisk opbakning til at styrke kultur- og oplevelsesøkonomiens betydning i dansk økonomi. Den teknologiske udvikling og internationaliseringen har medført helt nye globale markedsmuligheder for nye teknologiske og indholdsmæssige løsninger, der ofte skabes på tværs af eksisterende brancher og sektorer.

Med regeringens globaliseringsstrategi er der afsat midler til en styrket indsats inden for oplevelsesøkonomien. Senest er der i juni 2007 indgået en aftale i Folketinget om styrkelse af kultur- og oplevelsesøkonomi i Danmark med 90 mio. kr. Og i den filmpolitiske aftale for 2007 – 2010 (filmforliget), som havde bred opbakning fra alle folketingets partier, blev det vedtaget at afsætte 28 mio. kr. til at understøtte de regionale indsatser for produktion af film frem til 2010.

Meget tyder på, at der er et uudnyttet vækstpotentiale inden for netop film og nye medier i Nordjylland og Midtjylland. Der findes en række stærke miljøer, der er under hastig udvikling, og som bygger på at bringe en række kreative kompetencer i spil. En del kommuner i de to regioner har på basis af unikke kompetencer, videninstitutioner, erhvervstraditioner og gode politiske rammevilkår formået at opbygge en række lokale fyrtårne, der har udgangspunkt i forskellige sider af film og nye medier.

Med de regionale vækstfora, der består af kommuner, regioner og andre regionale aktører, er der skabt nye muligheder for regionalt fokus og tværregionalt samarbejde – også omkring den erhvervsmæssige udvikling af film og nye medier. Kultur- og oplevelsesøkonomien har en central placering i de to vækstforas erhvervsudviklingsstrategier og handlingsplaner. Vækstforaene kan skabe sammenhæng, prioritering og kritisk masse i en indsats, der er målrettet de regionale udfordringer.

Med denne strategi etableres et unikt partnerskab mellem de to vækstfora, relevante kommuner og centrale regionale videninstitutioner og aktører inden for film og nye medier.
Strategien er startskuddet til i 2008 og 2009 at gennemføre en koordineret tværregional satsning, der kan styrke Midtjyllands og Nordjyllands internationale profil inden for film og nye medier og styrke de lokale satsninger.

Der er behov for en fælles regional platform, der kan koordinere den viden og de kompetencer, som findes lokalt, så de kan udnyttes af andre regionale aktører inden for film og nye medier samt tiltrække nye og perspektivrige initiativer til Midtjylland og Nordjylland.

Rammen for den kommende indsats vil i første omgang være to større indsatser, der gennem dialog med alle relevante aktører skal udvikles og implementeres i løbet af 2008 og 2009.
Indsatsen fokuseres omkring:

- Etablering af en tværregional indsats med en generalsekretær i spidsen, der i perioden 2008-2010 skal sikre udvikling af nye initiativer, der kan styrke vækstmulighederne for virksomheder inden for film og nye medier.

- Etablering af en flermedial udviklingspulje for film og nye medier på tværs af de to regioner.

2 Udfordringer

Oplevelsesøkonomien

Oplevelsesøkonomien får stadig større samfundsmæssig betydning. De virksomheder, der findes inden for de oplevelsesøkonomiske erhverv, oplever markant større vækstrater end gennemsnittet blandt andre virksomheder.

Derfor er oplevelsesøkonomien også et politisk interessant indsatsområde inden for erhvervs- og innovationspolitikken. Det gælder både nationalt, regionalt og lokalt.

Målet med enhver politisk indsats for oplevelsesøkonomien er således at skabe rammerne for holdbare oplevelser, der bidrager til lokal og regional vækst og velstand over en længere periode. Gennem de seneste 5-7 år er det erkendt, at det bl.a. kan gøres ved at benytte et områdes kulturelle egenart og særlige styrker til at tilvejebringe nye oplevelsesprodukter eller -ydelser. Hermed opstår behovet for et samspil mellem kultur- og erhvervspolitikken.



Oplevelsesøkonomien er samtidig en global megatrend i vækst. Stigende velstand og lettere adgang til verden – både elektronisk og fysisk – har medført et meget hurtigt internationalt voksende marked for oplevelser.

Konkurrencen om den internationale dagsorden er benhård og konkurrencebetingelserne ændrer sig meget hurtigt inden for oplevelsesøkonomien. Den nye teknologi og voksende økonomiske formåen flytter stadig hurtigere grænserne for, hvad oplevelsesøkonomien rummer og kan tilbyde.

Til trods for et voksende marked, så betyder det, at kun oplevelser, der bygger på unikke kompetencer, teknologi, viden eller geografiske forhold, og som kan kommunikeres og markedsføres globalt, vil kunne overleve og blive mere end en døgnflue.

Kultur- og erhvervspolitik bliver ofte opfattet som to helt forskellige verdner. Den ene verden – den kulturelle – beskæftiger sig med fri kunstnerisk udfoldelse, æstetik og refleksion. Den anden med markedsandele, strategi og produktudvikling. I kulturlivets verden forholder man sig ret til at provokere, eksperimentere, overskride og sætte grænser. Mens man i erhvervslivets verden gør en dyd ud af at levere præcis det, som forbrugerne forventer og ønsker. To verdner og to værdisæt, som ikke altid passer lige godt sammen.

Danmarks kreative potentiale
Erhvervsministeriet og Kulturministeriet, 2000

Siden udgivelsen af Danmarks kreative potentiale i år 2000 er der i krydsningsfeltet inden for kultur- og erhvervspolitikken sket meget – det er bl.a. blevet bredt anerkendt, at der er store potentialer i, at kultur- og erhvervsliv mødes. Selvom der i dag er bred anerkendelse af at oplevelsesøkonomien er et vækst- og udviklingsområde, er det stadig relevant at fokusere på samspillet mellem kultur og erhverv.

Hvad er film og nye medier?

Oplevelsesøkonomi defineres i brede termer ofte som økonomisk værdiskabelse baseret på oplevelser.

I den forbindelse opfattes oplevelser meget bredt, hvilket betyder, at det ikke kun er kommercielt orienterede oplevelser, der danner basis for oplevelsesøkonomien, men en lang række andre oplevelser – herunder museer, kulturelle institutioner og begivenheder.

Den brede opfattelse af oplevelsesøkonomien betyder også, at mange forskellige brancher forbindes med oplevelsesøkonomien. Rationalet er, at alle brancher inden for oplevelsesøkonomien har et kreativt og kulturelt udgangspunkt, men selvom alle har det, har brancherne meget forskellige forretningsmodeller og økonomiske potentialer. Der er anselige forskelle mellem et kurophold, kunsthåndværk, opera og produktion af computerspil og film.

Denne strategi fokuserer på film og nye medier – først og fremmest fordi disse brancher har et fælles afsæt i de samme kreative ressourcer. Virksomhederne inden for film og nye medier efterspørger langt hen ad vejen de samme kreative kompetencer men på forskellige medieplatforme.

For det andet er der en stigende interaktion mellem forskellige medier og teknologier – gamle teknologier anvendes på nye medieplatforme og helt nye medier opstår, der gør, at grænserne mellem film og nye medier er blevet flydende. Kort sagt betyder den stigende mediekonvergens, at forskellige kommunikations-, informations- og medieteknologier smelter sammen og anvendes på tværs af forskellige produkter og ydelser. F.eks. er det blevet muligt både at gå på internettet over mobiltelefonen, film kan bestilles on-demand via tv'et og radioudsendelse kan gemmes på MP3-afspilleren og høres på løbeturen.

Et tredje centralt omdrejningspunkt for film og nye medier er, at de virksomheder, hvis forretning er baseret på at udvikle og leve af kreative produkter, er underlagt de samme forhold i relation til ophavsrettigheder og immaterielle rettigheder. Fælles for virksomhederne er, at de skaber kreativ indholdsproduktion, hvor produkterne og ydelserne enten er digitaliserede eller immaterielle. Det er derfor vigtigt for virksomhederne, at deres ideer og digitaliserede produkter er underlagt beskyttelse, så de ikke kopieres og videredistribueres. Flere af virksomhederne benytter desuden de samme forretningsmodeller og deler dermed mange fælles vilkår med hensyn til afsætningskanaler, markeder, målgrupper og har dermed det samme forretningsmæssige udgangspunkt.

> *I disse år tales meget om "pervasive it" – altså it indlejret i produkter og ydelser. Meget tyder på, at vi om nogle få år på baggrund af en voksende mediekonvergens vil tale om "pervasive media", hvor der skabes en symbiose på tværs af medier, der gør, at indholdsproduktionen får mange anvendelsesplatforme.*
>
> *Søren Poulsen, Filmby Århus*

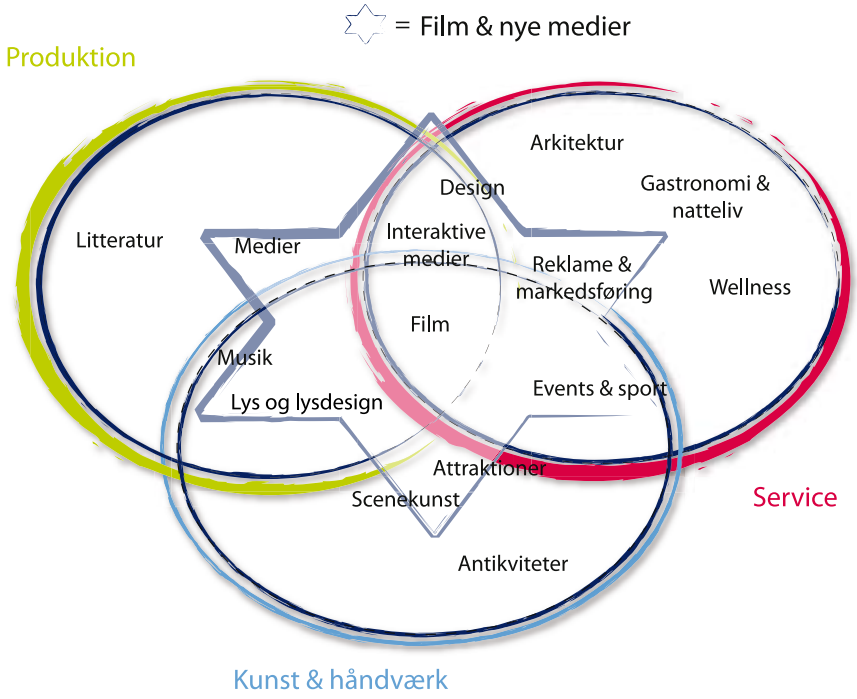
Tilsammen betyder disse tendenser, at grænserne mellem afsender og modtager bliver mindre klare, og at det bliver sværere at skelne mellem traditionelle og nye medieformer, idet de blandes og supplerer hinanden. Udviklingen betyder også, at nye brancher vil opstå inden for området film og nye medier. Værdikæderne smelter sammen.

En anden dimension, som er vigtig at have for øje, er områdets tilhørsforhold, samarbejdsflader og overlap med visse grene af it-branchen. Film og nye medier er midt i en digital revolution, hvor stort set alle delprocesser påvirkes og forandres som følge af de nye muligheder for digital opbevaring og bearbejdning af elektronisk data. Teknologierne udvikler sig i rivende hast og anvendes allerede nu i produktionen af audiovisuelle produkter. Det er forventningen, at denne tendens sætter sig igennem fuldt ud på distribution og fremvisning af film og nye medieprodukter. Ikke mindst af den grund er det vigtigt at styrke virksomhedernes produktionsstyrke og kompetencer indenfor den kreative indholdsproduktion.

Mark Film

Ved årsskiftet 2007/08 fusionerede de tre selskaber Wall Of Pixels, Animah og Ø Film. Sammen er de blevet til produktionsselskabet Mark Film Aps. Baggrunden for fusionen er det tætte samarbejde i væksthusmiljøet omkring Animationsværkstedet. Kerneområdet for det nyetablerede firma er corporate communication, dvs. fokus på fortællingen og budskabet bag virksomheden, organistionen, museet osv. Mark Film vil også udvikle egne fortællinger i form af tv-serier, kortfilm og featurefilm.

Film og nye medier i oplevelsesøkonomien



Den nationale dagsorden

Samspillet mellem kultur- og erhvervspolitik har gennem et stykke tid været på den politiske dagsorden. Der er udarbejdet analyser herom, og temaet har været genstand for opstilling af en række visioner og strategier.

Siden Erhvervsministeriet og Kulturministeriet i år 2000 udgav rapporten "Danmarks kreative potentiale", er der på mange fronter arbejdet intensivt med at skabe nye alliancer og platforme for nye fællesskaber mellem virksomheder på den ene side og kultursektoren i bred forstand på den anden side. Det gælder både inden for markedsføring, design, produktudvikling osv. Det kreative potentiale, som Danmark besidder, har allerede givet mange virksomheder inden for film og nye medier meget værdi.

> *Der er ingen tvivl om, at det er et stort arbejde at skabe en velfungerende filmfond. Til gengæld er de regionaløkonomiske perspektiver store. Erfaringerne fra Sverige viser, at en filmfond kan være omdrejningspunktet for stor regional vækst. Filmaktiviteterne skaber omsætning i regionerne og dermed grobund for nye virksomheder og flere arbejdspladser.*
>
> *Økonomi- og Erhvervsminister Bendt Bendtsen*
> *Pressemeddelelse fra Økonomi- og Erhvervsministeriet samt Kulturministeriet den 28. juni 2002.*

I Regeringens Globaliseringsstrategi er der afsat midler til en styrket indsats inden for oplevelsesøkonomien.

Senest er der i juni 2007 indgået en aftale i Folketinget om styrkelse af kultur- og oplevelsesøkonomi i Danmark. Aftalen indebærer oprettelse af et center for kultur- og oplevelsesøkonomi samt udvikling af oplevelseszoner. Der er afsat 90 mio. kr. til indsatserne i perioden 2007-2010.

I den filmpolitiske aftale for 2007 – 2010 (filmforliget), som havde bred opbakning fra alle folketingets partier, blev det vedtaget at afsætte 28 mio. kr. til at understøtte de regionale indsatser for produktion af film frem til 2010.

Det sker i lyset af et politisk ønske fra national side om at styrke vækstmuligheder for virksomhederne og dermed udbygge kultur- og oplevelsesøkonomiens betydning for dansk økonomi. Argumentet er, at den teknologiske udvikling og internationaliseringen har medført fremkomst af helt nye globale markedsmuligheder for nye teknologiske og indholdsmæssige løsninger, der ofte skabes på tværs af eksisterende brancher og sektorer.

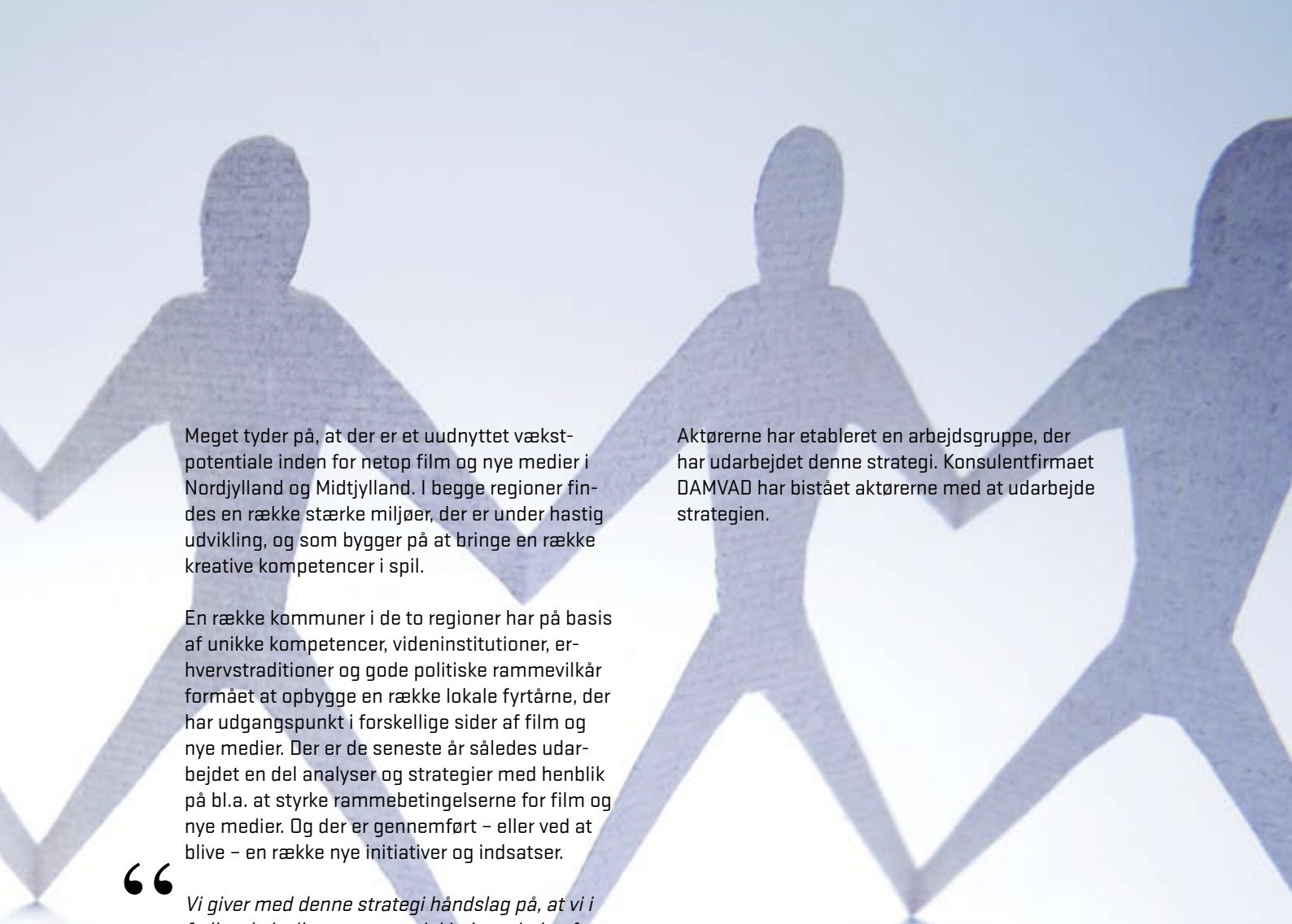
Film og nye medier - en fælles sag

Vækstforum i både Region Nordjylland og Region Midtjylland har en erhvervspolitisk satsning på oplevelsesøkonomi ud fra en regionalpolitisk vinkel som centrale elementer i deres strategi og handlingsplaner.

Vækstforaenes strategi- og handlingsplaner

Vækstforum for Region Nordjylland har som særligt indsatsområde nye oplevelseserhverv. Erhvervsudviklingsstrategien sigter mod at styrke eksisterende og nye klynger inden for oplevelsesøkonomien. Bl.a. ønsker Vækstforum at styrke klyngedannelse inden for computerspil og indholdsproduktion samt lokations-baserede tjenester og mobilt indhold.

Vækstforum for Region Midtjylland er i erhvervsudviklingsstrategien særligt opmærksom på samspillet mellem de kreative kompetencer og virksomhederne for herigennem at skabe nye interessante innovationspotentialer. I handlingsplanen for 2007 -2008 ønsker Vækstforum bl.a. at fokusere på at udvikle digitalt understøttede oplevelser.



Meget tyder på, at der er et uudnyttet vækstpotentiale inden for netop film og nye medier i Nordjylland og Midtjylland. I begge regioner findes en række stærke miljøer, der er under hastig udvikling, og som bygger på at bringe en række kreative kompetencer i spil.

En række kommuner i de to regioner har på basis af unikke kompetencer, videninstitutioner, erhvervstraditioner og gode politiske rammevilkår formået at opbygge en række lokale fyrtårne, der har udgangspunkt i forskellige sider af film og nye medier. Der er de seneste år således udarbejdet en del analyser og strategier med henblik på bl.a. at styrke rammebetingelserne for film og nye medier. Og der er gennemført – eller ved at blive – en række nye initiativer og indsatser.

> *Vi giver med denne strategi håndslag på, at vi i fællesskab vil gøre en speciel indsats inden for oplevelsestemaet film og nye medier.*
> *En tiltagende mediekonvergens medfører, at der er tale om et kraftigt voksende erhvervsområde med store vækstmuligheder. Vi vil på basis af vores internationalt orienterede videnmiljøer og virksomheder skabe en unik tværregional platform for nye initiativer, der kan styrke både Nordjyllands og Midtjyllands lokale fyrtårne, samarbejdet mellem dem og de fælles behov for nye rammebetingelser. Vi vil sikre den nødvendige prioritering for fortsat lokal og regional erhvervsmæssig vækst inden for film og nye medier*
>
> *Borgmestre og vækstforumformænd bag denne strategi*

For at styrke de lokale indsatser og skabe fælles opbakning til at gennemføre nye indsatser har en række aktører fundet sammen omkring mulighederne for at udvikle en fælles strategisk platform. Målet er gennem et tværregionalt samarbejde at styrke virksomhedernes vækstmuligheder og de unikke miljøer, der findes i de to regioner.

Aktørerne har etableret en arbejdsgruppe, der har udarbejdet denne strategi. Konsulentfirmaet DAMVAD har bistået aktørerne med at udarbejde strategien.

Aktørerne bag strategien

- Vækstforum for Region Nordjylland
- Væksforum for Region Midtjylland
- Region Nordjylland
- Region Midtjylland
- Aalborg Kommune
- Frederikshavn Kommune
- Århus Kommune
- Viborg Kommune
- Holstebro Kommune
- The Animation Workshop, Viborg
- Filmby Århus (Filmby sekretariatet)
- Den Vestdanske Filmpulje

3 Lokale fyrtårne

Det kreative potentiale i Midt- og Nordjylland

Ifølge den amerikanske forsker Richard Florida har den kreative klasse stor betydning for regioners økonomiske vækst og udvikling. Den kreative klasse er typisk den del af arbejdsstyrken, som tænker kreativt og problemløsende i deres arbejdsliv – det kunne f.eks. være ingeniører, forskere, manuskriptforfattere, animatorer, filminstruktører, multimediedesignere, producere, skuespillere, musikere, men også rådgivere og iværksættere.

En vigtig forudsætning for vækst og udvikling inden for oplevelsesøkonomien er adgangen til kvalificeret arbejdskraft inden for den kreative klasse. Nye produkter og oplevelser skabes af mennesker og kreative talenter. Derfor er det interessant at se nærmere på, hvordan det kreative potentiale ser ud i Region Midtjylland og Region Nordjylland.

> *...talent is strongly associated with high-technology industry location. From this, talent and high-technology industry work independently and together to generate higher regional incomes. In short, talent is at intermediate variable in attracting high-technology industries and generating higher regional incomes.*
>
> *Richard Florida, 2005 "Cities and the creative class"*

Der er endnu kun lavet få analyser af det kreative potentiale i Danmark og deres betydning for væksten og udviklingen. I 2005 er der afsluttet et større forskningsprojekt under Copenhagen Business School, som har forsøgt at kortlægge det kreative potentiale i Danmark.

Analysen viser, at det kreative potentiale i Midtjylland og Nordjylland er forholdsvis stort, hvor flere af de store byområder som Århus og Aalborg har en høj andel af den kreative klasse. Århus ligger helt i top sammen med København, mens byer som Viborg, Aalborg, Holstebro, Randers og Frederikshavn er godt med men dog lidt nede af listen.

Århus er byen med den største koncentration af virksomheder, uddannelsesinstitutioner og vidensmiljøer. Byen har i mange år været kendt for sit eksperimenterende undergrundsmiljø, der har fostret mange talenter inden for både musik- og filmbranchen.

Aalborg har en lang tradition med at satse målrettet på it og telekommunikation og har i mange år haft en klynge inden for mobil og trådløs kommunikation, der har haft stor betydning for regionen, og har herigennem tiltrukket mange teknisk kreative virksomheder og personer inden for de højteknologiske brancher. De seneste år har Aalborg satset mere målrettet på at fremme udviklingen af nye interaktive digitale medier og andre it-relaterede produkter og services. Aalborg har i dag en række spirende brancher inden for it-baserede oplevelsesprodukter.

Frederikshavn har de seneste år oplevet en kraftig ændring i erhvervsstrukturen og har efter værftslukningerne arbejdet på at ændre byens image fra at være en værftsby til værtsby. Det ny Frederikshavn satser strategisk på at styrke kulturen og har bl.a. investeret i at understøtte oplevelsesøkonomien og kulturområdet, og der afholdes flere events f.eks. filmfestival og lysfestival.

Holstebro har også en høj andel af den kreative klasse. Byen har i snart mange år været knudepunkt for de regionale medier, og med lokaliseringen af TV/MIDT-VEST formår Holstebro at fastholde og tiltrække mange inden for tv-produktion og andre medier.

Byer som Viborg og Skive har inden for de seneste perioder vist sig også at have et stort kreativt potentiale. I forbindelse med etableringen af The Animation Workshop i slutningen af 1980'erne har Viborg formået at markere sig både nationalt og internationalt inden for animation og tegnefilm.





Århus
- Midtjyllands it- og filmcentrum

Århus Kommune har i mange år prioriteret film- og medieområdet højt, og kommunen har styrket området ved at oprette Filmbyen på havnefronten i Århus. Initiativet er skabt ud fra en erhvervs- og kulturpolitisk vision om at skabe vækst og mangfoldighed inden for film- og medieproduktion i Århus.

Århus fokuserer ikke kun på den etablerede del af branchen men satser også på at understøtte rammerne for hele talentgrundlaget. Kommunen har bl.a. etableret Mediehus Århus, hvor mindre erfarne inden for film og medier har mulighed for at prøve kræfter med produktion af radio og lokal tv.

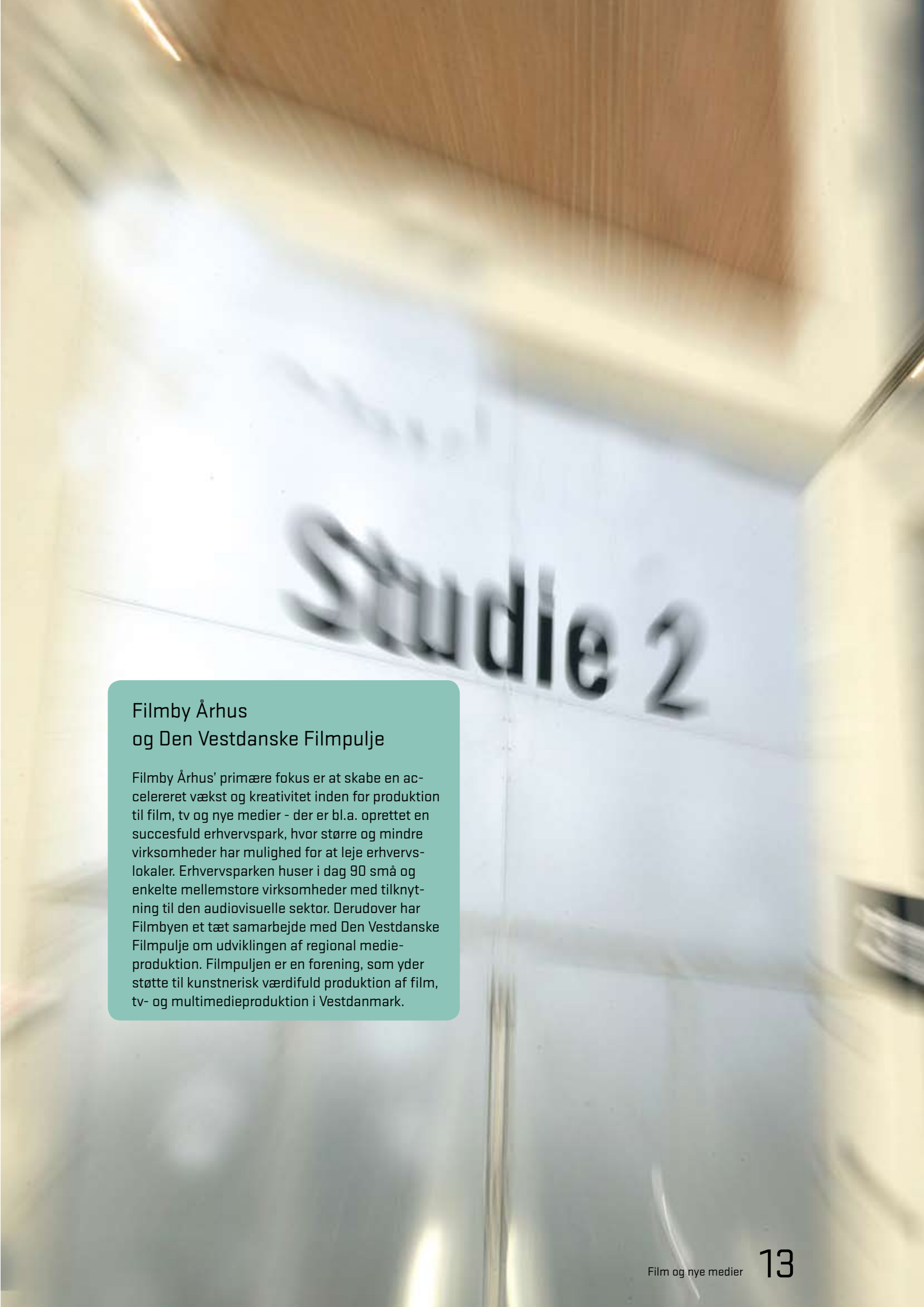
Samtidig bidrager kommunen sammen med Det Danske Filminstitut til driften af Århus Filmværksted, der støtter ikke-kommerciel filmproduktion med et fokus på at finde og udvikle nye talenter.

DR Århus er endvidere lokaliseret i byen og har med deres mangeårige placering bidraget til at tiltrække og fastholde medarbejdere inden for tv-produktion. DR er i dag en multimedie virksomhed med både tv- og webproduktioner.

Nye digitale medier er stærkt påvirket af it-teknologiens udvikling og muligheder. Derfor er der en række naturlige snitflader mellem medieområdet og dele af it-branchen. Århus er kendt for et stærkt it-miljø med mange interessante virksomheder og forskningsmiljøer – specielt inden for pervasive computing har Århus en stærk international position. Snitfladerne mellem interaktive digitale medier og it-branchen er brede, da digitaliseringen er en grundforudsætning i produktionen af nye medier.

Videnmiljøer og netværk relateret til film og nye medier i Århus

- CITU – Center for Integreret IT-Udvikling
- Innovation Lab
- TEKNE – Videnetværk for digital kunst og oplevelser
- Alexandra Instituttet
- Centre for Pervasive Computing
- Videncenter for turisme og oplevelsesøkonomi
- CAVI – Center for Avanceret Visualisering og Interaktion
- Interactive Spaces - it-forskningscenter på Katrinebjerg
- Århus Filmby
- DADIU - Det Danske Akademi for Digital, Interaktiv Underholdning



Filmby Århus og Den Vestdanske Filmpulje

Filmby Århus' primære fokus er at skabe en accelereret vækst og kreativitet inden for produktion til film, tv og nye medier - der er bl.a. oprettet en succesfuld erhvervspark, hvor større og mindre virksomheder har mulighed for at leje erhvervslokaler. Erhvervsparken huser i dag 90 små og enkelte mellemstore virksomheder med tilknytning til den audiovisuelle sektor. Derudover har Filmbyen et tæt samarbejde med Den Vestdanske Filmpulje om udviklingen af regional medieproduktion. Filmpuljen er en forening, som yder støtte til kunstnerisk værdifuld produktion af film, tv- og multimedieproduktion i Vestdanmark.

Århus er stærk på det traditionelle medieområde (dagblade, tv, radio, reklame) med en række større og mindre virksomheder og flere offentlige institutioner. Århus Kommune har I deres seneste erhvervshandlingsplan 2005-2009 et ønske om at styrke medieområdet gennem bedre medieuddannelser, -forskning og -produktion. I tilknytning hertil er der bl.a. udarbejdet en separat strategi og handlingsplan for medie- og kommunikationsområdet i perioden 2006-2008. Indsatsen omfatter naturligt også nye digitale medier samt udviklingen af underholdning og oplevelser.

Århus-området er desuden kendt for sin stærke erhvervsmæssige position inden for it-området, og med It-byen – Katrinebjerg som det absolutte midtpunkt med stærk forskning og samarbejde med erhvervslivet. Katrinebjerg huser flere forskningscentre og videnmiljøer, der beskæftiger sig med nye digitale medier. Udover de mange forsknings- og udviklingssamarbejder, som udspringer fra Katrinebjerg, findes der en række produktions- og testfaciliteter til gavn for virksomhederne.

I tilknytning til film- og mediemiljøet findes der i Århus en lang række uddannelsesinstitutioner, som beskæftiger sig med film og medier. Flere af uddannelserne, med Danmarks Journalisthøjskole i spidsen, er naturligt rettet mod de mere traditionelle medier, men derudover er der et stort udbud af uddannelser, som retter sig mere direkte mod nye digitale medier og film.

Århus Universitet tilbyder en række uddannelser som digital design, audio design, multimedier samt sidefag i film og tv. Dertil er Århus Universitet med i "Det Danske Akademi for Digital, Interaktiv Underholdning" DADIU. IT-vest udbyder f.eks. multimedier og interaktionsdesign. Samtidig findes en række it-relaterede uddannelser, der på den ene eller anden måde har snitflader til nye medier.

IT-byen – Katrinebjerg

Katrinebjerg er et flagskib inden for it-området i Århus med en høj kapacitet inden for flere grene af it-området. Århus Universitet har koncentreret al it-uddannelse og it-forskning på Katrinebjerg og dertil kommer, at flere af regionens vigtige it-videninstitutioner er placeret på Katrinebjerg f.eks. Alexandra Instituttet, Innovation Lab, CAVI mfl. Virksomheder har ligeledes mulighed for at placere sig på Katrinebjerg, og mange virksomheder har benyttet muligheden for at lokalisere sig i it-miljøet. Kombinationen mellem erhvervsliv, uddannelsesinstitutioner og videninstitutioner betyder, at der er et unikt samspil og dynamisk miljø i Katrinebjerg.

Analyser og strategier i Århus og Midtjylland

- Strategi og handlingsplan for indsatsen på medie- og kommunikationsområdet i Århus 2006-2008
- Potentiale – en undersøgelse af medie- og kommunikationsområdet i Århus med fokus på fremtiden
- Vækst i Århus IV, En verden i forandring – en by i bevægelse, Erhvervshandlingsplan 2005-2009
- Digital kunst og kultur i Århus-regionen, It-råd Midt
- Udviklingsstrategi for Filmby Århus



DR Århus

En moderne mediekoncern med en medarbejderstab på 250 personer, der leverer medieprodukter til en række forskellige platforme og hermed udgør en drivkraft i Århus og det øvrige Jylland for udvikling af de kreative kompetencer indenfor av-produktion. DR Århus er en del af DR Jylland. DR Århus har en stor produktionsenhed, som leverer radio, tv og internetbaserede produktioner med afsæt i DR's øvrige udsendelser og web-produktioner.

Aalborg – digitale medier og indholdsproduktion

Aalborg har de seneste år udmærket sig ved at have fokus på kultur og oplevelsesøkonomi og har mange nye initiativer og projekter. Specielt inden for interaktive medier er der de seneste år spiret mange initiativer frem – f.eks. Dreamhouse, der er et erhvervshus for iværksættere inden for kulturelle og kreative erhverv, samt Dreamgames, et netværk for spiludviklere og andre inden for digitale medier. Aalborg Universitet er en af de vigtige spillere med adskillige faglige miljøer og centre, der beskæftiger sig inden for spændingsfeltet mellem medier, it og spil.

En række partnere inden for oplevelsesøkonomien har i 2006 oprettet det regionale teknologicenter ApEx på Aalborg Universitet. ApEx udarbejder bl.a. analyser af oplevelseserhvervene og udarbejder innovationsprojekter inden for oplevelsesøkonomien bl.a. projektet "Lokationsbaserede tjenester og mobilt indhold". Endvidere driver ApEx forskellige netværk inden for bl.a. computerspil og digital kunst.

Vidensmiljøer og netværk i Aalborg

- ApEx – center for anvendt oplevelsesøkonomi, Aalborg Universitet
- Center for Software Defined Radio
- InDiMedia – Center for Interaktive Digitale Medier
- VR Media Lab (vitual reality)
- ExCite – Center for oplevelsesøkonomi, kreative industrier og teknologier, Aalborg Universitet
- VTO – Videncenter for turisme og oplevelsesøkonomi
- NorCOM – Netværk for mobil og trådløs kommunikation
- Dreamgames – netværk for spiludvikling i Nordjylland (170)
- Bretteville - Center for digital indholdsproduktion

Traditionelt har Aalborg og Nordjylland været kendt for områdets stærke profil inden for informations- og kommunikationsteknologi, men de seneste par år har en række mindre virksomheder formået at markere sig inden for bl.a. digitale medier og indholdsproduktion.

Området inden for interaktive medier er stærkt forankret på forskningssiden under Aalborg Universitet. Det forventes at være et betydeligt erhvervsmæssigt udviklingspotentiale for at etablere nye virksomheder eller vækst i allerede etablerede virksomheder.

ApEx

ApEx er regionalt center for oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign – formålet er at gøre Nordjylland til Danmarks oplevelsesøkonomiske centrum. ApEx driver bl.a. forskellige netværk, der understøtter udvikling og fremdrift inden for oplevelsesøkonomien, driver innovationsnetværk og udarbejder forskellige analyser af oplevelsesøkonomien.

I tilknytning til Aalborg Universitet er en række interessante forskningscentre, som beskæftiger sig med oplevelsesrelaterede interaktive medier – specielt inden for mobil og trådløs kommunikation. Få virksomheder har udnyttet de nye muligheder inden for interaktive medier og mobil indholdsproduktion fuldt ud. Forventningerne til vækstpotentialet for it-baserede oplevelsesprodukter er store både nationalt og internationalt, og der synes derfor at være et stort potentiale i Nordjylland.



Zenaria

Zenaria udvikler og producerer multimediebaserede læringsværktøjer – de anvender en bred vifte af multimedieværktøjer som f.eks. film, spil og andre virtuelle multimediebaserede værktøjer.

Aalborg satser også kraftigt på at fremme udviklingen inden for interaktive digitale medier. Senest er der oprettet et virksomhedsmiljø "Bretteville" for produktion af computerspil og interaktive medier. Det er dog endnu ikke dokumenteret, hvorvidt Nordjylland og Aalborg har en særlig styrkeposition inden for området, og hvilke styrker Nordjylland har i forhold til f.eks. København, men potentialet er stort, idet netværket "Dreamgames" tæller mere end 170 medlemmer. Udover dette findes der to "græsrodsnetværk" - Indi9000 og Filofil - med hver ca. 30 medlemmer.

Analyser og strategier i Aalborg og Nordjylland

- Den regionale kulturaftale for Nordjylland 2007-2008
- Nordjyllands Kreative Råstof – vilkår og potentialer for talentudvikling og det kreative vækstlag, ApEx
- Analyse, Kultur- og oplevelsesøkonomien i Region Nordjylland
- Kultur- og oplevelsesøkonomien i Region Aalborg, Anbefalinger til vision og strategi
- ApEx Mapping: Lokationsbaserede tjenester i Nordjylland
- Erhvervsplan 2007-2009 – Den konkurrencedygtige kommune, Aalborg Kommune
- Bretteville Hotspot

På virksomhedssiden har Aalborg desuden en lang række interessante virksomheder i spændingsfeltet mellem film og nye medier.
Af virksomheder kan nævnes Nordjyske Medier, 9000 LUX og AM Production – der beskæftiger sig bl.a. med mobil indholdsproduktion, 3D audio teknologier, e-læring, interaktive infoskærme, video, spil m.m.



Bretteville

Bretteville er Nordjyllands nye satsning inden for digitale medier og er et vækst- og videncenter med fokus på digital kreativitet. Bretteville har med hjælp fra Aalborg Kommune, Aalborg Samarbejdet, Aalborg Erhvervsråd, Det Obelske Familiefond og EU's regionaludviklingsfond samlet 13,7 millioner til udvikling af digitale medier i hele den nordjyske region. Dette er målrettet udvikling af det fysiske virksomhedsmiljø i Bretteville vækstcentret (hvor særligt nystartede virksomheder kan få hjælp til etablering) samt yderligere fem delprojekter med fokus på hhv. spiludvikling, digitale medier, kompetenceudvikling samt animation og audiovisuelle produkter.



Martin Gruppen

Martin Gruppen er pioneren inden for audiovisuelt udstyr og belysning og er i dag en af verdens største producenter af lysteknisk udstyr med en omsætning på over 1 milliard kr. og afsætning i hele verden. Virksomheden har placeret udviklingsafdelingen i Århus, men en stor del af virksomhedens produktion foregår i Frederikshavn. Derudover har Martin Gruppen flere internationale produktionssteder. Udover Martin Gruppen er der flere mindre virksomheder, som beskæftiger sig med lys- og lydproduktion med base i Frederikshavn.

Initiativer i Frederikshavn

- LaternaNordica – Nordisk filmfestival
- Lysfestival – International lysdesign
- Lightvisons.dk – Innovationscenter for lysudvikling
- Frederikshavn Event – Tiltrækning af internationale events

Foto: Jørgen Anker Simonsen & Tom Jensen

Frederikshavn – fyrtårnet er lys

Frederikshavn har de senere år gennemgået en række store forandringer. Efter værftslukningerne har byen ikke mindst oplevet kraftig ændring inden for det erhvervsmæssige område. Det ny Frederikshavn har vendt udviklingen, og i dag satses der stærkt på oplevelsesøkonomien – Frederikshavn er gået fra at være værftsby til værtsby.

Udover udviklingen inden for turismen og kulturområdet er det lykkedes for Frederikshavn at få etableret en produktion inden for det lys- og lydtekniske område. Med en af verdens største producenter af lysteknisk udstyr har Frederikshavn fået en stærk profil på det lys- og lydtekniske område.

Netop lysteknisk udstyr og lysdesign indgår i stigende grad som et vigtigt understøttende element for film og nye medier. Det betyder, at der er gode muligheder for at bringe lystekniske kompetencer i spil i forhold til de erhvervsmæssige styrker i de to regioner. Det gælder både i forhold til traditionelle spillefilm og inden for animationsområdet og kan også tænkes i sammenhæng med andre interaktive medier og audiovisuelle præsentationer og events.

Frederikshavn Kommune arbejder målrettet for at forbedre rammebetingelserne for udviklingen af det erhvervsmæssige potentiale inden for det lystekniske område, og der er bl.a. blevet oprettet et innovationscenter, som fokuserer på udviklingen af lysteknologi i Nordjylland. Derudover er der oprettet særlige uddannelser på EUC Nord, hvor de studerende kan specialisere sig inden for lys og lyd.

Den regionale kulturaftale for Nordjylland 2007-2008

I 2007 indgik de nordjyske kommuner, Kulturministeriet og Region Nordjylland en kulturaftale. Aftalen har bl.a. fokus oplevelsesøkonomi og kultur som væksterhverv – det er f.eks. planen at skabe mødepladser for kreative kompetencer og understøtte forskning og udvikling af virksomheder inden for oplevelsesøkonomien.

Holstebro - Vestjyllands centrum for tv, film, medier og talentudvikling

Holstebro har i kraft af lokaliseringen af TV2s regionale tv-station TV/MIDT-VEST flere mindre tv- og medievirksomheder. Siden slutningen af 1980'erne er der opbygget et stærkt miljø omkring regional produktion af film. TV/MIDT-VEST har således medvirket til, at der er skabt flere mindre selvstændige produktionsselskaber i Midt- og Vestjylland, som i dag leverer forskellige ydelser til bl.a. TV/MIDT-VEST.

For at styrke samarbejdet og produktionerne har lokale kræfter etableret Midt- og Vestjysk Mediefond, der bl.a. i samarbejde med Den Vestdanske Filmpulje har medvirket til regionale filmproduktioner. Samarbejdet med Den Vestdanske Filmpulje giver Holstebro mulighed for at få adgang til de unikke kompetencer og vækstmuligheder, som findes i relation til filmmiljøet i Århus.

Holstebro har desuden historisk et stærkt fokus på hele kulturgrundlaget i kommunen og er bl.a. med i kultursamarbejdet i Midt- og Vestjylland.

For at fremme udviklingen af kreative miljøer og talentlaget understøtter Holstebro Kommune uddannelse og udvikling af talenter inden for de kreative erhverv. Kommunen har bl.a. bidraget til at oprette Nordvestjysk Talentcenter, der forbereder unge talenter til at tage en kunstnerisk uddannelse inden for f.eks. musik, dans, scenekunst og billedkunst. Uddannelsen i billedkunst forbereder de unge til en uddannelse på f.eks. designskoler, kunstakademier, medieskoler og andre kreative uddannelser.

TV/MIDT-VEST

TV/MIDT-VEST er Holstebros største medievirksomhed. Udover at producere regionale nyheder har TV/MIDT-VEST også en række andre produktioner som film og mindre serier. Udover selve tv- og filmproduktionen har TV/MIDT-VEST oprettet kursusvirksomheden Novamedia, der tilbyder en lang række kurser i forskellige former for digital kommunikation til virksomheder og organisationer i hele landet.



Viborg – internationalt center for animation

Viborg udmærker sig ved at have nogle af Europas førende videregående uddannelser inden for animationsområdet. The Animation Workshop, der driver uddannelserne, er en del af Professionshøjskolen VIA. The Animation Workshop har til huse i 6000 m2 bygninger på Viborgs gamle kaserneområde, der også rummer en række andre kultur- og talentudviklingsinstitutioner.

The Animation Workshop – Videncenter for animation

The Animation Workshop er et internationalt førende uddannelses-, efteruddannelses- og udviklingsmiljø inden for animation og interaktiv digital underholdning. Videnmiljøet blev etableret i 1988 og har siden uddannet mange medarbejdere til de kreative brancher som f.eks. interaktive digital underholdning, film og tegnefilm. Der er over 150 studerende, som ikke bare kommer fra hele Danmark, men også internationale studerende søger til Viborg. I kraft af sit gode internationale omdømme har The Animation Workshop et stærkt netværk til både danske og internationale virksomheder. Planen for de kommende år er at videreudvikle The Animation Workshop til et egentligt hotspot for animation i den internationale superliga.

I kraft af, at The Animation Workshop er et videncenter inden for animation, findes der en stor videnbase og et stort talentpotentiale, som kan bidrage til at skabe et dynamisk og internationalt iværksættermiljø. Der er derfor et stort erhvervsmæssigt potentiale, der kan styrke den lokale og regionale vækst.

The Animation Workshop har netop startet Midtjysk Væksthus for Animation - et væksthusmiljø for etablerede virksomheder, studerende og kommende iværksættere inden for animationsområdet. Sideløbende arbejder den kulturelle udviklingsafdeling Open Workshop, finansieret af Det Danske Film Institut og Viborg Kommune. Her kan talenter og kunstnere fra hele verden søge om at arbejde med animationsrelaterede projekter og film.

The Animation Workshop deltager i en række udviklings- og produktionssamarbejder med flere danske videns- og uddannelsesinstitutioner. Som medinitiativtager til DADIU, sammen med Den Danske Filmskole, spiller The Animation Workshop en hovedrolle, når det handler om at udvikle de nøglekompetencer til oplevelsesøkonomien, der baseres på animation.

Igennem en lang årrække har The Animation Workshop modtaget støtte fra EU/MEDIA til internationale efteruddannelsesaktiviteter i afdelingen Professional Training. Støtten og antallet af projekter er voksende. Disse aktiviteter har skabt et stort internationalt netværk, hvor mange af de største internationale animationsvirksomheder og bedste uddannelsesinstitutioner indgår. The Animation Workshop har siden 1994 haft status som "Specialized European Animation Training Centre".

Viborg rummer endvidere Medieskolerne, der er førende i Danmark inden for uddannelse og efteruddannelse af film- og tv-teknikere til den danske mediebranche.

JA Film

JA Film producerer en lang række animationsrelaterede produkter til film, tv og reklamer. JA Film er udsprunget af miljøet omkring Animationsværkstedet og specialiserer sig inden for følgende områder: Instruktion, 3D arbejde, Flashanimation, Klassisk tegnefilm, Effekter, Compositing, Storyboards, Design, Illustration, Speak og dialog, Lyddesign og Musik.

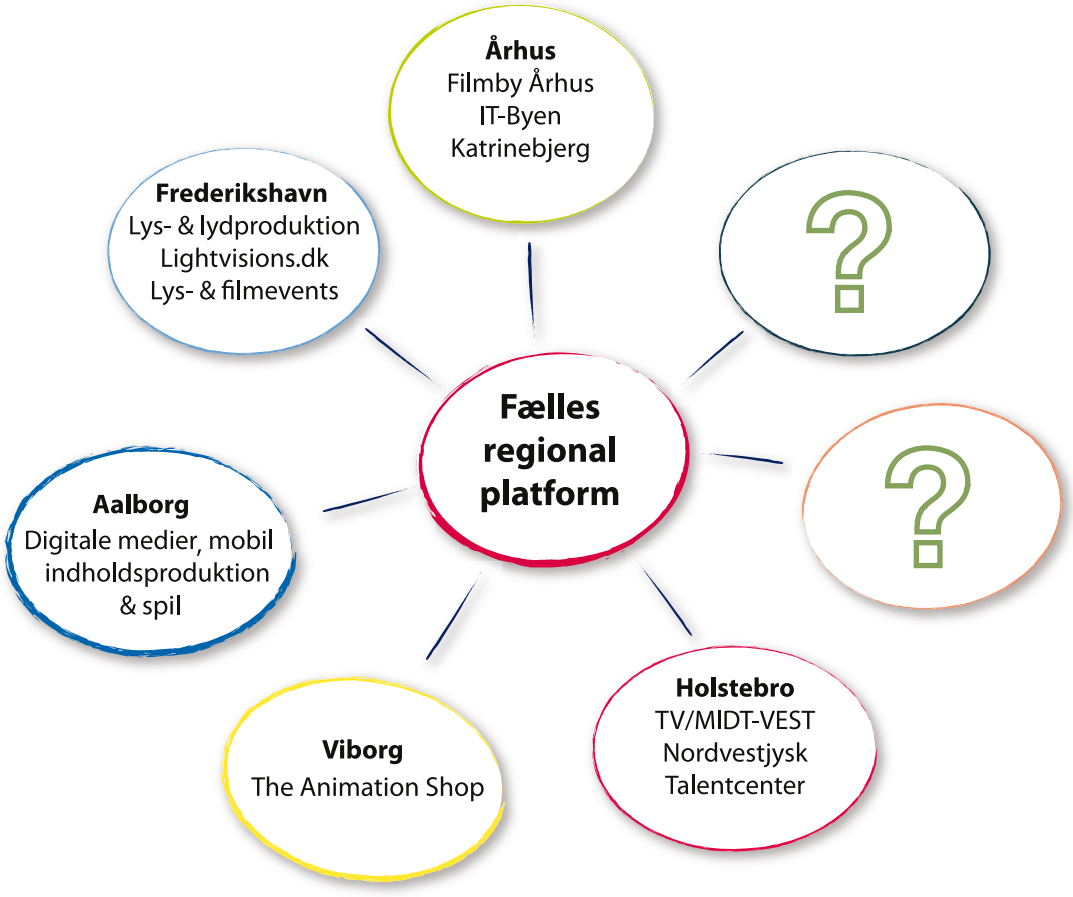
KREA Medie

KREA Medie laver computerspil til børn og har gennem de sidste 12 år opbygget en stor viden om, hvordan børn spiller computerspil.
Missionen er, at børn skal have den bedste oplevelse foran skærmen, når de spiller et spil fra KREA Medie. KREA Medie har en målsætning om, at alle de spil, de sender ud, skal være en god oplevelse for både børn og voksne.
Specialerne er håndtegnede og -animerede figurer, god musik og et gennemført gameplay. KREA Medie har 8 ansatte.

Som det fremgår af beskrivelsen af de lokale fyrtårne, findes der en lang række forskellige styrker inden for film og nye medier i Midtjylland og Nordjylland. Paletten er bred og går på tværs mellem forskellige faglige områder og brancher, men fælles for de lokale fyrtårne er, at de alle beskæftiger sig med film og nye medier.

Selvom udgangspunktet er film og nye medier, findes der i dag ingen koordineret og målrettet regional indsats, som trækker de gode kræfter i samme retning. Der synes behov for en fælles regional platform, der kan koordinere den viden og de kompetencer, som findes lokalt, så de kan udnyttes af andre regionale aktører inden for film og nye medier samt tiltrække nye og perspektivrige initiativer til Midtjylland og Nordjylland.

Skitse over styrker





4 Fælles strategi

Det gør vi!

Denne strategi er et partnerskab mellem de to vækstfora, relevante kommuner og videninstitutioner, der kan skabe grobund for udnyttelse af fælles ressourcer og kompetencer til gavn for virksomhederne. Et vigtigt udgangspunkt for strategien er netop, at de mange forskellige aktører inden for film og nye medier har samme interesse i at fremme området og skabe et fælles udgangspunkt for en fælles strategi og en fremtidig satsning.

Med strategien skabes grundlaget for en større regional indsats inden for området for film og nye medier. Strategien skal bl.a. bidrage til at skabe klarhed omkring, hvilke policy-udfordringer området inden for film og nye medier står overfor samt understøtte en fokuseret klyngeudvikling på tværs af lokale styrker, brancher, faglige miljøer og regioner.

En koordineret tværregional satsning vil endvidere bidrage betydeligt til at styrke Midt- og Nordjyllands internationale profil inden for film og nye medier. En stærk international profil kan være med til at tiltrække internationale kompetencer samt skabe nye samarbejder med udenlandske virksomheder og videnmiljøer.

Ydermere vil en samlet regional satsning virke stærkt i forhold til nye statslige initiativer og bidrage til at tiltrække finansiering til konkrete projekter og indsatser fra såvel nationale som internationale kilder.

Rammen for den kommende indsats vil i første omgang være to større og sammenhængende initiativer, der gennem dialog med alle relevante aktører skal udvikles og implementeres i løbet af 2008. Aktørerne inden for film og nye medier peger på, at der er behov for mere tværregionalt samarbejde, der skal styrke rammebetingelserne for film og nye medier. Og at der er behov for at etablere en flermedial udviklingspulje, der skal sikre risikovillig udviklingsfinansiering.

To nye initiativer: Tværregional indsats og flermedial udviklingspulje

Vi vil arbejde for, at den kommende indsats medfører en to-strenget satsning:

1. Vækstindsats

Der etableres en tværregional indsats med en generalsekretær i spidsen, der i perioden 2008-2010 skal sikre udvikling af nye initiativer, der kan styrke vækstmulighederne for virksomheder inden for film og nye medier – fx netværkssamarbejde, nye uddannelser, tiltrækning af international viden og kompetencer, internationalisering osv. Endvidere skal generalsekretæren skabe synlighed omkring film og nye medier i de to regioner. Vækstforaene bidrager med midler til pilotprojekter, således at de første initiativer kan påbegyndes allerede i foråret 2008. Vækstforaene vil de kommende år prioritere midler til perspektivrige initiativer.

2. Flermedial udviklingspulje

Der skal etableres en flermedial udviklingspulje for film og nye medier på tværs af de to regioner. Puljen skal bygge på grundindskud fra relevante internationale, nationale, regionale og lokale offentlige myndigheder, fonde, organisationer, virksomheder osv. Vækstforaene nedsætter en arbejdsgruppe, der inden sommeren 2008 skal komme med et konkret forslag til etablering af en flermedial udviklingspulje.

Borgmestre og vækstforumformænd bag denne strategi

Det er forventningen, at en fælles politisk handling fra relevante regionale og lokale aktører om en prioriteret strategisk indsats for etablering af rammebetingelser og risikovillig udviklingsfinansiering til perspektivrige projekter kan skabe grundlag for nyt samarbejde, der vil åbne mulighed for en dialog med private investorer samt nationale og internationale puljer og fonde.

Netop øget adgang til finansiering – baseret på en række internationale eksempler – vil styrke erhvervets samarbejds- og vækstmuligheder betragteligt – både lokalt, regionalt og internationalt.

Sådan arbejdes videre

Indsatsen skal bygge på de lokale erfaringer, der findes inden for de to regioner, og behovene for de virksomheds- og videnmiljøer, der i fællesskab kan skabe større synergi og således bidrage til ny erhvervsudvikling og vækst.

Dermed skal indsatsen sikre en erhvervsmæssig udnyttelse af de mange forskellige og unikke kompetencer, der findes i de to regioner. Et tættere samarbejde på tværs af lokale miljøer kan resultere i etablering af et tværregionalt og -lokalt klyngesamarbejde.

De erhvervspolitiske rammebetingelser, der kan etableres fra national, lokal og regional side, har forskellig karakter men forventes koordineret og målrettet erhvervets behov at kunne skabe nyt samarbejde og styrke erhvervets vækstmuligheder.

Film og nye mediers erhvervsmæssige udviklingsmuligheder afhænger i høj grad også af miljøernes mulighed for samarbejde med andre nationale miljøer (København) og relevante internationale vækstmiljøer og videninstitutioner.

Derfor er det afgørende, at der i det kommende arbejde etableres et tæt samarbejde med relevante aktører uden for de to regioner.

I det videre arbejde henover forår/sommer 2008 etableres en åben arbejdsgruppe, der skal arbejde videre med en konkretisering af initiativerne. De nuværende to initiativer ligger ikke fast, da resultatet fra dialogkonferencen kan være nye initiativer, og det er også frit for arbejdsgruppen at formulere yderligere initiativer.

Arbejdsgruppen bør i det videre arbejde med konkretisering af initiativerne overveje andre mulige indsatsområder, som kulturadfærd, internationalt udsyn, netværkssamarbejde, viden og kompetencer, finansiering og nye virksomheder. Indsatsområderne er tænkt som input til det videre arbejde og kan indgå i arbejdsgruppens overvejelser. På de følgende sider præsenteres temaerne.

Mulige indsatsområder der skal indgå i arbejdsgruppens overvejelser

- Kulturadfærd
- Internationalt udsyn
- Netværkssamarbejde
- Viden og kompetencer
- Finansiering
- Nye virksomheder

Tema 1: Kulturadfærd

Det kulturmæssige fundament i de to regioner er stærkt og udgør en vigtig basis for udvikling af nye kommercielle produkter og services.

En stærkere kommerciel indsats inden for film og medier vil være med til at styrke dansk kultur i modspil til den multinationale underholdningsindustri.

På den måde skal der etableres en balance og symbiose mellem det kulturelle fundament, der på sigt bærer en række fundamentale og uerstattelige værdier. Den kommercielle iscenesættelse af de kulturelle værdier tager udgangspunkt i de nyeste teknologiske muligheder i en tidstilpasset kontekst. Et eksempel herpå er kulturaftalen for Nordjylland.

Centrale udfordringer

- Hvordan kan kultursektoren i endnu højere grad være basis for fremtidig erhvervsmæssig vækst på tværs af regionerne og byerne?
- Hvordan kan de to regioners kulturinstitutioner blive mere synlige overfor virksomheder og samarbejdsprojekter inden for film og nye medier?
- På hvilke områder kan film og nye medier bidrage til at styrke den regionale og lokale kulturelle basis – og hvordan kan dette gennemføres?



Tema 2: Internationalt udsyn

Film og nye medier er et meget internationalt orienteret erhverv. Teknologi, viden og finansiering inden for erhvervet går ofte på tværs af landegrænser og kontinenter. Erhvervet har således formået at udnytte de mange positive sider af den teknologiske udvikling og globaliseringen, som andre erhverv har haft vanskeligere ved at omstille sig til. Virksomhederne inden for film og nye medier er med andre ord "born global".

For en moderne medievirksomhed er det nødvendigt allerede fra etableringen at have en international tankegang indarbejdet i forretningsmodellen i forhold til såvel produktudvikling, finansiering, produktion og afsætning. Nye og eksisterende virksomheder i Midtjylland og Nordjylland kan således have store fordele af de internationale netværk, der allerede eksisterer mellem regionale film- og mediefonde rundt omkring i Europa.

Internationalt udsyn er ikke kun afgørende for virksomhederne, men også regionernes videninstitutioner bør have et internationalt udsyn. Det er derfor væsentligt, at de videnmiljøer, der findes i de to regioner, fastholder og udvikler deres internationale orientering og position. På den måde kan der opretholdes et videnmæssigt fundament, for at vækstvirksomhederne inden for film og nye medier forsat vælger at lokalisere sig i regionerne. Og internationale virksomheder – store som små – vil kunne tiltrækkes.

Centrale udfordringer

- Hvordan spottes og konverteres internationale trends, så de aktivt kan anvendes af virksomhederne?
- Hvilke rammebetingelser mangler der for at styrke virksomhedernes muligheder for at styrke den globale afsætning?
- Hvordan kan regionernes viden og forskningsinstitutioner bidrage til at styrke det internationale udsyn for virksomhederne?
- Hvordan tiltrækkes og fastholdes internationale kompetencer og viden?
- Hvordan understøttes virksomhedernes deltagelse i flere internationale projekter?





Tema 3: Netværkssamarbejde

Erfaringerne fra de byer i Region Midtjylland og Region Nordjylland, hvor der findes virksomheder inden for film og nye medier, er, at der er behov for at styrke mulighederne for netværkssamarbejde mellem virksomheder.

Netværkssamarbejdet opstår og skal fungere på virksomhedernes præmisser. I nogle tilfælde er det business to business samarbejde mellem få eller en række virksomheder. I andre tilfælde er det mere veludbyggede værdikædesamarbejder, hvor der opstår en naturlig arbejdsdeling mellem virksomhederne. Det kunne også være relevant at fokusere på netværkssamarbejde mellem videninstitutioner og virksomheder.

Centrale udfordringer

- Hvordan spottes og styrkes allerede igangværende netværkssamarbejde?
- Hvilke initiativer mangler der for at kunne styrke netværkssamarbejdet mellem virksomhederne?
- Er der behov for at styrke nogle specielle netværk eller spirende klyngesamarbejder – og i praksis, hvordan skal det gennemføres?
- Hvordan kan der etableres fleksibel adgang til forskningsmiljøerne?
- Hvordan kan netværk understøtte udvikling af nye forretningsområder?

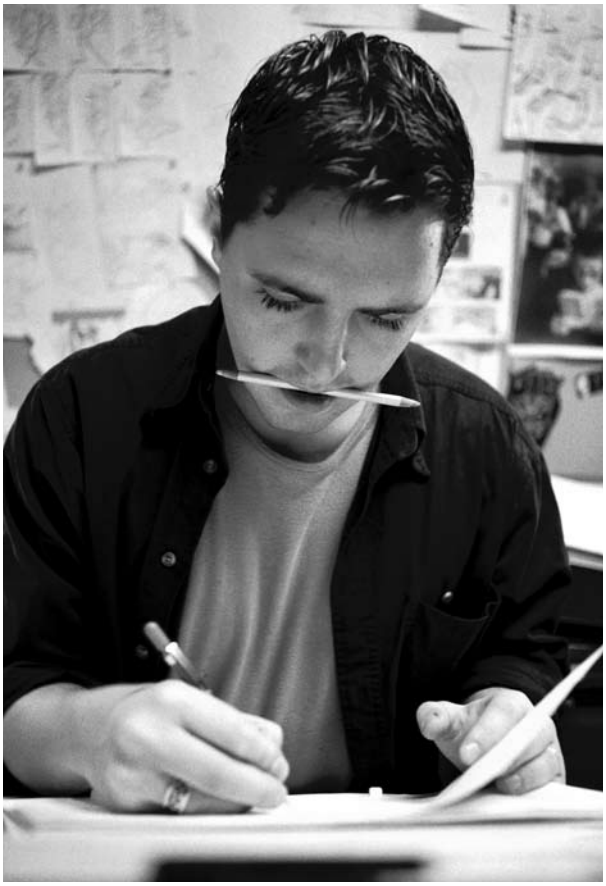
Tema 4: Viden og kompetencer

Viden og kompetencer er afgørende for at sikre innovative virksomheder. De to regioner står overfor en række generelle udfordringer med at fastholde og tiltrække kvalificeret arbejdskraft.

Det er vigtigt for både nye og etablerede virksomheder inden for film og medier, at der er adgang til medarbejdere med de rette kompetencer. Det er således afgørende, at der etableres et meget tæt samarbejde med de regionale og lokale videnmiljøer og erhvervet, således at studerende allerede i deres uddannelsesforløb kan se en erhvervskarriere med udgangspunkt i virksomheder i lokalområdet eller de to regioner. Og at de offentlige myndigheder bidrager til at sikre rammebetingelser, der gør samarbejdet mellem videnmiljøer, virksomheder og produktionscentre spændende. Både for forskere, studerende og virksomhederne.

Centrale udfordringer

- Hvordan kan regionernes fælles kreative potentiale fastholdes og udvikles?
- Hvordan sikres tilstrækkeligt kvalificeret arbejdskraft til de lokale fyrtårne?
- Hvad kan videninstitutionerne gøre bedre for at sikre erhvervets viden og kompetencer?
- Hvordan kan viden og kompetencer i praksis styrkes gennem netværkssamarbejde?
- Hvordan fastholdes viden og kompetencer inden for film og nye medier?



Tema 5: Finansiering

Film og nye medier står konstant over for en udfordring omkring finansiering af aktiviteterne. Kombinationen af kreative erhverv, der på den ene side bygger på helt nye markedsmæssige og teknologiske muligheder og trends, og på den anden side, de etablerede investorer, kan være svært forenelige. Finansverdenen opfatter ikke nødvendigvis film og nye medier som en sikker og rentabel investering.

Den flermediale udfordring og de nye markedsmæssige muligheder, der vil opstå, kræver risikovillig kapital. I andre sammenhænge og i andre erhverv er denne risikovillige udviklingsfinansiering blevet dækket af innovationmiljøerne, offentligt støttede venturefonde og andre målrettede initiativer. Vækstfonden har i en analyse af oplevelsesøkonomien og venturekapital konkluderet, at der inden for oplevelsesøkonomien er langt mellem de gode investeringsemner. En undtagelse er dog spiludvikling, hvor bl.a. Vækstfonden og andre investorer med risikovillig kapital gerne investerer. Senest har f.eks. Vækstfonden og Syddansk Venture investeret 10 mio. kr. i udviklingen af et nyt onlinespil.

I kraft af den stigende mediekonvergens vil der også være andre grene inden for film og nye medier, der har et voksende behov for adgang til risikovillig udviklingsfinansiering. Det er en fælles regional og lokal opgave at samarbejde om at styrke erhvervets finansieringsmuligheder baseret på en dyb forståelse af barrierer for vækst og udvikling i virksomhederne.

Centrale udfordringer

- Hvilke typer af finansielle udfordringer står virksomhederne typisk overfor?
- Hvilke lokale og regionale initiativer er der behov for at prioritere?
- Hvilke nationale og internationale finansieringskilder kan lokale og regionale myndigheder være med til at påvirke – og hvordan?



Tema 6: Nye virksomheder

Det er et paradoks og et uforløst udviklingspotentiale, når Region Midtjylland og Region Nordjylland har en del forsknings- og videnmiljøer inden for film og nye medier, men ikke særligt mange nye virksomheder, der starter op inden for området.

Det er afgørende for erhvervsdynamikken, at der sker en stigning i antallet af nye virksomheder inden for film og medier i de to regioner og omkring de lokale fyrtårne. Nye virksomheder er ofte kilde til innovation, fordi de starter op på basis af nye markedsmuligheder eller ny viden.

Således er det specielt vigtigt, at regionernes videnmiljøer bidrager til at styrke muligheder for nye virksomheder. Og at der findes de rigtige rammebetingelser, der kan gøre springet som selvstændig mere attraktivt og overlevelsesmulighederne større.

Centrale udfordringer

- Hvordan kan afknopning fra større virksomheder inden for film og nye medier styrkes?
- Hvordan kan afknopning fra viden- og uddannelsesinstitutioner inden for film og nye medier styrkes?
- Hvordan styrkes væksten i nye virksomheder inden for film og nye medier?
- Hvilke specielle behov skal tilgodeses for iværksættere inden for dette område – og kan de imødekommes med offentlige rammevilkår?
- Hvilken rolle skal det etablerede rådgivningssystem spille – er der behov for særlige tilbud rettet mod iværksættere inden for erhvervet?