



Företagsfrämjande systemets roll för att stärka

# KULTURELLA OCH KREATIVA NÄRINGAR

i Jämtland Härjedalen

en grundförutsättning för utveckling, innovation och stärkt konkurrenskraft

AV YLVA ERIKSSON



**COMPANION**  
KOOPERATIV UTVECKLING

REGION  
JÄMTLAND  
HÄRJEDALEN

 Medfinansieras av  
Europeiska unionen

# Innehåll



- 3** Välkommen till denna rapport
- 4** Sammanfattning
- 7** 1. UTGÅNGSPUNKTER
  - 6** En förstudie i tre delar - bakgrund & syfte
  - 7** Denna rapport - Kulturella och kreativa näringar
  - 8** Definitioner och avgränsningar
- 10** 2. RESULTAT
  - 11** Potentialen hos de Kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län och företagsfrämjarnas roll
- 19** 3.1 UTBLICK
  - 19** Vad är kulturella och kreativa näringar? De kulturella och kreativa näringarnas karaktärsdrag
  - 19** Hur ser de kulturella och kreativa näringarna ut i Sverige?
  - 25** Kulturella och kreativa näringar och...
  - 25** ... attraktion
  - 25** ... innovation
- 26** Företagsfrämjande aktörer utanför Jämtlands län
  - 25** Inkubatorer med fokus på kultur och kreativitet.
  - 30** Övriga initiativ riktade mot Kulturella och kreativa näringar
- 34** 3.2 INBLICK
  - 34** Förutsättningar i Jämtlands län
  - 34** Kulturella och kreativa näringar i Jämtlands län
  - 34** Struktur och Statistik
  - 35** Förutsättningar, styrkor och behov kända sedan tidigare
  - 38** Utifrån möten med verksamma i förstudien
- 42** Det företagsfrämjande aktörssystemet i Jämtlands län
  - 42** Region Jämtland Härjedalen
  - 45** Länets kommuner
- 48** Företagsfrämjare i Jämtland Härjedalen
- 51** Förutsättningarna hos det företagsfrämjande systemet i Jämtland län för att stötta kulturella och kreativa näringar
  - 52** Finns det en stödstruktur i länet för kulturella och kreativa näringar?
- 54** Referenser
- 55** Bilaga 1 - Genomförda möten, deltagande i konferenser och andra sammanhang.

***“Ekonomi är viktigt, men kultur är mycket viktigare. Det hjälper oss att förstå den helhet vi är del av och att förstå innebörden av vår existens och våra liv. Vi kan mycket bättre leva ett fullödigt liv med hjälp av insikter i kultur.”***

Sixten Korkman, professor i ekonomi samt fd. vd för det finska näringslivets forskningsinstitut

## Välkommen till denna rapport

Denna rapport är ett resultat av ett arbete som genomförts i en förstudie vid namn “Förstudie - Stärkta färdigheter för smart specialisering inom socialt och kooperativt företagande” som genomförts av Coompanion Jämtland Härjedalen under perioden maj 2023 till april 2024.

En av målsättningarna har varit att ta fram kunskapsunderlag om våra förutsättningar i Jämtlands län kring de företagsfrämjande aktörernas roll för att stärka kulturella och kreativa näringar. Kunskapsunderlaget kan ligga till grund för att arbeta fram metoder, modeller och processer för att skapa innovation och konkurrenskraft i regionen.

Rapporten har till syfte att förvalta kunskapsunderlaget och det arbete som genomförts för att kunna tillgängliggöra det för berörda och intresserade aktörer.

### **RAPPORTEN ÄR UPPBYGGD AV TRE DELAR:**

Del ett är denna introduktion och utgångspunkter där det går att läsa mer om bakgrunden och syftet med förstudien och denna rapport.

Del två är en sammanställning av det resultat vi kommit fram till i förstudien och de rekommendationer vi lämnar för framtida insatser och genomförandeprojekt.

Del tre är en sammanställning av det material som samlats in under förstudiens arbete med syfte att förvalta det som deltagarna har delat med sig av. Denna del är inte skriven för att sträckläsas utan mer som ett uppslagsverk att botanisera i. Förhoppningsvis kommer du att få en bredare förståelse för de kulturella och kreativa näringarnas i Jämtlands län och hur det företagsfrämjande systemet kan främja utvecklingen av sektorn och dess bidrag till stärkt innovation, utveckling och konkurrenskraft men också för att skapa en nytänkande och hållbar region att leva, verka och utvecklas i.

# Sammanfattning

Jämtlands län karaktäriseras av glesa strukturer, diversifierat näringsliv bestående av framför allt mindre och medelstora företag och av att majoriteten av länets befolkning bor utanför urbana områden. I regionala styrdokument som "Program för smart specialisering i Jämtland Härjedalen 2021-2027" har Kulturella och kreativa näringar en bärande roll i styrkeområdet "Upplevelser".

Kultur och kreativitet är ett kitt i samhällsutvecklingen, det är där nya tankar och perspektiv får utrymme. Det är där möten uppstår. Nya idéer och nya lösningar. De kulturella och kreativa näringarna är en viktig roll för att forma ett hållbart, långsiktigt och resilient samhälle. De knyter ihop möjligheten till livskvalitet hos de som bor på en plats med möjligheten till utveckling och innovation i möte och samverkan med övrigt näringsliv.

Att långsiktigt främja de kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län ger en trygg grogrund för länet att våga utvecklas och ta de stora innovativa kliven.

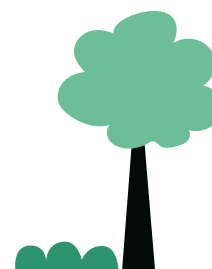
Det är välkänt hos aktörer i Jämtlands län att de kulturella och kreativa näringarna bidrar till attraktion. Däremot finns det mycket att utveckla och nyttja kring de kulturella och kreativa näringarnas innovationskraft. Några av de faktorer som karaktäriserar sektorn är tolerans, diversitet och den grundläggande faktorn – kreativitet. Detta är faktorer som lockar till sig innovation, entreprenörskap och nyetablering av företag vilket bidrar till utvecklingen av en plats och dess tillväxt. De spelar också en viktig roll för att säkerställa yttrandefriheten, demokratin och skapar hållbar innovationskraft.

I Jämtlands län är de verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna utspridda i hela länet. Det finns en hög kompetens och kvalitet. Det finns också en vilja att växa, framför allt genom att kroka arm med andra verksamma. Man vill skapa större sammanhang som kan få deras verksamheter att accelerera.

Samtidigt upplever de att det finns en brist på konkurrens och spetskompetens, att det saknas en kritisk massa. De upplever att det saknas sammanhang att vara verksam i och de har brist på resurser såsom tid, pengar och lokaler. Det finns även en brist på tillit till offentliga aktörer och övriga näringsliv.

Hos det företagsfrämjande systemet i Jämtlands län finns en bred expertis inom många branscher och tillsammans har de ett mycket stort nätverk inom näringslivet. Det finns hos företagsfrämjarna en medvetenhet om de kulturella och kreativa näringarna och det genomförs vissa satsningar riktade mot sektorn.

De upplever dock att det finns en barriär som behöver brytas för att nå fram till sektorn. En barriär av brist på kunskap och kunskap om de kulturella och kreativa näringarnas förutsättningar i länet. Det finns ett behov att samverka branschöverskridande mellan företagsfrämjarna. Det är lätt att man arbetar i stuprör både internt i de olika verksamheterna men också mellan de olika aktörerna.





De fyra områden där insatser från de företagsfrämjande aktörerna kan göra skillnad för att nyttja de kulturella och kreativa näringarna som språngbräda för innovation och konkurrenskraft i Jämtlands län är:

#### **1. METODIKEN & KUNSKAPEN HOS FÖRETAGSFRÄMJARE**

Genom att arbeta med förändrad affärslogik skapa långsiktiga företag som känner sig stärkta, sedda och lockar flera.

#### **2. NÄTVERK & MÖTEN**

Inom KKN och med övrigt näringsliv för att skapa synergier, nya idéer och sammanhang

#### **3. FINANSIERING**

Möjligheten att ta risker och insatser för att producera samt förståelse för de immateriella värdena.

#### **4. SAMVERKANSSTRUKTUR MELLAN DE FÖRETAGSFRÄMJANDE AKTÖRERNA**

Det finns en bred och spretig kompetens i länet att knyta samman.

# 1. UTGÅNGSPUNKTER

## En förstudie i tre delar - bakgrund & syfte

Under perioden maj 2023 till april 2024 har Coompanion Jämtland Härjedalen genomfört "Förstudie - Stärkta färdigheter för smart specialisering inom socialt och kooperativt företagande" med finansiering från Region Jämtland Härjedalen och Tillväxtverket.

Förstudien består av tre delar utifrån de frågeställningar som den ska besvara:

### HUR KAN FÖRETAGSFRÄMJANDE AKTÖRER...

1. ...coacha företag och verksamheter inom kulturella och kreativa näringar att samarbeta för stärkt konkurrenskraft och innovation?
2. ...stödja utveckling av kooperativa energigemenskaper?
3. ...stödja innovationsstödet till sociala och kooperativa företag med förbättrad tillämpning av digitala lösningar?

Denna rapport är resultatet av arbetet kring del 1 - de kulturella och kreativa näringarna.

### Förstudiens syfte & målsättning

Förstudien i sin helhet har haft till syfte att undersöka, tydliggöra och konkretisera förutsättningarna för hur aktörs-"ekosystemet" i Jämtland Härjedalen kan arbeta för att utveckla färdigheter för smart specialisering utifrån behov, utmaningar och styrkor utifrån perspektivet kring socialt och kooperativt företagande.

### GENOM FÖRSTUDIEN VILL VI:

- Bidra till mer skraddarsydda regionala "ekosystem" anpassade efter regionala och lokala förutsättningar där vi verkar i en glest befolkad region.
- Undersöka vilka olika möjligheter det finns utifrån våra unika förutsättningar att kunna bygga på relevanta och smarta stödstrukturer i kommande genomförandeprojekt i samverkan med innovatörs- och ekosystemets parter.
- Att de regionala ekosystemen formas utifrån ett underifrånperspektiv där lokala behov och förutsättningar tas i beaktning för att uppnå en god strukturomvandling och för att främja framtidens entreprenörskap och bidra till en stark innovations- och konkurrenskraft.

Målsättningen med förstudien har varit att ge företagsfrämjande aktörer mer relevanta kunskaper för hur ekosystem bättre kan bygga kapacitet för smart specialisering i Jämtland Härjedalen för sociala företag, kooperativ och energigemenskaper inom regionens styrkeområden energi, upplevelser och digitala lösningar.

Detta genom att undersöka och ta fram kunskapsunderlag som kan ligga till grund för att utarbeta metoder, modeller och processer för hållbar smart specialisering anpassat efter de regionala förutsättningarna samt hur stödjande samverkansstrukturer kan byggas för att undvika de inlåsningseffekter som idag återfinns i våra stödsystem.



## Denna rapport - Kulturella och kreativa näringar

Denna rapport är resultatet av arbetet kring en av förstudiens tre delar - de kulturella och kreativa näringarna. Arbetet som genomförts har haft till syfte att besvara frågan:

Hur kan företagsfrämjande aktörer coacha företag och verksamheter inom de kulturella och kreativa näringarna att samarbeta för stärkt konkurrenskraft och innovation?

För att besvara frågan har vi gjort en utblick som fokuserat på att ta fram kunskapsunderlag från forskning/akademi samt från praktiska initiativ utanför länet. Samt en inblick för att ta fram kunskapsunderlag från regionala aktörer, om deras behov och utmaningar i att kunna ingå i regionala stödstrukturer för att främja en god utveckling, implementering och styrning av länets smarta specialiseringsstrategier.

### UTBLICK

För att ta fram kunskapsunderlag från forskning/akademi samt från praktiska initiativ som arbetar med smart specialisering på utförarnivå utanför Jämtlands län har vi i denna rapport sammanställt forskning kring de kulturella och kreativa näringar och sektorns betydelse för framför allt attraktion och innovation.

I arbetet med förstudien har vi tittat närmare på företagsfrämjande insatser riktade på de kulturella och kreativa näringarna runt om i Sverige. De företagsfrämjande insatser vi fokuserat på är inkubatorer som har de kulturella och kreativa näringarna som målgrupp. Något som den statliga utredningen ►

## UTGÅNGSPUNKTER

Kreativa Sverige! lyfter behovet av för att stärka de kulturella och kreativa näringarna i Sverige. ”Främja ”öppna hubbar” för att informera och inspirera solo- och mikroföretag till utveckling. Identifiera och resurssäkra rådgivning och stöd inom kulturpolitiska systemet till exempel Centrumbildningar, kulturinkubatorer.”

Runt om i Sverige finns flera initiativ från verksamma inom kulturella och kreativa näringar där de på olika sätt samverkar genom nätverk, mötesplatser, samarbeten osv. För att få en bättre bild av vad som fungerar och behoven som skapat dessa samarbeten har vi även tittat närmare och samtalat med några av dessa.

## INBLICK

För att ta fram kunskapsunderlag från regionala aktörer om dess behov och utmaningar i att kunna ingå en regionala stödstrukturer för att främja en god utveckling, implementering och styrning av länets smarta specialiseringsstrategier har vi i denna rapport fokuserat på att skapa en överblick över vad och hur företagsfrämjande aktörer i Jämtlands län på olika nivåer arbetar för att främja de kulturella och kreativa näringarna samt vad verksamma inom kulturella och kreativa näringar upplever att de har för behov, drivkrafter och utmaningar.

För att skapa en överblick av företagsfrämjande aktörer i länet har vi kartlagt och samtalat med aktörer på regional nivå, kommunal nivå samt innovation- och företagsfrämjande aktörer inom civilsamhället.

Kring verksammas behov, drivkrafter och utmaningar inom de kulturella och kreativa näringarna finns sedan tidigare mycket underlag från tidigare arbete som framför allt har genomförts av Region Jämtland Härjedalen i deras arbete med revideringen av den Regionala utvecklingsstrategin 2019 samt nu liggande Kulturplan<sup>1</sup>.

Arbetet i denna förstudie har därför lagt fokus på att verksamma inom sektorn som samverkar eller med en uttalad önskan om att samverka. Vi har samtalat med några av dessa sammanslutningar i länet.

## Definitioner och avgränsningar

### EKOSYSTEM - ORGANISATORISKA

När begreppet ekosystem används syftas det på organisatoriska ekosystem och inte ekologiska.

### INNOVATIONS- OCH FÖRETAGSFRÄMJANDE AKTÖRER

En företagsfrämjande aktör är i vår tolkning en organisation eller ett företag som stödjer och hjälper företag att växa och utvecklas. Dessa aktörer kan erbjuda en rad tjänster, inklusive finansiering, rådgivning, utbildning, nätverksmöjligheter och andra resurser. Målet är att hjälpa företag att övervinna utmaningar, utnyttja möjligheter och uppnå framgång. Ett närliggande begrepp är innovationsfrämjande aktör vilket är en organisation, institution eller enhet som syftar till att stimulera, stödja och påskynda innovation inom olika sektorer eller regioner. Både företagsfrämjande och innovationsfrämjande aktörer arbetar för att stödja och påskynda tillväxt, men fokus för innovationsfrämjande aktörer ligger särskilt på att främja nya idéer, produkter, tjänster, processer eller affärsmodeller<sup>2</sup>.

### **KULTURELLA OCH KREATIVA NÄRINGAR / KULTURELLA OCH KREATIVA BRANSCHER**

Kulturella och kreativa näringar har använts som begrepp det senaste decenniet inom politiska och ekonomiska sammanhang. 2022 rekommenderade den statliga utredningen Kreativa Sverige! att begreppet kulturella och kreativa näringar bör bytas ut till kulturella och kreativa branscher. Detta har nu anammats på statlig nivå och även hos Region Jämtland Härjedalen. Ansökan till denna förstudie är skriven med begreppet Kulturella och kreativa näringar vilket är det begrepp som kommer att användas i rapporten förutom i delarna som berör Region Jämtland Härjedalens "Plan för Kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2023-2027." samt i avsnittet om Kreativa Sverige!

### **SMART SPECIALISERING**

Smart specialisering är ett begrepp som introducerades av EU-kommissionen. Det är ett verktyg för det regionala tillväxtarbetet och handlar om att kraftsamla för stärkt konkurrenskraft och innovation inom områden med utvecklingspotential. Ett område kan se ut på olika sätt, det kan exempelvis handla om en del av en sektor, en viss teknologi eller att lösa en samhällsutmaning. Kraftsamlingen förutsätter nära samverkan mellan aktörer i ett län: offentlig sektor, näringsliv, akademi och organisationer samt statliga myndigheter som medverkar i det regionala tillväxtarbetet<sup>3</sup>.



---

<sup>1</sup> Regional utvecklingsstrategi (RUS) Jämtlands län 2050 - En nytänkande och hållbar region att leva, verka och utvecklas i (RS/870/2020)

<sup>2</sup> Haglund, Stina. 2023. Inkluderande Innovationssystem, rapport Coompanion Jämtland Härjedalen

<sup>3</sup> Region Jämtland Härjedalen, 201, Vad är Smart Specialisering. [www.regionjh.se/regionalutveckling](http://www.regionjh.se/regionalutveckling)  
Tillväxtverket, Smart Specialisering, [tillvaxtverket.se/tillvaxtverket/omtillvaxtverket/varauppdrag/smartspecialisering](http://tillvaxtverket.se/tillvaxtverket/omtillvaxtverket/varauppdrag/smartspecialisering)

## 2. RESULTAT

### Potentialen hos de Kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län och företagsfrämjarnas roll

**” Hur kan företagsfrämjande aktörer coacha företag och verksamheter inom de kulturella och kreativa näringarna att samarbeta för stärkt konkurrenskraft och innovation?”**

För att kunna besvara frågan krävs det att lyfta blicken och se det större perspektivet utan att fastna vid hur varje enskild företagsfrämjare kan arbeta med de kulturella och kreativa näringarna.

Jämtlands län karaktäriseras av glesa strukturer, diversifierat näringsliv bestående av framför allt mindre och medelstora företag och av att majoriteten av länets befolkning bor utanför urbana områden. Länet är beläget i mellersta Norrlands inland, granne med kustregioner som Trøndelag i väster och Västernorrland och Västerbotten i öster. Det är också en del i sydsamiskt område av Saepmie. Den geografiska placeringen har format länets traditioner och förutsättningar.

Möjligheten att driva företag, litet som stort, skapar förutsättningar att kunna bo, leva och verka i Jämtlands län. Varje område, såväl geografiskt som branschmässigt, har sina unika förutsättningar och bidrar på sitt sätt till en stark region tillsammans. Diversiteten bygger resiliens och möten mellan olika människor och branscher löser samhällsutmaningar, stora som små.

**” Att bo så här lite grann på glesbygd gör det så sjukt mycket lättare att hitta ett nätverk tillsammans med de andra företagarna här. I och med att de som är verksamma på orten bor här så har alla någon sorts intresse av att lära känna den som säger hej.”**

*Respondent, Kulturella och kreativa företag utanför urbana områden.*

De kulturella och kreativa näringarna är inget undantag, det är en sektor som speglar vårt läns gemensamma förutsättningar. Det är en diversifierad sektor som omfattar många olika branscher och kulturella uttryck och traditioner. Majoriteten av företagen är småföretag. Passionen, och viljan att bo, verka och leva på platsen väger tungt som drivkraft. De verksamma inom sektorn har mod att ta sig an projekt, tänka och öppna upp för nya perspektiv samt knyta samarbeten mellan varandra. Det är så tillväxten inom sektorn sker - på bredden.

Kultur och kreativitet är ett kitt i samhällsutvecklingen, det är där nya tankar och perspektiv får utrymme, ofta med utgångspunkt i kunskap som ärvt och traderats vidare. Det är där möten uppstår. Nya idéer och nya lösningar.

De kulturella och kreativa näringarna är en viktig del för att forma ett hållbart, långsiktigt och resi-



lient samhälle. De knyter ihop möjligheten till livskvalitet hos de som bor på en plats med möjligheten till utveckling och innovation i möte och samverkan med övrigt näringsliv. Genom det utrymme som kultur och kreativitet ger i samtalet och mötet mellan människor skapas tillit och närmare relationer vilket är en förutsättning för samverkan.

Att långsiktigt främja de kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län ger en trygg grogrund för länet att våga utvecklas och ta de stora innovativa kliven.

Kulturella och kreativa näringarna i sig kanske inte är länets ”spets” men de öppnar den breda, starka och trygga famn som kan göra att andra delar av samhället vågar ta sprången och utveckla ”spetsen”.

### **Kulturella och kreativa näringarnas potential och roll för utveckling, innovation och stärkt konkurrenskraft i Jämtlands län**

Många av de som är verksamma inom sektorn i Jämtlands län är verksamma i länet för att det är här de vill bo och verka. Det finns en bredd av många branscher och kulturuttryck, från kulturarv, scenkonst, bildkonst och duodji (samiskt hantverk) till design, reklam och arkitektur.

Flera utövare lyfter den höga kvalitet och kompetens som finns på platsen men inte alltid blir sedd. Kunskap traderas vidare, liksom en förståelse och blick på platsen vi utgår ifrån och människorna omkring oss.

Många av dem är verksamma i mindre företag och har en vilja att samverka och ett behov av sammanhang. På olika håll, mer eller mindre organiserat, finns kluster på olika sätt.

## RESULTAT

### VARFÖR SAMVERKAR DE?

Vissa samarbeten har uppstått ur möjligheten att dela på resurser såsom lokaler, men främsta anledningen är avsaknaden av sammanhang på platsen där de är verksamma. Det kan till exempel vara sammanhang inom samma bransch eller inom samma verkshöjd. En effekt av att vara del av ett sammanhang är utbytet med andra verksamma och den acceleration det skapar genom tillgången till kompetens och nätverk.

Trots de geografiska avstånden i länet finns en känsla av att sammanhang inom sektorn, ”vi är kollegor, inte konkurrenter”.

Deltagare i förstudien lyfter också att sammanhangen är en stor anledning till att de är verksamma i Jämtlands län och fortsätter inom sin bransch. Det är genom sammanhangen det går att visa på den kompetens som finns i länet.

### INNOVATION & ATTRAKTION

Medvetenheten om kulturella och kreativa näringars kraft att skapa attraktivitet för en plats är väl utbredd hos företagsfrämjare, offentliga instanser och hos utövarna själva i Jämtlands län. I forskningen har det varit en sanning sedan länge. Härjedalens kommun har identifierat att bristen på kultur är en stor anledning till att människor väljer att flytta från kommunen. Vilket har lett till ett skiftande fokus för vad samtliga kommuner i länet behöver är invånare och ett skatteunderlag för att kunna bedriva den verksamhet de ska bedriva.

Aktörer i näringslivet i Jämtlands län lyfter behovet av kultur för att den får människor att stanna och engagera sig i sin plats. Tillsammans med landsbygdsutvecklare lyfter de behovet av att det bör finnas något för alla, inte bara friluftsliv och sport.

## ” Det är brinnande viktigt – inte bara kultur utan engagemang”

Representant från företagsfrämjare

De verksamma inom kulturella och kreativa näringar som deltagit i denna förstudie är också medvetna om hur deras arbete skapar kunskap om och stolthet över platsen – identitet. De är medvetna om att det finns samma behov av kultur och kreativitet på landsbygden så som i staden.

De möten som skapas mellan människor lyfts återkommande som en stor potential i vad de kulturella och kreativa näringarna kan erbjuda. Där finns utrymme för olikheter, öppenhet, diversitet och tolerans vilket är en nyckel till att säkerställa yttrandefriheten och grunden för en levande och stark demokrati.

## ” Kultur utgör grunden för ett demokratiskt samhälle. Den ger möjligheten att uttrycka sig och lär en att uttrycka sig. Om man inte kan uttrycka sig, hur kan man då vara med och påverka?”

Deltagare, KKN <3 RUS 2019

Kulturella och kreativa näringars påverkan på platsens attraktion är något som många aktörer inom länet ofta lyfter fram. Att se och förstå de kulturella och kreativa näringarnas potential för innovation och utveckling lyfts däremot sällan fram i samtalet kring sektorn. I mötet mellan människor kan de kulturella och kreativa näringarna möjliggöra ett öppet, tolerant och demokratiskt samhälle där mod och tillit till varandra ger utrymme för att tänka nytt och stort.

I Sverige i stort, övriga Europa och globalt samt inom forskningen är Kulturella och kreativa näringar en självklar kraft för innovation och utveckling. En potential att ta vara på även i Jämtlands län.

Utöver den konstnärliga och kreativa logiken bidrar de kulturella och kreativa näringarna till innovation genom samverkan mellan varandra och i mötet med andra branscher. Detta kallas idag ofta kallas Cross innovation och innebär att utövare inom de kulturella och kreativa näringarna genom sina kompetenser tillsammans med mer traditionella företag från andra branscher kan lösa problem eller skapa nya idéer tillsammans.

## **Utmaningar för verksamma inom kulturella och kreativa näringar i Jämtlands län**

Bland utövare inom de kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län har det i arbetet med förstudien upplevts en vilja att kunna släppa lös den potential som finns. Det finns dock flera flaskhalsar och utmaningar för att kunna komma helt till sin rätt och utlopp för sin fulla potential.

### **BRISTEN PÅ SAMMANHANG OCH DE GEOGRAFISKA AVSTÄNDEN**

Trots att det till viss del finns sammanhang så återkommer ofta avsaknaden av sammanhang. Det kan vara sammanhang att vara verksam inom ett geografiskt område, inom sin bransch, inom samma kulturella uttryck men också inom konstnärlig nivå. Det geografiska avståndet är en utmaning för att skapa just sammanhang.

### **AVSAKNADEN AV EN KRITISK MASSA – BRISTEN PÅ KONKURRENS OCH KOMPETENS**

Bristen på sammanhang hänger ihop med den brist på kritisk massa som lyfts fram. En utmaning i att vara verksam inom de kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län är att det saknas konkurrens och råder brist på spetskompetens. Många verksamma inom sektorn behöver gå långt utanför sin konstnärliga kärna för att kunna täcka upp sin försörjning. Bristen på spetskompetens gör också att det finns behov av fly-in/fly-out kompetens.

### **TID & RESURSER**

Bristen på tid och resurser är generell. Att ha möjligheten att delta i möten, skapa sammanhang, investera i nya idéer och skapande är en stor utmaning. Där spelar ekonomiska resurser stor roll men även resurser i form av lokaler, verkstäder och kompetens.

### **FINANSIERING & DET TVÄRPOLITISKA ANSVARET**

Kulturella och kreativa näringar är en sektor som berörs av flera politikområden – framför allt kulturpolitiken och näringslivspolitikerna. Många verksamma i Jämtlands län är vana att rikta sig till det kulturpolitiska området för att finansiera sin verksamhet. Detta är inget fel i sig, då de kulturpolitiska medlen är till för att gynna konst och kultur i samhället, men de resurserna där är betydligt mindre än resurserna

## RESULTAT

inom näringslivspolitik. Politiken som sker på nationell nivå gör också att kulturpolitiken vacklar och resurser till området minskar.

Flera verksamma inom sektorn i Jämtlands län är vana att vända sig till det offentliga, framför allt till Regionen, för att finansiera sin verksamhet. Vilket det påpekats att Regionen på så sätt blir den stora arbetsgivaren för sektorn i länet, vilket som är sårbart och ohållbart.

Verksamheter inom sektorn har sällan några säkerheter för att kunna ta banklån eller få tag på andra finansieringsmöjligheter. Detta är en utmaning för sektorn då den behöver investera för att kunna producera tjänster och produkter.

### BRIST PÅ TILLIT

Inom sektorn i länet finns en brist på tillit till offentliga instanser men också till övriga aktörer. De verksamma känner sig inte sedda och validerade. De upplever inte att den kompetens som finns värderas eller efterfrågas. De efterlyser förståelse gör människan bakom företaget och de förutsättningar den har. Ofta lyfts blicken utanför länet och uppdragsgivare anlitar verksamma inom sektorn som inte har sin bas eller är verksamma i Jämtlands län.

De insatser som genomförs riktade mot kulturella och kreativa näringar är ofta projektfinansierade. De verksamma förväntas delta men upplever sällan de långsiktiga effekterna.

## Det företagsfrämjande aktörssystemet i Jämtlands län och kulturella och kreativa näringar

I utredningen, som ligger till grund för Regeringens förslag på strategi för företag inom kulturella och kreativa branscher, *Kreativa Sverige!* lyfts potentialen hos företagsfrämjande funktioner som inkubatorer riktade mot kulturella och kreativa näringar och vikten av rådgivning med kompetens om sektorn.

Vad många inkubatorer riktade mot sektorn kan erbjuda är en annan metodik än den traditionella kring företagsutveckling samt sammanhang och möjligheter till potentiella samarbeten.

I Jämtlands län finns en bredd av företagsfrämjare på olika nivåer. Hållbar tillväxt i samverkan med kultur och bildning på Region Jämtland Härjedalen, näringslivsenheterna på kommunerna runt om i länet, organisationerna som specialiserar sig på företagsrådgivning och utveckling till branschorganisationer och coworking-aktörer. Aktörerna representerar ett brett näringsliv och har tillsammans en bred expertis inom sina respektive områden och branschfrågor.

## Utmaningar i det företagsfrämjande systemet i Jämtlands län

### PROJEKTIFIERING - ÄR DET LÅNGSIKTIG HÅLLBART?

Satsningar riktade mot kulturella och kreativa näringar är ofta projektfinansierade och utmaningen är att få dessa satsningar långlivade och långsiktiga.

Det görs idag få riktade insatser mot de kulturella och kreativa näringarna från de företagsfrämjande aktörerna i Jämtlands län. Den satsning som finns är ett interregprojekt som Region Jämtland Härjedalen driver tillsammans med aktörer i Trøndelag, Samspel 63, med syfte att stärka företagen inom sektorn i länet. Regionen lyfter fram att de bär detta projekt som ensam aktör i länet är eftersom ingen annan organisation kan bära ett projekt av den storleken. När endast en aktör äger en satsning är dock utmaningen att förankra satsningarna och få de långsiktiga.

### RÅDGIVANDE AKTÖRER ÄR BREDA OCH RIKTAR SIG TILL MÅNGA OLIKA BRANSCHER

Flera av de rådgivande aktörerna har en bred approach och riktar sig till alla branscher. De exkluderar ingen. Detta gör att de har en generell metodik kring affärsutveckling som de ofta upplevs missanpassad av verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna.

### BEHOVET AV ATT ARBETA ÖVER BRANSCHGRÄNSERNA

Det upplevs ofta att arbetet sker i stuprör, internt hos de företagsfrämjande aktörerna och även mellan de olika aktörerna. Man upplever också bristande samverkan mellan olika aktörer. Om samverkan är bristfällig går man miste om mycket kunskap och expertis som man skulle kunna dra nytta av.

”*Vi måste lära oss att samarbeta – vi tror att vi kan men det kan vi inte*”

*Aktör inom det företagsfrämjande systemet.*

Hos de offentliga aktörerna lyfts behovet av samarbete mellan kultur och näringsliv. Frågor kring kulturella och kreativa näringar hamnar ofta på tjänstemännen som arbetar med kulturutveckling. Men deras kompetens ligger inte inom näringslivsdelen. Det finns ett behov av att bygga broar mellan områdena.

### LOKALISERING AV DE FRÄMJANDE AKTÖRERNA

Majoriteten av de företagsfrämjande aktörerna i Jämtlands län arbetar över hela länet men har sin verksamhet baserad i Östersund. Detta inkluderar även Region Jämtland Härjedalen. Detta är en utmaning för att finnas tillgänglig för verksamma i hela länet.

De som finns utspridda i länet är näringslivsutvecklare på kommunerna. De har fullt upp med sina grunduppdrag och lyfter hur bristen på tid och resurser gör det svårt för dem att kunna rikta sig mot någon speciell bransch utan de riktar sig mot kommunens näringsliv i stort.

### Vad är egentligen svaret på frågan? Vad är företagsfrämjarnas roll

**”Hur kan företagsfrämjande aktörer coacha företag och verksamheter inom de kulturella och kreativa näringarna att samarbeta för stärkt konkurrenskraft och innovation?”**

Utifrån det företagsfrämjande perspektivet är ren företagscoachningen endast en liten del av vad som kan förbättras för att stärka företag inom de kulturella och kreativa näringarna för att bidra till stärkt konkurrenskraften och innovation.

För att sammanfatta ovanstående avsnitt så ger kulturella och kreativa näringar en bredd och grund att stå på för att skapa innovation och konkurrenskraft. De är också en gynnsam faktor för att generera och accelerera innovationen genom att öppna upp för nya perspektiv, kreativa processer och mod och utrymme att göra sin röst hörd.

De skapar attraktiva platser, för att bo och leva men även för näringslivet att utvecklas.

I Jämtlands län är Kulturella och kreativa näringar en sektor som sukter efter en större känsla av

## RESULTAT

sammanhang och att bli sedda och inkluderade utifrån den kompetens de bär på. Detta skulle företagsfrämjarna med sina olika styrkor, nätverk och kompetensområden kunna ha en avgörande roll för att bidra till.

Utifrån arbetet med denna förstudie har fyra områden identifierats för hur företagsfrämjande aktörer kan coacha, men också genom andra insatser gentemot företag och verksamheter inom de kulturella och kreativa näringarna, få dem att samarbeta för stärkt konkurrens och innovationskraft. Insatser som på lång sikt synliggör och stärker sektorn vilket i sin tur visar på möjligheten att vara verksam inom de kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län. Något som skapar fler arbetstillfällen och fler utövare i länet. Vilket behövs för att bygga en kritisk massa och som leder till ett större underlag och acceleration för innovation och utveckling

De fyra områdena kan kännas igen från det behov av insatser som lyfts i Kreativa Sverige!, grunden till regeringens förslag till strategi för företag inom kulturella och kreativa branscher. Lika mycket som kommunerna inom länet är lika olika är länen i Sverige lika olika. Så även om våra behov är lika de nationella behoven har vi våra förutsättningar att utgå ifrån.

Övergripande för samtliga insatser är att digitala lösningar möjliggör för att verksamma i hela länet ska kunna delta på lika villkor. Detta utesluter dock inte det fysiska mötet, det mellanmänniska mötet kommer alltid att vara viktigt.

**De fyra områden där insatser från de företagsfrämjande aktörerna kan göra skillnad för de kulturella och kreativa näringarnas bidrag till innovation och konkurrenskraft i Jämtlands län är:**

### **1. METODIKEN & KUNSKAPEN FÖRETAGSFRÄMJARE**

Genom förändrad affärslogik skapa långsiktiga företag, stärkta, sedda och locka flera.

### **2. NÄTVERK & MÖTEN**

Inom de kulturella och kreativa näringarna och med övrigt näringsliv för att skapa synergier, nya idéer och sammanhang.

### **3. FINANSIERING**

Möjligheten att ta risker och insatser för att producera samt förståelse för de immateriella värdena.

### **4. SAMVERKANSSTRUKTUR MELLAN DE FÖRETAGSFRÄMJANDE AKTÖRERNA**

Det finns en bred och spretig kompetens i länet att knyta samman

Utifrån de tidigare erfarenheter som arbetet med denna förstudie tagit del av lyfts ett flertal gånger vikten av att insatser bör genomföras utifrån sektorns egen vilja och önskemål. Att det är av vikt att sektorn är delaktig i utformandet av eventuella genomförandeprojekt. Annars är risken stor att det flyger över huvudet, inte blir välförankrat eller långsiktigt.

Konstnären Sonia Hedstrand i samtal om kulturella och kreativa näringar att det är viktigt att komma ihåg är att konst och kultur måste få vara just konst och kultur för att behålla sitt konstnärliga värde och den konstnärliga friheten<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup>Konstkonsulenterna Frukostsamtal, 2024-04-10, Vad betyder kulturella och kreativa branscher för konstnärer? Sonia Hedenstrand, Eva Månsson

## Metodiken & kunskapen hos företagsfrämjare

Kunskapen om och acceptansen av det konstnärliga värdet och den annorlunda affärslogiken hos de kulturella och kreativa näringarna behöver förankras, spridas och ökas hos de företagsfrämjande aktörerna. Det är en grundförutsättning för att kunna genomföra insatser inom företagsutveckling som kan skapa långsiktiga och livskraftiga företag och verksamma inom sektorn i länet.

Det krävs en annan typ av metodik än den traditionella affärsutvecklingen för att nå resultat bland verksamma i de kulturella och kreativa näringarna. Inkubatorer som deltagit i förstudien lyfter behovet av självledarskap hos sektorn, att det är personerna bakom affärsidén som är den viktigaste resursen. Att vara öppen och lyssna till vilka förutsättningar de verksamma har gör dem sedda, vilket i sin tur leder till modiga entreprenörer.

Att genomföra och ta del av rådgivning, utbildning eller kompetensutveckling i grupp är en styrka för sektorn. Känslan av ett sammanhang och möjlighet att dela med sig av problem och möjligheter samt knyta nya kontakter och samarbeten är viktiga förutsättningar för ett gott resultat. Samarbeten är strategiskt viktiga för att kombinera resurser och således också en del av affärsmodellen.

## Nätverk och mötesplatser

För att stärka företagen inom de kulturella och kreativa näringarna är sammanhanget en grundläggande förutsättning. Behovet av platser att mötas, utbyta erfarenheter och skapa samarbeten är stort hos sektorn i länet.

En styrka och potential att nyttja hos de kulturella och kreativa näringarna för att skapa innovation är mötet mellan sektorns expertis inom kreativt tänkande och konstnärliga processer i mötet med andra mer traditionella branscher.

Företagsfrämjare i Jämtlands län representerar och har ett brett nätverk inom övriga näringslivet. Insatser för att skapa mötesplatser och nätverk mellan kulturella och kreativa näringar och övriga näringslivet, så kallad Cross innovation har en stor potential för att stärka innovationen och konkurrenskraften i länet.

## Finansiering

Företag inom de kulturella och kreativa näringarna har svårt att få tillgång till kapital och finansiering som inte är kulturstöd och bidrag. Företagen behöver investera för att ta de risker som krävs för att skapa nya produkter och tjänster. Immateriella värden tas sällan upp i balansräkningen och kraven på säkerheter för banklån går sällan att uppfylla.

Möjligheter till annan finansiering och investeringar kan möjliggöra till en acceleration i möjliggörande av nya idéer och långsiktiga verksamheter.

## Nya samverkansstrukturer

I Jämtlands län finns en bredd av företagsfrämjare, både på olika nivåer och inom olika branscher. Det finns expertiser inom flertalet områden och branscher, alla med olika resurser. Vad skulle hända om samverkan utvecklades och alla aktörer fokuserade på det de är bra på och nyttjade varandras kompetenser? Det finns flera möjligheter att utveckla samverkan mellan företagsfrämjare men hur många olika forum och sammanhang har aktörerna resurser och möjlighet att vara delaktig i? Utifrån länets glesa strukturer och bristen på resurser hos flera av aktörerna behövs nya resurseffektiva samverkansstrukturer där närmare relationer och tillit kan byggas mellan varandra och nivåer trots stora avstånd. Att odla bättre förutsättningar tillsammans gör att aktörerna kan lägga energi på rätt utvecklingsinsatser. ▶

## RESULTAT

Närmare relationer mellan aktörer skulle också möjliggöra ökad kompetens om kulturella och kreativa näringars speciella förutsättningar men även om andra branscher och dess förutsättningar.

Nya samverkansstrukturer skulle kunna skapa flera "första vägen in" för verksamma att kunna ta sig vidare till rätt aktör.

Genom närmare samverkan mellan företagsfrämjande aktörer och nyttjande av den diversitet som finns i Jämtlands län kan en resiliens och språngbräda för näringslivets utveckling byggas.

Collective impact är en modell för att skapa strukturförändringar och möte samhällsutmaningar tillsammans. Kraften ligger i samverkan mellan flera aktörer på olika nivåer. Modellen bygger på fem punkter för att detta ska fungera.

1. Alla har ett gemensamt mål
2. Gemensam mätning och uppföljning
3. Diversitet och olikhet, att göra det man är bra på
4. Nära och löpande kommunikation
5. En separat organisation bemannad med kompetens för ändamålet<sup>5</sup>.

Sammanfattningsvis kräver samverkan öppenhet gentemot varandra och varandras förutsättningar och olikheter – det är vår styrka. Och vi kan konstatera att koordination och samarbete kräver tid och inte fungerar utan en stödjande och funktionell samverkansstruktur.



---

<sup>5</sup>Kania, John & Kramer, Mark, 2011, *Collective impact*, *Stanford Social Innovation Review*



## 3.1 UTBLICK

### Vad är kulturella och kreativa näringar?

De kulturella och kreativa näringarna som begrepp kom in i politiska och ekonomiska sammanhang i Sverige i början av 2000-talet och har sedan dess omnämnts på flera olika begrepp. Upplevelseindustri, kulturell ekonomi och kulturella näringar är några av dem. Nu ändras begreppet ännu en gång utifrån Regeringens förslag till nationell strategi för företag inom kulturella och kreativa branscher.

2017 kartlade Tillväxtverket statistik om de kulturella och kreativa näringarna i ett arbete de kallade Kreametern. Denna statistik byggde på SNI-koder (Svensk näringsindelning) som är en grovhuggen och bred sortering av branscher. Något som ofta lyfts som en av svårigheterna att kunna specificera vilka branscher som tillhör de kulturella och kreativa näringarna och för de verksamma att registrera sin verksamhet på rättvisande sätt. Vilket i sin tur gör det svårt att skapa rättvisande statistik om sektorn.

#### Kreameterns definition av kulturella och kreativa näringar är<sup>6</sup>:

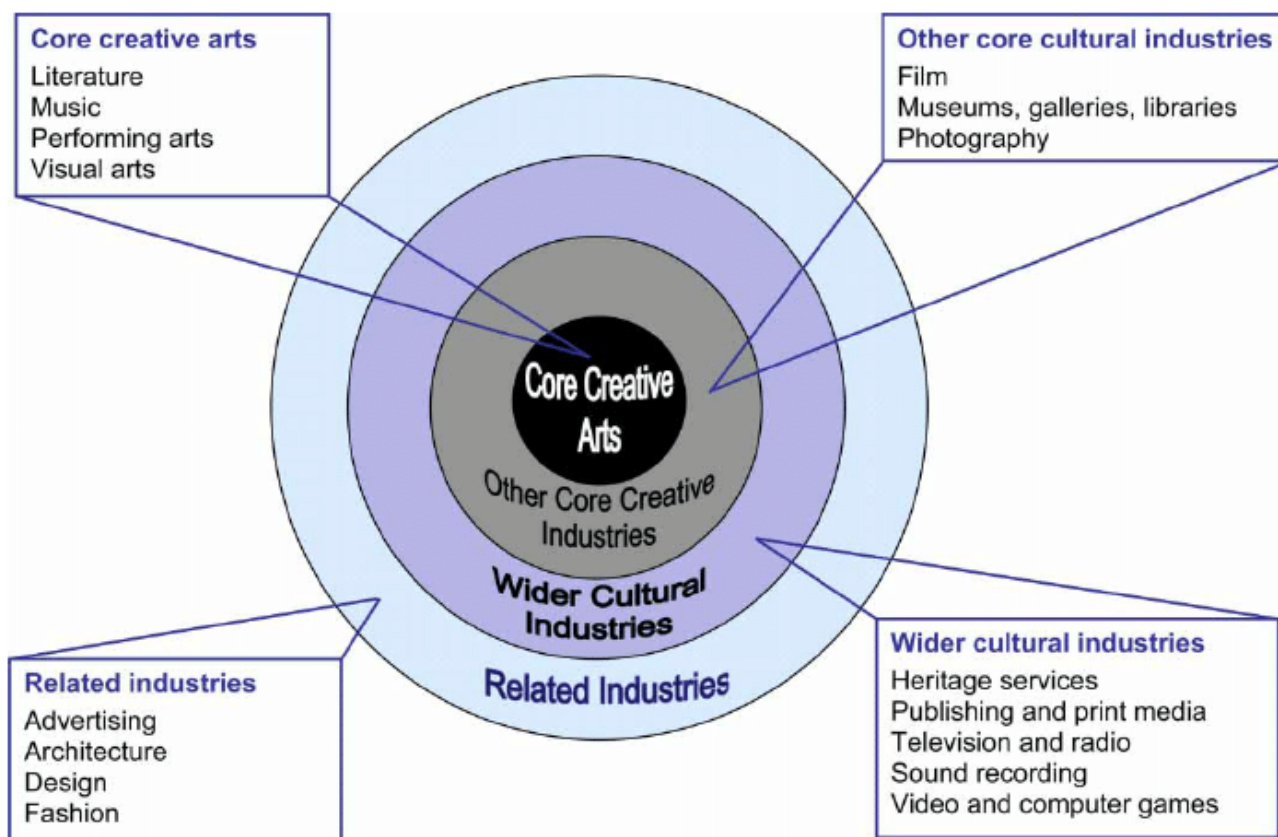
- ➔ Arkitektur
- ➔ Audiovisuellt - Audiovisuella lagringsmedier, dataspel, film & TV, Radio
- ➔ Bild & Form - Konst, design, foto
- ➔ Kulturarv - Arkiv, muséer, historiska och arkeologiska platser
- ➔ Litteratur & Press - Press, litteratur, bibliotek
- ➔ Litterärt och konstnärligt skapande
- ➔ Mode
- ➔ Reklam
- ➔ Scenkonst - Musik, kulturutbildning, scenkonst

En mer övergripande och internationell bild över vad de kulturella och kreativa näringarna är illustreras i David Throsbys "The Concentric circles" som visar på hur de kulturella och kreativa näringarna består av en konstnärlig kärna och hur det konstnärliga värdet sprider sig ut till angränsande branscher längre och längre ut i cirkelarna. ▶

---

<sup>6</sup> Tillväxtverket. 2018. Kreametern – analysrapport #1., Rapport 0259. Stockholm

### 3.1 UTBLICK



### De kulturella och kreativa näringarnas karaktärsdrag

De kulturella och kreativa näringarna som sektor innefattar de organisationer och företag vars huvudsakliga fokus ligger på att skapa, producera och distribuera konstnärligt och kreativt innehåll. Dessa aktörer bygger sin verksamhet och affärsmodeller utifrån kulturskapande, konstnärliga eller kreativa processer. I dagens kunskapsamhälle är sektorn viktig för att bidra till en plats ekonomiska tillväxt och utveckling.

**Sektorn kan ses som bred och spretig men det finns karaktärsdrag som är gemensamma för de kulturella och kreativa näringarna. Några av de som är av vikt för denna rapport är:**

#### ATT DRIVA FÖRETAG ÄR OFTA ETT MEDEL FÖR ATT KUNNA VARA VERKSAM

Många av de verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna känner sig ofta påtvingade att vara företagare för att kunna ta betalt för de produkter och tjänster de producerar. Idag är det en generell trend i samhället, allt fler solo-företag startar och arbetslivet decentraliseras.

#### DRIVKRAFTERNA OCH AFFÄRSLOGIKEN ÄR ANNAN ÄN HOS TRADITIONELLA FÖRETAG

Sektorn domineras av företagare som vill bidra till samhället, påverka andra, utöva sitt yrke och i många fall fördjupa sitt konstnärliga uttryck, helt enkelt leva på sitt yrke som kulturskapare<sup>7</sup>. Det innebär att företagen och företagarna till stor del ska balansera två logiker - den konstnärliga/kreativa logiken<sup>8</sup> och den marknadsorienterade/företagsekonomiska logiken. Något som gör att de ofta har ett starkare behov av att tydliggöra sin identitet än vad många andra företagare har<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> Karlsson. D & Lekvall. L, 2002; Zambrell. K, 2007; Florida. R, 2012; Raffo. C, et al. 2000; Rae. D, 2004

<sup>8</sup> SOU 2022:44, *Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher*

<sup>9</sup> *Ibid.*

### **INVESTERAR FÖR ATT KUNNA GENOMFÖRA**

Många kulturella och kreativa företag har behov av en tillgång till större rörelsekapital i de tidiga faserna av en produktionscykel för att långsiktigt kunna genomföra en viss satsning. Detta innebär att det ofta är en högriskproduktion då de behöver ligga ute med pengar eller eget kapital under en längre tid innan intäkterna kommer. Detta innebär att många inte alltid vågar ta risken och då går miste om potentiell tillväxt. En stor del av värdeskapandet inom de kulturella och kreativa näringarna bygger på immateriella tillgångar<sup>10</sup>.

### **TILLVÄXTEN SKER PÅ BREDDEN - INTE PÅ HÖJDEN**

Företagen inom de kulturella och kreativa näringarna strävar sällan efter tillväxt inom det egna företaget. Däremot skapar de tillväxt mellan varandra då de ofta arbetar i projektform. De knyter ihop företag med olika kompetenser för att kunna genomföra projekten och skapar på så sätt arbetstillfällen åt varandra. Sammanhang och samverkan stärker sektorn och fysiska platser som möjliggör detta skapar acceleration.

### **ATTRAHERAS AV PLATSER MED MÖJLIGHET TILL KLUSTERBILDNINGAR, SOCIALA NÄTVERK OCH STÖTTANDE INSTITUTIONER**

Ofta lyfts det att urbana områden lockar till sig de kulturella och kreativa näringarna då de har gynnsamma faktorer för sektorn, såsom klustereffekter, konkurrens och en högre toleransnivå<sup>11</sup>. Vissa forskare hänvisar även till att rurala områden med mindre konkurrens ökar möjligheterna för entreprenörskap. Att rurala områden har en annan typ av konkurrens och det skapas professionella nätverk mellan olika sektorer och branscher<sup>12</sup>.

Det kan även vara fysiska platser såsom lokaler där det finns möjlighet för företagen att ta del av infrastruktur, sammanhang och kompetens.

### **SEKTOR ÄR EN DRIVKRAFT BAKOM EKONOMISK TILLVÄXT OCH REGIONAL UTVECKLING.**

Några av de faktorer som karaktäriserar sektorn är tolerans, diversitet och den grundläggande faktorn – kreativitet. Faktorer som lockat till sig innovation, entreprenörskap och nyetablering av företag vilket bidrar till utvecklingen av en plats och dess tillväxt<sup>13</sup>.

Även EU-kommissionen lyfter sektorns roll i att bidra till nya arbete och inkomstkällor genom att den kreativitet och innovation de kan tillföra inom näringslivet och samhället i stort<sup>14</sup>.



<sup>10</sup>Ibid.

<sup>11</sup>Florida. R, 2012; Carlos Freire-Gibb. L & Nielsen. K, 2013; Power. D, 2003

<sup>12</sup>Carlos Freire-Gibb. L & Nielsen. K, 2013

<sup>13</sup>Florida. R, 2012, Karlsson. D, 2010

<sup>14</sup>SOU 2022:44, *Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher*

### 3.1 UTBLICK

#### Hur ser de kulturella och kreativa näringarna ut i Sverige?

Företagen inom de kulturella och kreativa näringarna i Sverige utgör en tiondel av Sveriges alla företag och omsatte enligt den senaste mätningen 2017 400 miljarder kronor och sysselsatte 190 000 personer över hela landet. Av det ekonomiska förädlingsvärde inom sektorn står de privata näringsverksamheterna för 92 %. Sektorn har under flera år haft en hög och ihållande tillväxt. De flesta företagen finns i och kring storstäderna men andelen företag inom sektorn har ökat mest i mindre regioner (befolkningsmässigt).

I genomsnitt är 8% av alla företag i Sverige olika regioner företag inom de kulturella och kreativa näringarna. Majoriteten av alla företag inom de kulturella och kreativa näringarna i Sverige är solo-företag eller mikroföretag.

Sektorn har en relativt jämn fördelning mellan kvinnor och män. De verksamma inom sektorn är ofta högutbildade<sup>15</sup>. Väldigt få inom sektorn identifierar sig med uttrycket kulturella och kreativa näringar - det inte på det sättet de känner tillhörighet. Begreppet används knappt i näringslivet utan det är till största del inom politiken det används<sup>16</sup>.

#### OFFENTLIGA SATSNINGAR PÅ KULTURELLA OCH KREATIVA NÄRINGAR

**Katja Lindqvist, konstvetare och docent i företagsekonomi vid Lunds universitet, har 2023 publicerat boken "Utvecklingsarbete kring kulturella och kreativa näringar - drivkrafter, processer och samspel" där hon kartlagt vad man tidigare gjort i Sverige för att stötta utvecklingen av kulturella och kreativa näringar i Sverige genom offentliga satsningar. Några av de slutsatser hon kommer fram till är<sup>17</sup>:**

- ➔ Sektorn berörs av både kulturpolitik och näringslivspolitik vilket betyder att det krävs samverkan mellan de två områdena.
- ➔ Satsningar på kulturella och kreativa näringar från nationell och regional nivå smittar av sig på kommunal nivå och hos övriga aktörer i näringslivet.
- ➔ Det är få insatser inte blivit långsiktiga och för att få tydliga effekter krävs det långsiktiga stöd.
- ➔ Det är svårt att utforma offentliga satsningar för att stärka svagheterna i marknaden för kulturella och kreativa näringar. Detta då faktorer som påverkar KKN och näringslivet är många. Det är svårt att i efterhand visa på orsakssamband vid offentliga insatser. Samt att om det finns en enkel lösning skulle marknadsaktörer redan funnit den.

---

<sup>15</sup>*Ibid.*

<sup>16</sup>*Konstkonsulenterna Frukostsamtal, 2024-03-06, Är kulturella kreativa branscher ett bra sätt att etablera konsten inom näringslivet?, Lars Strannegård*

<sup>17</sup>*Lindqvist, Katja, 2023, Utvecklingsarbete kring kulturella och kreativa näringar - drivkrafter, processer och samspel. Nordic academic press*

## Kreativa Sverige!

### Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher.

Den 9 april lämnade regeringen över ett förslag till Strategi för kulturella och kreativa branscher 2024-2033 till riksdagen. Denna strategi grundar sig på den utredning som initierades av förra regeringen och var klar 2022 och fick namnet "Kreativa Sverige!"

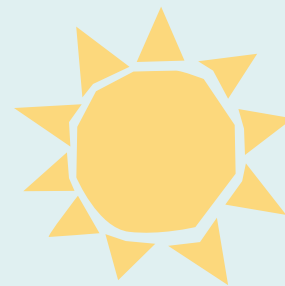
*Kreativa Sverige!* la fram ett förslag på strategi med syfte att främja och stärka företagande inom de kulturella och kreativa branscherna samt att underlätta och möjliggöra företagens fulla potential som drivkraft för hållbar utveckling i samhället grundat på kulturella och sociala värde, ekonomisk tillväxt, sysselsättning och stärkt svensk konkurrenskraft<sup>178</sup>.

**Strategin lyfter fram sex prioriterade områden där det finns behov av att stärka företagen och det är inom dessa som insatser ska ske kommande tio år:**

1. Tydligt tvärpolitiskt ansvar för kunskap, synergier och samverkan (Dess genomförande är en grundförutsättning för att kunna genomföra övriga prioriteringar i strategin.)
2. Förnyelse av rådgivning, kapitalförsörjning och innovationsstöd
3. Långsiktigt och snabbt på upphovsrättens marknad
4. Export, internationalisering och värdeskapande utomlands
5. Hållbar arbetsmarknad och kompetensförsörjning för alla
6. Platsens betydelse för kulturella och kreativa verksamheter(och tvärtom).



<sup>18</sup>SOU 2022:44, *Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher*



#### **Några punkter som *Kreativa Sverige!* lyfter om de kulturella och kreativa näringarna i Sverige är:**

- ➔ Kärnan i de kulturella och kreativa branscherna - kreativiteten - är en av de viktigaste förutsättningarna för värdeskapande och innovation. En nyckelfaktor för konkurrenskraft och smart tillväxt.
- ➔ Många av företagen inom sektorn, framför allt solo- och mikroföretagen har ett större behov av företagsrådgivning än företag i andra branscher.
- ➔ Affärsrådgivare behöver ökad kunskap om att företagens affärsmodeller ofta går emot traditionell företagslogik. Anpassning måste ske i det breda företagsfrämjande systemen, där kunskap och förebilder från en redan målgruppsanpassad företagsrådgivning kan användas.
- ➔ I främjandet av företag inom sektorn bör måste deras dubbla karaktär beaktas. Det konstnärliga och kreativa värdet samt det socioekonomiska värdet i form av tillväxt och konkurrenskraft.
- ➔ Stadsmiljöer kan stärka företagen genom större tillgång till resurser, nätverk och publik. Dock föredrar många företagare hellre att "vara stora på en liten ort än små i en stor."
- ➔ De kreativa talangerna driver utvecklingen inom sektorn. Bredd bidrar till spets. Den kulturella grundstrukturen, inklusive institutioner som kulturskola och scener, är viktiga för kulturarbetsmarknaden som helhet men också central för hela systemets långsiktiga fortlevnad.
- ➔ Ett fortsatt flöde och utveckling av kreativa kompetenser spiller över på andra branscher och bidrar till ekonomisk tillväxt och andra värden för samhället.
- ➔ För solo- och mikroföretagen finns behov av samlokalisering med andra företag inom sektorn. Så som professionella nätverk, sociala sammanhang, tillgång till resurser, arbetskraft och inspiration.
- ➔ Många företag inom sektorn lyfter att de känner sig förbisedda av de offentliga aktörerna i deras kommun och region i relation till övriga näringsliv. De offentliga aktörerna lyfter att det är svårt att nå de kulturella och kreativa företagen då de saknar ingångar till deras nätverk.
- ➔ Genom ökad samverkan kring exempelvis lokaler och verksamhetsutveckling mellan näringsliv, fastighetsägare, föreningar och offentliga aktörer kan de kulturella och kreativa branscherna potential för platsutveckling nyttjas.
- ➔ Samiska företag inom de kulturella och kreativa branscherna kommer stärkas genom vidareutveckling av verksamheterna som finns vid Ájtte i Jokkmokk, Aejlies i Tärnaby och Gaaltije i Östersund.

## Kulturella och kreativa näringar och...

### ... attraktion

Kulturella och kreativa näringar har intresserat forskare under lång tid. Hur sektorn genererar attraktiva platser som blomstrar av innovation, entreprenörskap och ekonomisk tillväxt. Under 60-talet började forskare studera de ekonomiska strukturernas effekt på samhällsklassernas struktur och i detta även de kulturella och kreativa näringarnas påverkan på utvecklingen av en plats<sup>19</sup>. Ett exempel är forskaren Jane Jacobs studier av Hudson Street, en ovanligt levande stadsgata i USA. Där blommade nya idéer och området var livskraftigt. I området fanns en blandning av olika etniciteter, utbildningsnivåer och yrken. Som en viktig faktor i detta lyftes de olika typerna av konstnärliga verksamheter som inhystes i gamla autentiska byggnader där hyrorna är lägre. Dessa områden lockar sedan till sig fler kulturutövare och andra företagare som bildar kluster vilka i sig genererar innovation och entreprenörskap.<sup>20</sup>

Kluster är företagare som genom att verka på samma plats eller i närheten av andra företagare och är känt för att skapa ekonomiska fördelar. Idag har kluster visat sig vara en viktig del i en plats tillväxt och attraktion.<sup>21</sup> Hudson Street visar på hur de kulturella och kreativa näringarna skapar attraktiva miljöer som lockar till sig innovativa företag vilket i sin tur genererar ekonomisk tillväxt.

Företagen inom sektorn bidrar också till ökad attraktionskraft genom att de skapar ett diversifierat näringsliv och genererar positiva värden i lokalsamhället, såsom en attraktiv livsmiljö, sociala interaktioner genom kulturellt deltagande och ger invånarna en känsla av stolthet för platsen.<sup>22</sup>

De kulturella och kreativa näringarna lyfts ofta ur ett urbant perspektiv men även rurala områden är gynnsamma för sektorn. De hjälper till att skapa en attraktiv plats och ökad sysselsättning. De är viktiga för andra näringar och skapar nätverk med företag inom andra branscher.<sup>23</sup>

### ... innovation

Några av de faktorer som karaktäriserar sektorn är tolerans, diversitet och den grundläggande faktorn – kreativitet. Faktorer som lockat till sig innovation, entreprenörskap och nyetablering av företag vilket bidrar till utvecklingen av en plats och dess tillväxt.<sup>24</sup>

Det är just kärnan i de kulturella och kreativa näringarna som är deras styrka när det kommer till innovation, de konstnärliga och kreativa processerna. Kompetensen att generera nya idéer och nya lösningar.

Det är framför allt i samverkan och samarbeten med andra som de bidrar till innovation och utveckling. Vilket är en del i deras affärsmodell, specialkompetenser sätts samman tillfälligt för att skapa nya tjänster, lösa problem eller andra konstnärliga projekt. När ett projekt är avslutat påbörjas nästa i andra grupperingar beroende på sina egna och marknadens behov.<sup>25</sup>

<sup>19</sup>Florida, 2012; Karlsson. D, 2010

<sup>20</sup>Jacobs. J, 1989; Florida. R, 2012

<sup>21</sup>Florida. R, 2012;Evans. G, 2009; Power. D, 2010)

<sup>22</sup>SOU 2022:44, *Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher*

<sup>23</sup>Power. D, 2003; Skoglund. W & Westerdahl. S, 2010

<sup>24</sup>Youl Lee. S, 2004; Florida. R, 2014; Aronsson. L, 2007

<sup>25</sup>SOU 2022:44, *Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher*

### 3.1 UTBLICK

Klusterbildningar är gynnsamma för sektorn då de möjliggör samarbeten mellan olika företag och branscher vilket skapar konkurrensfördelar. I sådana branschöverskridande samarbeten uppstår en ”spillover”-effekt mellan de olika branscherna, både av kunskap och resurser.<sup>26</sup>

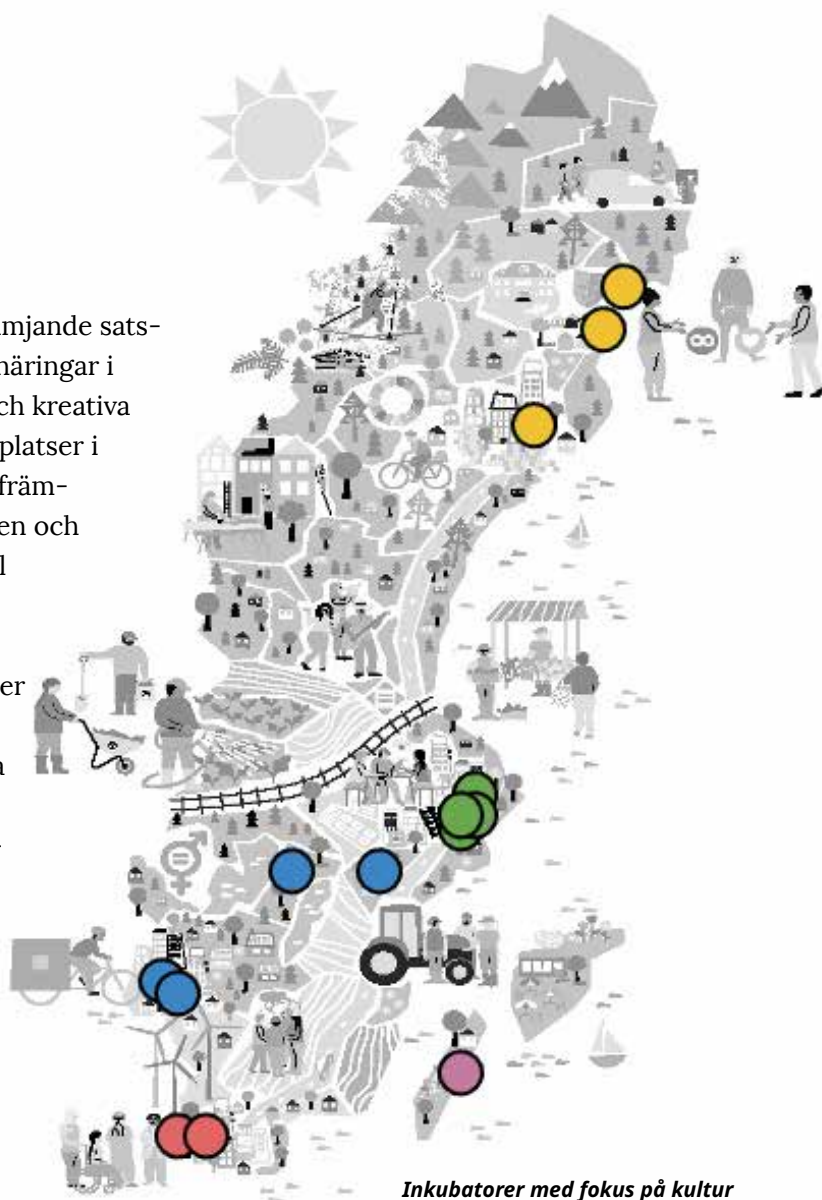
Därför är det viktigt med mötesplatser för kulturella och kreativa näringar och övriga näringsliv.<sup>27</sup>

Förutom hållbar innovationskraft spelar de kulturella och kreativa näringarna också en viktig roll för att säkerställa yttrandefriheten och demokratin.<sup>28</sup>

## Företagsfrämjande aktörer utanför Jämtlands län

En av de tydliga och långsiktiga företagsfrämjande satsningar riktade mot kulturella och kreativa näringar i Sverige är de inkubatorer med kulturella och kreativa näringar som målgrupp som finns på olika platser i landet. Det finns även många olika företagsfrämjande initiativ som är sprungna ur branschen och utövarna själva, allt från branschnätverk till konstscener.

I *Kreativa Sverige!* omnämns behovet av insatser för rådgivande funktioner på platser där flera företagare inom sektor delar utrymme. Såsom centrumbildningar, kreativa hubbar och kulturinkubatorer. Där lyfts också särskilt fyra nationella företagsfrämjare med fungerande lösningar, Nyföretagarcentrum, Coompanion, Drivhuset och CreArtives inkubatorer.



**Inkubatorer med fokus på kultur och kreativitet i Sverige.**

<sup>26</sup>Power. D, 2010;Evans. G, 2009; Carlos Freire-Gibb. L & Nielsen. K, 2013

<sup>27</sup>Lindqvist, Katja, 2023, *Utvecklingsarbete kring kulturella och kreativa näringar – drivkrafter, processer och samspel.* Nordic academic press

<sup>28</sup>SOU 2022:44, *Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher*

## Inkubatorer med fokus på kultur och kreativitet.

Vinnovas nationella inkubatorprogrammet riktar sig till etablerade inkubatorer där ”Målgruppen är nya företag som genom ett unikt kunskapsförsprång kan växa på en internationell marknad samtidigt som de bidrar till realiseringen av målen i Agenda 2030.”

Vilket innebär att inom det nationella inkubatorsprogrammet riktar sig de flesta inkubatorerna mot skalbara företag och internationell marknad = export.

Varför har vi ändå valt att titta närmare på inkubatorer som riktar sig mot kulturella och kreativa näringar? Sektorn är inte känd för att sträva efter det som just inkubatorprogrammet eftersträvar - Skalbarhet och export.

Det finns dock andra värden som en inkubator ger som är gynnsamma för sektorn - mötesplatser och sammanhang, företagsutveckling och en inkubators grund - innovation.

I Sverige finns flertalet inkubatorer som riktar sig mot kulturella och kreativa näringar. Varav flera har samlats i en egen intresseorganisation - CreARTive. De är utspridda från norr till söder, framför allt kring större städer.

### CREATIVE

■ Intresseorganisationen creARTive grundades 2019, och organiserar de multidisciplinära inkubatorerna för konst och kreativa näringar i Sverige. Organisationen består idag av 11 medlemmar och arbetar bland annat för att utveckla nätverket för inkubatorer och liknande organisationer inom området, synliggöra behovet av specifik affärsutvecklingsstöd inom kulturella och kreativa näringar samt sektorns särskilda villkor och behov och att arbeta sektorsöverskridande med övriga näringsliv.

När CreARTive startades märkte de att det fanns en efterfrågan av ett nod för bland annat myndigheter att vända sig till när det handlade om frågor om företagsutveckling och de kulturella och kreativa näringarna.

### EXPRESSION - UMEÅ

■ 2014 var Umeå EUs kulturhuvudstad och som en effekt av detta startades eXpression, en inkubator riktad mot de kulturella och kreativa näringarna. Själva uttalar

de sig som en av Sveriges ledande inkubatorer inom området och deras vision är att leverera världens bästa affärsutveckling till kulturella och kreativa företag.

eXpression är en akademi-nära inkubator som ligger beläget på konst-närligt campus vid Umeå Universitet. De ägs av Umeå universitet (Umeå universitet holding AB 75%) och Umeå kommunföretag (25%). Förutom ägarna finns flera externa samarbetspartners och finansierare i de olika projekt och branschsatsningar de driver.

I deras företagsutvecklingsprogram finns det två steg, inkubatorprogrammet Creatives och förinkubatorn Express.

Express är ett kortare program för att utveckla sin affärsidé medan det i inkubatorprogrammet Creatives krävs att man har ett företag att utveckla samt att man kan satsa minst en halvtid. När ett företag har deltagit i Creatives ska det vara ett bolag som går att sälja.

En stor del av Express och Crea-

tives är den gemensamma co-working-ytan som erbjuds på eXpression. Förutom co-working består inkubatorprogrammen till stor del av seminarier, att delta i grupp med andra entreprenörer, mentorskap och en annan metodik än den traditionella i den löpande coachningen som

*“Vi gör så de blir bättre entreprenörer, inte kreatörer”*

erbjuds.

Deras affärsutveckling handlar om att stärka personerna bakom företagen och de lyfter att det inte är coacherna som driver företagen utan vikten av att låta företagarna själva utvecklas och ta beslut. De arbetar för att stärka självledarskapet hos företagarna, för att skapa resiliens och tillit. Alla dem som arbetar på eXpression har alla ett hjärta hos branscherna inom de kulturella och kreativa näringarna.

Fokus är att ge deltagarna en struktur och byggstenar för att utveckla sitt företag. Att företaget är ett medel och varumärket är vem du är. En stor del handlar om att få deltagarna att förstå att de har och

skapar ett värde, ett värde de kan ta betalt för.

Utifrån att Västerbotten är ett berättande län har de även drivit ett kulturarvsprogram. Detta för att fånga upp och skapa något nytt. Detta såsom andra tillfälliga initiativ som dyker upp är ofta projektfinansierade. De två inkubatorprogrammen är en del av det uppdragsavtal de har med sina ägare.

eXpression står även bakom priset till "Årets kulturella och kreativa företag" på Umeå galan, den lokala företagsgalan.

eXpression tror på att de kulturella och kreativa näringarna bidrar till hållbar tillväxt.

Effekter de upplever av sin verksamhet är de mötesplatser den skapar och styrkan av att det finns flera som en, att det skapar en gemensam bild.

Ett exempel på deltagare hos eXpression är Random Bastards som är en ekonomisk plattform för kreatörer. Deras värdering är "Do it together". Med sitt kännetecken och logga "Storspoven" har de lyckats skapa en regional identitet kring "Mästerbotten"

Den största utmaningen eXpression har för att utveckla sin verksamhet långsiktigt är finansieringen.

### **GO BUSINESS – PITEÅ/LULEÅ (NORRBOTTEN & VÄSTERBOTTEN)**

■ Go Business är en del av Piteå Science Park som ägs av Piteå kommun. De startade 2008 utifrån Musikhögskolan och dess utbildningar i Piteå.

De arbetar för att möjliggöra för fler människor i Norrbotten och Västerbotten, oavsett var de

befinner sig, att på lika villkor utveckla och leva på sina idéer och sin passion.

För att kunna leva upp till detta arbetar de helt digitalt så att de kan delta vare sig de bor, i inlandet eller vid kusten, ett arbetssätt som är helt avgörande för att kunna vara verksam i de norra delarna i Sverige.

Go Business arbetar utifrån att stötta det passionsdrivna företagandet. Istället att arbeta mer traditionellt att bygga utifrån affärsidéer arbetar de med att utveckla entreprenöriella förmågor.

De arbetar med att stötta personen bakom idén att våga bli en modigare entreprenör, att ge dem en struktur att använda, om och om igen. Genom att olikheter möter det dem en större nytta av varandra. För att ständigt utveckla sina program, verktyg och metodik jobbar Go Business nära deltagarna med uppföljning och samtal.

Det är ett högt söktryck till Go Business inkubatorprogram. För att välja ut av de ansökningar de får in har de djupintervjuer för att välja ut de som ska delta i programmet. De förväntar sig av deltagarna att de ska gå in helhjärtat och ha ett etablerat företag.

Programmet består till stor del av workshops och seminarier som sker i grupp där deltagarna får dela med sig och tackla problem tillsammans. Mellan programmets workshops sker coachande samtal.

4 av 5 företagare som deltar i Go Business inkubatorprogram driver fortfarande ett eller flera företag efter tre år. Men det är bara inte kvantitativa effekter som programmet ger, en stor del är att det skapas community och samarbeten

mellan företagare som inte skulle träffats annars, det skapar modiga entreprenörer, de gör det möjligt för människor att leva på sina idéer och passion i norra Sverige och genom deras arbete stärker och utvecklar de hela norra Sverige.

Förutom deras inkubatorprogram arbetar de med tre andra upplägg.

Hangout där personer som har en idé men inte riktigt startat ännu kan få möjligheten att lägga grunden till sitt företagande och får tillgång till en community.

Idea boost som riktar till unga vuxna med idéer där de kan få inspiration och pepp och nya idéer.

Samt Mindset som är en digital mötesplats för branschöverskridande samarbeten. Där kulturskapare möter den norrländska industrin.

En stor utmaning för Go Business är att verksamheten sker till största del genom projekt. Tillsammans med ägarstrukturen och övrig finansiering är detta deras största utmaning för att kunna ha en trygg och långsiktig verksamhet.

### **SUBTOPIA KATAPULT**

#### **– STOCKHOLM**

■ Subtopia är ett kreativt kluster och produktionsplats i Alby, Botkyrka kommun. Det ägs idag av det kommunägda bolaget Upplev Botkyrka. När Subtopia startade var det en del av kommunverksamheten. Kommunen hade identifierat hur ett gammalt industriområde hade blivit en plats för skuggorna och problem. Tack vare starka tjänstemän och politiker beslutade man att för att göra platsen attraktiv igen så ska den fyllas med kultur. Vilket också hade sin utgång i kommunens nyligen beslutade

devis - långt ifrån lagom.

Idag består Subtopia av flera olika verksamheter, de har en gammal hangar som används till stora TV-produktioner såsom Talang, de fyller huset med kontorsplatser, lokaler för scenkonst och annat skapande samt deras kulturinkubator Katapult. På området finns även Cirkus Cirkör och andra kulturverksamheter.

Mångfalden bland Botkyrka kommuns invånare ser de som en stor styrka för platsen.

Subtopia arbetar för att vara ett centrum för de kulturella och kre-

ativa näringarna i kommuner och i region för att skapa och ge känslan av att det finns massor av kultur och möjliggöra det.

Kulturinkubatorn Katapult har som mål att hjälpa kulturföretagare till långsiktig försörjning. Detta gör de genom coworking för att ge möjlighet till kollegor, erbjuder nätverk och erbjuder gratis coaching. De har själva utvecklat sin rådgivningsmetod - Seven step to bizdom. De fokuserar på att stötta den entreprenöriella sidan hos deltagaren, den konstnärliga delen är deltagarnas egna expertis.

Katapult är en lågtröskelinkubator är alla kulturföretagare välkomna, inga krav finns.

Utöver inkubatorn driver de även "The good talent" som är entreprenörskurs för unga med syfte att bygga empowerment hos de som deltar.

Katapult arbetar för att täcka upp där kulturarbeten och akademi fallerar - hjälpa de verksamma i sektorn att bli frilansare. Kulturpolitiken idag riktar sig till institutioner och stöttnings av frilansande kulturarbetare och konstnärer är bristfällig.

### Sammanfattning inkubatorer riktade mot kulturella och kreativa näringar

Utifrån dessa inkubatorer och om man tittar närmare på övriga medlemmar hos CreActive så finns det vissa saker som är gemensamma.

- ➔ Majoriteten har offentliga ägare, ofta kommun på något sätt.
- ➔ Vissa är knutna till akademi eller annat lärosäte.
- ➔ Den långsiktiga finansieringen är den största utmaningen. Finansieringen för grunduppdrag sker via ägarna men för att utveckla verksamheten krävs ofta projektfinansiering.
- ➔ Inkubatorn är en liten del av ett större sammanhang.
- ➔ De skapar mötesplats mellan verksamma i sektorn och övriga näringsliv
- ➔ Utbytet mellan företagare är en stor positiv effekt av att inkubatorprogrammen ofta genomförs i grupp.



### Övriga initiativ riktade mot Kulturella och kreativa näringar

#### CROSS INNOVATION

■ I utredningen Kreativa Sverige! lyfts Cross innovation som en möjlighet att ta vara på kulturella och kreativa företags innovationsförmåga och kreativa processer för att skapa spillover-effekter i övriga näringsliv. Det skapar tvärdisciplinär hållbar utveckling via nyskapande samarbeten.

På EU-nivå lyfts de kulturella och kreativa näringarnas och deras kompetens som en kärna i "New European Bauhaus" - utvecklingen av hållbara städer, regioner, tätor-

ter samt gles- och landsbygder.

Med syfte att skapa gränsöverskridande nätverk mellan forskning och akademi, innovation och företagande för att skapa spillover-effekter och innovationer genom samarbete mellan kulturella och kreativa sektorn och övriga näringsliv har European Institute of Technology (EIT) lanserat en satsning på Knowledge and Innovation Community (KIC) för att främja innovation och utveckling inom och för den kulturella och kreativa sektorn och industrin i Europa.<sup>29</sup>

#### CROSS CON -

#### THE INTERNATIONAL CROSS INNOVATION CONFERENCE

■ Under hösten 2023 arrangerade Subtopia Cross Con - en konferens kring Cross Innovation.

Där deltog forskare från runt om i Europa, representanter från EU-kommissionen, svenska myndigheter, konstnärer och andra tjänstemän verksamma som arbetar med utvecklingen av de kulturella och kreativa näringarna.

Några av de saker som talarna sa under konferensen var...

#### ” Tillväxt sker inte i silos utan mellan skills och mindsets”

Johanna Kouzmine-Karavaïeff Forskare, konsult och medgrundare av Artisans of Innovation. Huvudförfattare policyrapporten Arts & Design Based Collaboration and Cross-Innovation” (NDPC 2023).

#### ” Innovation is generated by the creation process (arts & designbased collaboration). Collaboration is not easy. You need to unlearn and relearn structures that supports collaboration.”

Jenny Kornmacher Tingvall, region skåne kulturadministration, cross innovation south sweden

#### ” Innovation - we've been telling the same story since 1969 when apollo set the first human on the moon - we need new stories.”

André Forte, (decentralizing crossinnovation)  
University of Porto, Head of Business Development at the Arts, UPTEC.

#### ” To make people think outside the box, the artist is the key.”

Representant Vinnova

#### ” When you're safe and incubated you are ready for cross innovation”

Marlene Johansson,Umeå universitet, RISE  
Koordinator för RISE EIT KIC Culture & Creativity och New European Bauhaus.

<sup>29</sup>SOU 2022:44, Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher

<sup>30</sup>Cross con - The International Cross Innovation Conference, 2023-11-23, Subtopia Alby

## Initiativ skapade av och för de Kulturella och kreativa näringar

### HIGH COAST CREATIVE

■ High Coast Creative är ett branschnätverk för kreativa näringar i Höga Kusten. De startade en ideell förening 2017 efter att de genomfört en förstudie som kartlade kreatörer och samarbetspartners, ett nätverk som skapade ingångar till industri, näringsliv och kommun.

Resultatet av förstudien var att det behövs ett branschnätverk som kan jobba för att skapa samarbeten mellan näringsliv, kommun och samhälle. Där medlemmarna, de kreativa näringarna, driver sitt engagemang och sin lönsamhet själva men har nätverket som ett bollplank. Att bygga ett stort, starkt och brett nätverk där medlemmarna med sina företag kan bli en del i något större.

High Coast Creative's sammanhang ger medlemmarna möjlighet att hitta likasinnade kollegor med liknande utmaningar som de själva. Ett forum med möjlighet att diskutera rätt frågor och samla utövarna och stärka varandra.

Tillsammans blir man också mycket mer synlig gentemot Region, kommun och övriga samhälle. Tidigare pratades det sällan om kulturella och kreativa näringar, vilket de upplever har ändrats. High Coast Creative har blivit en "remissinstans".

Det synliggör också att det går att vara verksam inom sektorn på Höga kusten, att det skapar förebilder. Förebilder behövs för att andra ska komma efter.

Den största utmaningen är hur de ska driva verksamheten långsiktigt. Det tar mycket tid och de får många förfrågningar men får sällan betalt. Till exempel förvän-



tas de sitta med i styrgrupper och liknande utan arvode.

Just nu funderar de på vad föreningen ska vara, hur de ska ta det vidare.

### KONSTKOLLEKTIVET GÖTEBORG

■ Konstkollektivet är en ideell medlemsförening och ett artistdrivet kulturhus i Mölndal. Föreningen driver projekt, kulturstrategiska frågor, programverksamhet och en gemensam arbetsplats för kulturutövare.

De möjliggör för fler att vara aktiva på platsen, både i Mölndal och Göteborg. De tillhandahåller också kultur för kommunens invånare och lokala aktörer. Både besökare och medlemmar lyfter vikten av mötesplatsen, att ha en plats att komma till.

För medlemmarna är sammanhanget viktigt då man ofta som mindre kulturaktör ofta jobbar själv. Bara vetskapen om att sammanhanget finns gör att det är lättare att ta steget och våga genomföra nya projekt.

Konstkollektivet arbetar för att få människor att känna sig inkluderade i någonting, att alla som är med

är viktiga. Det är inte bara personalen som är av betydelse utan framför allt medlemmarna.

De driver en prestigelös verksamhet där många olika människor på olika nivåer är välkomna. Det finns inga krav på utbildning eller erfarenhet.

Hos personalen och i styrelsen finns en bred kompetens, från ekonomi och juridik till erfarenheter inom vård och skola. Många av de som arbetar på konstkollektivet är själva frilansande kulturutövare vilket de upplever skapar legitimitet för verksamheten.

De vill utveckla verksamheten och utöka rollen som arrangör. De vill bli mer regionala både som besöksmål men också genom fler samarbeten med liknande kulturverksamheter och övriga näringsliv.

Den övergripande drömmen är att verksamheten ska bli långsiktig och stabil så att de kan arbeta med platsen, dess besökare och publikutveckling.

En stor utmaning är att skapa långsiktig finansiering och tillräckligt med resurser. Det är många som vill bidra och utveckla verksamheten men tiden räcker inte till. ►

### Övriga initiativ riktade mot Kulturella och kreativa näringar

#### KF-HUSET NORDMALING

■ I byn Klöse i Nordmaling hittar man KF Huset. En ideell kulturförening som startade 2024, vars verksamhet sker i föreningens lokaler i ett äldre skolhus från tidigt 1900-tal. Huset fungerar som arbetsplats och residens för föreningens medlemmar och andra kulturutövare. Det arrangeras även publika evenemang, såsom filmvisningar, konserter och konstutställningar.

Vid sidan om den publika verksamheten är KF Huset en knutpunkt för konstnärer, bybor och grannar. Huset är en plattform för konstnärer i glesbygd att mötas, inspireras och knyta kontakter. Men också en plats för grannar att träffas, dricka kaffe och samtala.

I samarbete med Nordmalings kommun och Region Västerbotten genomför föreningen bland annat pedagogisk verksamhet inom filmskapande.

#### STÄLLBERGS GRUVA

■ Strax norr om Kopparberg i Ljusnarsbergs kommun, Örebro län, Västmanlands landskap, ligger den nedlagda gruvan Ställbergs gruva. Ställberg var en plats som blomstrade och under 60-talet bodde nästan 500 personer på orten och det fanns skolor, post, affär och tågstation. 1977 stängde gruvan och idag är det knappt 100 personer som bor på orten. Närmaste matbutik är 13 km söderut.

Idag är Ställbergs Gruva en plats för konstnärlig, kulturell och social verksamhet vars utgångspunkt är gruvan med obegränsad omnejd. Det offentliga programmet består bland annat av vandringar, föredrag, konserter, berättarkvällar, utställningar, gemensamma måltider, dokumentärteater och festivaler.

De bedriver även en internationell residens-verksamhet. Inom denna delar konstnärer, författare, forskare och andra yrkesgrupper arbetsplats, praktiker och tankar med varandra i dialog med platsen, dess omgiv-

ningar och samhällsvillkor.

Ställbergs gruva ägs och drivs av de två föreningarna The non existent Center och Non existing Resources. Medlemmarna i föreningarna har bakgrund inom dans, musik, teater, snickeri, formgivning, litteratur, arkitektur, psykologi, journalistik och konst. Deras verksamhet har bedrivits på platsen sedan 2012.

Kulturpolitiskt arbetar Ställbergs gruva med strukturella frågor om konstnärers och kulturens villkor och betydelse lokalt i en global (kultur-)värld. I samarbete med liknande organisationer från Sverige och utlandet delas metoder, kunskaper och hantverk för att bearbeta de svårigheter som dagens samhällen står inför.

En bärande idé vid Ställbergs gruva är att människor med skilda bakgrunder, yrken och åldrar ges möjlighet att tänka, handla och undersöka tillsammans. Ett utforskande av kända och okända delar av jaget och världen.

### Andra initiativ riktade mot de Kulturella och kreativa näringar

#### SMART COOP

■ Smart är ett kooperativt produktionshus som ägs av sina medlemmar. Medlemmar i Smart är främst utövare inom kulturella och kreativa näringar, media, social hållbarhet, miljöfrågor, lärande, arkitektur och stadsutveckling samt inom tech, digitala events, interaktionsdesign och spel.

De är ett anställningskooperativ som gör det möjligt för medlemmarna att driva sina projekt och verksamheter utan att behöva

starta egna företag genom anställning och projekthantering inom Smart. De hjälper medlemmar med allt från fakturering till projektadministration. De har idag cirka 200 medlemmar i Sverige.

Smart är ett europeisk plattformskooperativ och finns i 8 länder runt om i Europa; Belgien, Frankrike, Holland, Italien, Spanien, Sverige, Tyskland och Österrike. Totalt ingår cirka 90 000 frilansare i Smart kooperativet.

#### KULTURCENTRUM EBENESER

■ Kulturcentrum Ebeneser skriver om sig själva att de är en mötesplats i skärningspunkten mellan det fria kulturlivet och näringslivet. De är också en ideell kulturscen, kreativ mötesplats och nod för kulturutveckling beläget i Luleå. De arbetar för att skapa möjligheter för människor att mötas och uppleva konst och kultur samt möjligheter för kulturbranschen och andra branscher att mötas.

Verksamheten leds och samord-

nas av Kulturföreningen Ebenser sedan 2015 och finansieras av Luleå kommun, Region Norrbotten och till betydande del med egna medel. Föreningen äger ett aktiebolag som möjliggör att tillgängliggöra och sälja tjänster och service till företag och organisationer. Det kan vara sådant som möten, konferenser och event. Intäkter från bolaget återinvesteras i den ideella kulturverksamheten och driften av kulturscenen.

Verksamhetens prioriterade utvecklingsområden och målgrupper är det mångkulturella och internationella samspelet, att stärka minoritetskulturer, samt att inkludera barn och unga i verksamheten och utbudet.

### NÄTVERKSTAN

■ Nätverkstan är ett kunskapscentrum som stöttar och utvecklar kulturlivet. De är en oberoende aktör i svenskt och internationellt kulturliv som verkar för kritisk offentlighet, nyskapande och öppenhet. De har sitt säte i Göteborg och arbetar lokalt, regionalt, nationellt och internationellt.

Bland annat driver de en yrkeshögskoleutbildning - Kulturverkstan. Det är en tvåårig utbildning till kulturprojektledare. De driver också Nätverkstan Redovisning som stöttar kulturlivet med kunskap, tjänster och rådgivning inom ekonomi. Detta för att skapa trygghet för konstnärer och kulturorganisationer att verka inom vilket gör det enklare att driva sina verksamheter och leva på sin konst.

Nätverkstan Kultur SvB ägs av stiftelsen Ord & Bild, Tidskriftsverkstaden i Väst och studieförbundet Sensus västra Sverige.

### FÖRSTUDIE SUNDSVALLS KOMMUN - KULTUR & KREATIVITET SOM NÄRINGSLIV

■ På uppdrag av Sundsvalls kommun och Bizmaker har Coest AB under våren 2023 genomfört en analys av KKN i Sundsvalls kommun med syfte att bygga ny kunskap och få insikter om ett näringsliv (och en målgrupp) som har identifierats som en viktig del i att öka attraktiviteten i regionen. Sundsvalls kommun vill vitalisera näringslivet, öka förnyelse och innovation och bli mera attraktiva för att kunna rekrytera och attrahera inflyttare. För en demografisk balans och hållbar tillväxt är det extra intressant att attrahera unga, kvinnor och barnfamiljer att stanna och flytta till Sundsvall.

Utifrån kvantitativa analyser och kvalitativa intervjuer lyfter de läget i Sundsvall och har tagit fram förslag på fem olika "möjlighetsarenor" som inspiration för Sundsvalls kommun kring satsningar kring de kulturella och kreativa näringarna.

I Sundsvalls kommun och Väster-norrland i stort upplevs de kulturella och kreativa näringar som spretigt. Det saknas en gemensam kraft, viljan gömmer sig.

Det finns en brist på tillit då det upplevs som att det saknas intresse och insikt om det värde som sektorn bidrar med. Värden som att de kulturella och kreativa näringarna bidrar till att folk vill leva och bo på platsen. De lyfter även hur Kultur är en bärare av gemenskap och mening.

De lyfter också behovet av ledarskap inom kommunen som är lite wild and crazy, någon som vågar genomföra annorlunda idéer.

Behovet av en plattform för ekosystemet kring sektorn är tydligt men utifrån bristen på tillit lyfter de hur "Vi kan inte skapa en kreativ arena och förvänta oss att målgruppen ska komma."



### SJÄLVLEDARSKAP FÖR KULTURSKAPARE - METODBOK

■ Inom projektet "Skapande kärnan i kulturella och kreativa näringar" som var ett samarbete mellan Kulturinkubatorn Kreativa Öland på Capellagården, Artifex och Transit Kulturinkubator skapades metodmaterialet "Självledarskap för kulturskapare". Det är en metodbok som riktar sig till yrkesverksamma kulturskapare och bygger på metoder i konstnärlig företagslogik. Den innehåller delar såsom Självledarskap och struktur, Försörjningspallett och Att hålla länge.

Den är till för att skapa bättre förutsättningar för kulturskapare att utöva sina yrken genom relevanta metoder och perspektiv som utgår från kulturskapares vardag och den konstnärliga affärslogiken.

Författare är Olof Svensson Roosling och Mia Lindgren.

## 3.2 INBLICK

### Förutsättningar i Jämtlands län

Jämtlands län är beläget i mellersta Norrlands inland, mitt i Sverige och mitt emellan den norska atlantkusten i väster och den svenska kusten mot Bottenhavet. Länet är Sveriges tredje största till ytan och näst minsta län sett till folkmängd. Länet har en befolkningstäthet på 2,5 personer/km<sup>2</sup> och majoriteten, 60%, av befolkningen bor utspridda i länet och 40% av befolkningen är bosatta i Östersund.<sup>31</sup>

Länet är stort och präglas av sina olikheter. Det är fjällen i väster, Storsjön i dess mitt med Storsjöbygdens bördiga åkermarker, älvdalar i öster och skogarna som breder ut sig från norr till söder. Länet är beläget i de södra delarna av Saepmie och den sydsamiska kulturen och traditionen har en lång historia i länet och är viktig än idag.

Jämtlands län definieras som en lågdensitetsekonomi som saknar de agglomerationsfördelar som genereras i täta strukturer enligt OECD. Näringslivet är diversifierat där några av de starka basnäringarna är jord- och skogsbruk och turismnäringen. Länet präglas av en stark företaganda och tillhör toppen när det kommer till andelen företagare i befolkningen i Sverige. Där länet har en högre andel mikro- och småföretag än genomsnittet i landet.

### Kulturella och kreativa näringar i Jämtlands län

De kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län har en stor betydelse i Region Jämtland Härjedalens strategiska styrdokument, framför allt utifrån sektorns bidrag till en attraktiv region att bo, leva och verka i. De kulturella och kreativa näringarna består främst av mindre företag och återfinns över hela länet men framför allt i stads- och fjällnära miljöer.

### Struktur och Statistik

Region Jämtland Härjedalen har påbörjat ett arbete att sammanställa statistik kring de kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län. Statistiken bygger på Kreameterns definition av kulturella och kreativa näringar och dess SNI-koder. Det finns vissa utmaningar med att sammanställa statistik kring de kulturella och kreativa näringarna då många är enskilda näringsidkare och inte innefattas som "företag" i den statistik från SCB som ligger till grund.

**Så här ser det ut i länet just nu enligt den statistik som Region Jämtland Härjedalen har samlat in är:**

- ➔ Det finns 1345 företag verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna i länet, varav nästan hälften verksamma inom Östersunds kommun.
- ➔ Det är en jämn fördelning av antal företag inom de olika branscherna men flest inom Litterärt och konstnärligt skapande, artistisk verksamhet, produktion av film, video och TV-program samt press- och övrig fotografverksamhet.
- ➔ Av andelen företag inom de kulturella och kreativa näringarna av samtliga företag i länets olika kommuner sticker Åre och Härjedalens kommuner ut där 9% respektive 7% av samtliga företag är företag inom kulturella och kreativa näringar.

---

<sup>31</sup>WSP Advisory. 2019. *Strukturanalys för Jämtlands län – Regionala förutsättningar i Jämtland och Härjedalen.*



### Förutsättningar, styrkor och behov kända sedan tidigare

Behoven hos de kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län har undersökts flera gånger tidigare. Framför allt har det gjorts i Region Jämtland Härjedalens arbete med den nu liggande Regionala utvecklingsstrategin, regionens aktuella Kulturplan och i den "Plan för kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2023-2027" som regionen arbetat fram. Även andra aktörer har gjort liknande arbeten och utifrån detta går det att utröna behov och förutsättningar hos sektorn i Jämtlands län.

**” Kultur utgör grunden för ett demokratiskt samhälle. Den ger möjligheten att uttrycka sig och lär en att uttrycka sig. Om man inte kan uttrycka sig, hur kan man då vara med och påverka?”**

Deltagare, KKN <3 RUS 2019

## 3.2 INBLICK

### RURALA OMRÅDEN - EN STYRKA OCH EN UTMANING

Att vara verksam i Jämtlands län och i de glesa strukturer som karaktäriserar platsen lyfts både som en utmaning och som en styrka. Det är lätt att tro att faktorer som karaktäriserar urbana områden så som klusterbildningar, samverkan och tolerans helt saknas i rurala områden som Jämtlands län. Bilden av att vara verksam i länet är något annat. Det lyfts att trots det geografiska avståndet skapas en känsla av närhet mellan verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna. Något som till viss del genererar sammanhang, nätverk och mindre kluster.<sup>32</sup> Synlighet och möjligheter lyfts som något positivt med att vara verksam på en mindre plats. Det är enklare att nå ut genom bruset.

Det finns en anda av att hjälpas åt för att kunna bo och verka på den plats man vill.

### BEHOVET OCH VILJAN ATT SAMVERKA

Samverkan och sammanhang lyfts ofta som en stor drivkraft och önskan hos de verksamma i länet. Att kunna vara del av mindre och större sammanhang och hitta fler att samverka med innebär ett mer långsiktigt och hållbart sätt att driva företag och kunna vara verksam. Det finns också en önskan om samverkan och närmare relationer med andra sektorer såsom övrigt näringsliv, politik och offentlig förvaltning i nätverk där det finns möjlighet att skapa dialog, tillgänglighet och kompetens om varandras förutsättningar.

**” Kultur konkurrerar inte ut andra, utan kultur skapar bara mer.”**

Deltagare KKN <3 RUS, 2019

### KULTUR OCH KREATIVITETENS ROLL FÖR INNOVATION OCH UTVECKLING

De verksamma inom sektorn är medvetna om hur de bidrar till innovation men lyfter också hur platsen bidrar till att skapa nya lösningar. De upplever dock att begreppet innovation flyger över deras huvuden, att de inte räknas in som en viktig aktör för att generera innovation.

**” Gles-/landsbygdens förutsättningar skapar/kräver kreativitet för att hitta nya lösningar och möjligheter. Det är genom kreativitet vi möter de behov och utmaningar som finns = innovation.”**

Deltagare KKN <3 RUS, 2019

**” Kultur och kreativitet är grundläggande förutsättningar och miljö för innovation. Det öppnar upp nya perspektiv och legitimerar ett tankesätt som inte alltid görs i vardagen.”**

Deltagare KKN <3 RUS, 2019

---

<sup>32</sup>Eriksson, Ylva. 2019. Kulturella och kreativa företag utanför urbana områden. Mittuniversitetet

### EN OMOGEN MARKNAD

I Region Jämtland Härjedalens Plan för Kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2023-2027 skriver man att många företag inom sektorn har andra företag eller offentlig sektor som kunder. Marknaden de arbetar på sträcker sig till stor del utanför länet. De lyfter även att svaga strukturer runt företagens tjänster och produkter gör det svårare för företagen att påverka och utveckla marknaden inom Jämtlands län i jämförelse med andra län där det finns en större diversitet av uppdragsgivare.<sup>34</sup> Marknaden i Jämtlands län uppfattas också som omoogen. Den är inte van att konsumera de produkter och tjänster som de kulturella och kreativa näringarna skapar.<sup>34</sup>

De svaga strukturerna kring företagen i sektorn medför att sektorns ställning på marknaden i Jämtlands län är sårbar jämfört med andra regionen där det finns fler uppdragsgivare och större utbud av olika jobb, nätverk och sammanhang.

Den generella infrastrukturen i länet kommer ofta upp som ett hinder för att kunna knyta ihop marknaden i länet. Det gäller till exempel kollektivtrafiken men också möjligheten till bredband och digitala lösningar.

### BRISTEN PÅ STÖTTANDE STRUKTURER

Det finns en brist på stöttande strukturer runt de kulturella och kreativa näringarna, där man framförallt lyfter avsaknaden av företagsrådgivning, lämpliga investeringsstöd, coachning med inriktning på och förståelse för de kulturella och kreativa näringarnas förutsättningar.<sup>35</sup>

Även Regionen lyfter i sin Plan för Kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2023-2027 avsaknaden av organisationer eller verksamheter som kan driva sektorns frågor och bära satsningar och projekt.

### ATTITYDFÖRÄNDRING

Många av de verksamma inom sektorn uppfattar det fortfarande som att många inte tror att det går att vara professionell utövare i Jämtlands län. Både utifrån hur de blir bemötta från övriga näringsliv men också samhället i stort. Många upplever ofta att de offentliga institutionerna och etablerade arrangörerna letar efter utövare utanför länet i första hand. Som verksam i länet blir man bortglömd och förbisedd.

De vill tydliggöra och lyfta de förebilder som finns, visa på verkshöjden och att det inte är endast i storstäderna som det går att göra karriär.

### BETYDELSEN AV KULTUR PÅ LANDSBYGDEN - FOLKHÄLSA & LIVSMILJÖ & ATTRAKTION

En stor del av de verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län är verksamma på landsbygden. De framhåller hur viktig kulturen är för att hålla ihop samhällen på mindre orter då den bland annat skapar mötesplatser och gemenskap. Tillsammans med en bredd av kreativa företag bidrar den till att berika och utveckla livskvaliteten för de bofasta och besökare.

---

<sup>34</sup>Region Jämtland Härjedalen, *Plan för Kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2023-2027*. (Dnr RUN113/2022)

<sup>35</sup>Eriksson, Ylva & Ernehed, Kristina, 2019, *KKN <3 RUS, Region Jämtland Härjedalen*

## 3.2 INBLICK



### Utifrån möten med verksamma i förstudien

Arbetet i denna förstudie har lagt fokus på att gräva djupare kring verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna som redan samverkar eller har en uttalad önskan om att samverka. Vi har haft möten med några av dessa sammanslutningar i länet.

Vi har även deltagit i träffar i mer eller mindre formella nätverk bland de kulturella och kreativa näringarna i länet.

### Att vara verksam inom de kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län & de effekter som skapas

De verksamma inom sektorn menar att förutsättningarna i länet formar deras verksamheter. Men också att deras verksamheter formar utvecklingen av länets förutsättningar.

#### PLATSENS KRAV - FINNS MARKNADEN?

Flera av de verksamma driver egna företag fastän de är en del av ett sammanhang. Det är till stor del platsen som tvingar dem att driva företag eftersom att det är brist på större institutioner och arbetsgivare.

Utifrån den marknad som finns i länet lyfter de bredden i uppdrag som de har, både som en möjlighet och som en utmaning. Finns marknaden för deras verksamheter? Hur långt kommer de att behöva gå från sin konstnärliga kärna i uppdrag för att kunna försörja sig?

#### RESURSER – TID, PENGAR & KOMPETENS

Resurser och möjligheten att finansiera sina verksamheter är en stor utmaning för flera verksamma inom sektorn i länet. Både när det gäller tid och pengar.

I sina verksamheter investerar de framför allt mycket oavlönad tid för att kunna producera och avkastningen kommer långt efteråt.

De lyfter också utmaningen att komma åt projektpengar. De flesta är medvetna om de offentliga kulturmedel som finns att söka men de önskar lära mer om projektfinansiering.

Det finns också en avsaknad av resurser i form av spetskompetens, både inom de olika branscherna men också kompetensen i att driva företag. Det handlar inte bara om att själv kunna utan vara flera verksamma som samarbetar och gör det de är bra på.

#### MÖJLIGGÖRA SKAPANDET & JOBBMÖJLIGHETER

Att de är verksamma inom sektorn lyfter de till stor del är för att kunna leva på och arbeta med det de vill, kan och brinner för. Men de är också tydliga med att de aldrig jobbar gratis. Det är en ständig utmaning att ta reda på hur de ska göra för att skapa långsiktigt hållbara jobbmöjligheter för sig själva.

#### “VI VISAR ANDRA ATT DET GÅR ATT VARA PROFESSIONELL HÄR”

En tydlig och viktig effekt och syfte med att de kan vara verksamma i länet är att de bor kvar här och att deras professionella verksamheter finns här. De visar på den verkshöjd som finns i länet och att det finns professionell konst och kultur. De lyfter vikten av är att visa, framför allt nästa generation, att det är möjligt att jobba professionellt inom de kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län, man behöver inte flytta.

## Varför har de valt att samverka?

Vikten av sammanhanget är ett återkommande tema i samtalen med de verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna. Det kan vara sammanhanget på en plats, inom en bransch, i professionell verkshöjd eller en lokal att vara verksam i. Man vill vara del av ett kollegialt, socialt eller konstnärligt sammanhang och att få arbeta tillsammans utifrån sina egna premisser.

Bland de som ännu inte hittat ett sammanhang finns en längtan efter det.

Det är också viktigt att poängtera att det inte bara handlar om vilket sammanhang som helst utan det ligger en stor betydelse och tyngd i vilket sammanhang det är.

**” Vi är bra på att samexistera – vi är kollegor, inte konkurrenter.”**

### AVSAKNADEN

De aktörer vi mött i arbetet med förstudien har alla lyft avsaknaden av den typen av sammanhang de sökt efter, andra än de institutionerna kan erbjuda. Därför har de fått skapa det som de själva upplevde inte fanns, till exempel ett professionellt danskompani i Östersund, en kreativ studio och kulturupplevelser i Åre eller en organisation för fri scenkonst i Jämtland.

### DEN FYSISKA PLATSEN

Genom samverkan möjliggörs att dela på lokaler. Lokaler såsom arbetsplatser, verkstad och utrymme för kulturella evenemang. Där det finns faktiska ytor att ta plats på i framställandet av det konstnärliga materialet. En viktig pusselbit för att tillgängliggöra lokaler för verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna är de mindre privata fastighetsägarna som är mer flexibla än de större aktörerna.

Att dela på kostnaderna är en stor fördel med gemensam lokal. Några lyfter också vikten av platsens integritet, att det finns en anledning till varför det är just de som samverkar.

### PLATS, NÄTVERK OCH KOMPETENS FÖR KONSTNÄRLIG OCH KULTURELL UTVECKLING

Det finns ett behov av fler kulturarenor eller kulturrum som inte är offentliga lokaler såsom medborgarhuset i Sveg eller biblioteken runt om i länet. De fyller en funktion men det finns en efterfrågan på annat, något som speglar det fria konst- och kulturlivet.

Flera av de som aktivt samverkar inom sektorn i länet har skapat sådana mindre arenor och rum. Det är något de är stolta över, att tillgängliggöra konst och kultur så att fler människor kan ta del av det.

### SAMARBETE GER AVKASTNING OCH ACCELERATION

Det är sammanhangen, nätverken och platserna som möjliggör skapandet och att arbeta tillsammans skapar acceleration för de kulturella och kreativa näringarna.

Tillsammans syns man och man inspireras av varandra. Tillsammans skapar de jobbtillfällen för sig själva och möjliggör för andra verksamma inom sektorn. Det skapas fler jobb vilket lockar till sig mer kompetens. Vilket kan leda till att det blir fler professionella utövare i länet.

Genom samverkan skapas nätverk och inom nätverken byggs en bred kompetens inom flera branscher och konstområden. Tillsammans kan de skapa mer jobb till varandra och andra verksamma inom sektorn.

## 3.2 INBLICK

### Vilka effekter skapar deras verksamheter?

#### LYFTER KONSTEN OCH KULTURENS ROLL I SAMHÄLLET

Genom sina verksamheter bidrar de till konsten och kulturens roll i samhället. Den tillför meningsfullhet för människor och den bidrar till livskvalitet.

De möjliggör att visa och vara en plats för initiativ inom konst och kultur vilket gör orterna där de är verksamma mer attraktiva.

Konsten och kulturen lyfter perspektiv från andra vinklar och är en bärande dimension av samhället.

”*Utan kultur så dör vi som människor.*”

#### MÖTEN MELLAN MÄNNISKOR - STÄRKER DEMOKRATIN

De lyfter också hur konsten kan provocera, väcka känslor och kräva att man reflekterar både inåt och utåt. Att ta del av konst och kultur sker ofta i möten med andra. Det skapar mötesplatser för reflektion och samtal. Att våga uttrycka sig och möta andra är en grund för demokratin.

”*Vågar vi inte samtala sker ingen utveckling.*”

#### KULTUREN FÅR FOLK ATT STANNA OCH ENGAGERA SIG

Konst och kultur som är lokalproducerad och håller en hög nivå skapar en stolthet, lokalt men också regionalt. De verksamma lyfter hur de bidrar till att fylla det behov som är samma på landsbygden som i staden. Det behövs något för alla på en plats att vara delaktig i.

”*Det är brinnande viktigt – inte bara kultur utan också engagemang.*”

### Flaskhalsar och utmaningar

Flera av de verksamma lyfter hur de vill kunna släppa lös den potential som finns. Att kunna göra mer av det de gör - göra mer, skapa mer, sprida mer.

De vill kunna utveckla sina organisationer, driva större projekt, hitta en kontinuerlig process och kunna skapa heltidsförsörjning till sig själva.

Det finns några utmaningar och flaskhalsar som de upplever hindrar dem från att kunna göra detta.

#### BEHOVET AV KOMPETENS OCH KONKURRENS

Trots att de verksamma anser att det finns en hög nivå av professionella inom de kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län så menar de att det finns en brist på kompetens och konkurrens. Det saknas en kritisk massa av utövare inom samma bransch. Det är svårt att utveckla och förbättra sin verksamhet om det inte finns någon konkurrens att stöta sig emot.

De lyfter också behovet av spetskompetens inom flera branscher, att de själva tenderar till att bli allkonstnärer som fyller ut roller där det finns andra som har sin spetskompetens. De finns dock inte inom länet. Bristen leder också till att det kan behövas fly-in/fly-out -kompetens.

Man saknar inte bara kompetens hos utförare inom branscherna som de lyfter saknas. De lyfter även bristen på kompetens när det kommer till mer administrativa roller, så som producent och ekonomi.

### **BRIST I FÖRTROENDE FÖR OFFENTLIGA AKTÖRER OCH ÖVRIGA NÄRINGS LIV**

Hos de verksamma finns en brist på förtroende för de offentliga aktörerna så som kommuner och Regionen. Detta grundar sig till stor del i att de upplever att det saknas kompetens om vad som finns i länet, att de som är verksamma i länet finns här och inte i Stockholm.

De upplever också en attityd hos aktörer i andra sektorer att det de gör inte räknas eller är på riktigt. De förväntas ställa upp till låga arvoden och upplever en okunskap om hur konst och kultur värderas.

### **FYSISK PLATS FÖR KULTUR**

Det finns stora behov av lokaler för kultur och en utmaning är att hitta lämpliga lokaler med rimlig hyra.

Det behövs fler lokaler för den fria scenkonsten i länet som inte behöver fyllas med 400 personer. Återkommande är en efterfrågan på kollektiva verkstäder så att flera utövare kan dela på resurser som lokal och inventarier.

Det framförs också uppfattningen att när det ska byggas arenor för sport så är det en investering men när det kommer till lokaler för kultur så är det en utgift.

Hur höjer man kulturens värde?



# Det företagsfrämjande aktörssystemet i Jämtlands län

I arbetet med denna förstudie har vi försökt att identifiera och kartlägga företagsfrämjande aktörer i Jämtlands län och pratat med några av dem för att kunna identifiera och skapa en bild över vad företagsfrämjande aktörer kan göra för att stötta kulturella och kreativa näringar i länet. Fokus har varit att förstå vad de olika aktörerna har för förutsättningar, vad de är bra på och om de idag på något sätt arbetar specifikt med de kulturella och kreativa näringarna.

## FÖRETAGSFRÄMJARE PÅ OLIKA NIVÅER

Aktörer som arbetar för att främja företagande i länet finns på flera olika nivåer, såsom Region och kommuner i det offentliga, intermediärer som till viss del är finansierade genom offentliga medel, branschorganisationer, företagsnätverk, co-working hubbar med flera.

Alla har sina olika förutsättningar och inriktningar.

## Region Jämtland Härjedalen

De kulturella och kreativa näringarna i Jämtlands län har en bärande del i Region Jämtland Härjedalens strategiska arbete utifrån några av deras större styrdokument. I Region Jämtland Härjedalens regionala utvecklingsstrategi *Jämtlands län 2050 - En nytänkande och hållbar region att leva, verka och utvecklas* i står det i målbilden

*”Konst och kultur är idag en självklar del av den regionala utvecklingen och i all utbildning, därför ligger länet i framkant när det gäller kulturella uttryck och initiativ, vilket i kombination med samverkan och samhandling ger förnyelseförmåga och nytänkande”*

samt att *”Företagsformer som gynnar kulturutbudet samt social sammanhållning har en självklar plats i och med att länets samhällsutmaningar kräver nya slags lösningar, innovationer och samarbeten”*

Region Jämtland Härjedalens strategi för smart specialisering, som gäller för åren 2021–2027, är ett utpekade område Upplevelser, där de kulturella och kreativa branscherna tar en bärande roll. Där lyfts de kulturella och kreativa branscherna som en motor i den regionala utvecklingen. Med rätt stöd och insatser så kan dessa branscher både växa och utvecklas för ett starkare kultur- och näringsliv i Jämtland Härjedalen.

**I Region Jämtland Härjedalens aktuella kulturplan, Regional kulturplan för Jämtland Härjedalen 2024-2027, är ett av fokusområdena - Professionella kulturskapares villkor samt kulturella och kreativa branscher.**

**Inom fokusområdet lyfts att Region Jämtland Härjedalen vill:**

- ➔ öka möjligheterna att vara yrkesverksam kulturskapare
- ➔ synliggöra de regionala kulturverksamheternas betydelse som arbetsgivare för fria professionella kulturskapare
- ➔ öka möjligheter till utbildning, kompetensutveckling och stärka kompetensförsörjningen
- ➔ verka för konstnärlig förnyelse genom att utveckla fler residens inom flera konstområden.

### Samverkan och Plan för Kulturella och kreativa branscher

På Region Jämtland Härjedalen sker ett aktivt arbete för samverkan mellan avdelningarna Hållbar tillväxt och Kultur och bildning för samarbete kring de kulturella och kreativa näringarna. Detta är en del i den *Plan för Kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2023–2027*. En handlingsplan som arbetats fram utifrån målet i Regionala utvecklingsnämndens verksamhetsplan för Region Jämtland Härjedalen 2021 - att skapa ökade förutsättningar för att vara verksam inom kulturella och kreativa näringar i Jämtland Härjedalen.

Samarbetet inom Regionen upplevs som positivt då frågor kring de kulturella och kreativa branscherna tidigare har hamnat hos Kultur och bildning. Där finns kompetens om utvecklingen av konst och kultur i länet men inte kring de frågor som handlar om företagande och näringsliv. Nu finns ett ägande hos fler enheter. Även internt inom enheterna lyfts tendensen till stuprör men som börjar att öppnas upp.

Förutom att öka samverkan inom Regionen är målsättningen med planen för Kulturella och kreativa branscher att skapa ett nätverk för sektorn och dess branscher utifrån sina förutsättningar.

#### Den regionala planen för de kulturella och kreativa branscherna i Jämtland Härjedalen identifierar fem fokusområden:

- ➔ Kartläggning och kunskapsbyggande
- ➔ Tvärpolitisk- och flerpartssamarbete
- ➔ Kulturskaparna som den värdeskapande kärnan
- ➔ Utveckling av befintliga stödstrukturer
- ➔ Platsens betydelse



### **Företagsfrämjande insatser och andra initiativ kring kulturella och kreativa branscher hos Region Jämtland Härjedalen**

Förutom Plan för Kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2023-2027 så finns andra insatser som Region Jämtland Härjedalen arbetar med kring företagsutveckling generellt och kulturella och kreativa branscher i synnerhet.

De erbjuder finansiell stöttning genom projektstöd och företagsstöd. Det finns också stöttning med kompetens att tillgå till exempel genom timbanken där du kan ansöka om timmar med externa experter inom områden som marknadsföring, ekonomi och juridik.

Det finns även flera kultur- och projektbidrag att söka.

För att nå ut med information om dessa möjligheter arrangerar Region Jämtland Härjedalen varje år Finansieringsforum som riktar sig till verksamma inom de kulturella och kreativa branscherna.

Under tidigare år har det genomförts flera olika projekt och satsningar mot verksamma inom de kulturella och kreativa branscherna. Flera av dessa har skapat uppskattning hos de verksamma i länet. En upplevd effekt hos Regionen är att de genom dessa projekt och satsningar har fått en närmare kontakt med de verksamma. Samtidigt som många funktioner som funnits tillfälligt under projekten är saknade.

Tillsammans med Mittuniversitetet pågår utveckling av en utbildning som knyter ihop konstnärlig gestaltning med perspektiv på platsutveckling. Något som de hoppas ska utveckla fler konstnärliga projekt i länet.

Det sker ett aktivt arbete med att utveckla statistiken om de kulturella och kreativa branscherna i Jämtland och Härjedalen vilket går att ta del av på Analysportal Norr.

### **Samspel 63**

Region Jämtland Härjedalen driver tillsammans med Stiftinga Hilmar Alexandersen i Trøndelag ett interregprojekt under perioden 2023-2026. Målet med projektet är att "synliggöra, förbättra och stärka kulturella och kreativa branschers villkor, roller, värden och kompetenser för hållbar ekonomisk utveckling och konkurrenskraft i Jämtlands län / Trøndelag fylke."

Under det första projektåret har bland annat arbetsresidens och en studieresa genomförts. Tillsammans med Tindved kulturnæringshage har fem företag inom de kulturella och kreativa branscherna i Jämtlands län fått ta del av företagsutveckling genom det norska programmet Ovasjon.

### **Tankar kring Kulturella och kreativa branschers förutsättningar och Region Jämtland Härjedalen**

#### **DET BUBBLAR KRING KULTURELLA OCH KREATIVA BRANSCHER**

I samtal med tjänstemän på Region Jämtland Härjedalen lyfts det hur det bubblar på många håll i länet kring de kulturella och kreativa branscherna. Vilket de påpekar är något väldigt positivt men också poängterar att Regionen har svårt att vara en operativ part. Deras roll är en annan.

De lyfter också att projekt och insatser som Samspel 63 är viktiga verktyg för utvecklingen av kulturella och kreativa branscher, men att det är viktigt att man förvaltar dessa insatser och funderar på hur man tar det vidare.

#### **ALLA ÄGG I SAMMA KORG?**

Sport och friluftsliv är en stark dragningskraft och har haft en stor utveckling under de senaste åren. Men det är viktigt att kulturen också får plats. Att enbart fokusera på sport och friluftsliv är att lägga äggen i samma korg.

### **TJÄNSTEMÄNNEN – EN HISS**

Flernivåsamverkan är en viktig roll för tjänstemännen på Regionen. Liknelsen att de är en hiss, att deras roll är att se till att information hamnar där den ska, något som till stor del bygger på och förenklas av personliga relationer.

### **KULTURELLA OCH KREATIVA BRANSCHERNAS NATUR - EN UTMANING**

Kulturella och kreativa branscher blir ofta diskriminerade i samtalen kring näringsliv och företagande då de fungerar på ett annat sätt. De traditionella tankesätten påverkar hur man ser och pratar om de kulturella och kreativa branscherna.

Kunskapen behöver öka hos både tjänstemän och politiker. Att tydliggöra att det finns fler värden som sektorn bidrar med som inte är rena pengar.

De olika företagsformerna inom sektorn kan på olika sätt sätta käppar i hjulen för att få stöd, finansiering och rådgivning.

### **Länets kommuner**

För att få en överblick över kommunernas arbete kring företagsutveckling och framför allt utveckling av de kulturella och kreativa näringarna i länet har vi pratat med näringslivsutvecklare hos de flesta av kommunerna i Jämtlands län.

Det går att slå fast är att alla kommuner är lika olika och de har alla sina unika förutsättningar att arbeta utifrån. Samtidigt finns det vissa likheter kring deras arbete kring de kulturella och kreativa näringarna och utveckling av företagande generellt inom kommunen.

### **RIKTAR SIG TILL ALLA FÖRETAG I KOMMUNEN MEN DET ÄR SVÅRT ATT NÅ UT TILL DEM**

Näringslivsutvecklingen och kulturutvecklingen ligger ofta under samma enhet hos kommunerna. Hos flera kommuner arbetar de väldigt nära varandra.

Utifrån de resurser de har är det svårt att arbeta branschspecifikt utan de välkomnar och arbetar med alla företagare inom samtliga branscher i kommunen. De vill vara tillgängliga och en väg vidare till andra instanser i näringslivet.

En utmaning är dock att nå ut till företag generellt och få dem att förstå vad näringslivsenheterna på kommunerna kan hjälpa till med. Vad de finns till för.

### **FLERA KOMMUNER ÄR MEDVETNA OM DE KULTURELLA OCH KREATIVA NÄRINGARNA**

Hos flera kommuner har det någon gång skett en satsning eller att de deltagit i en satsning kring de kulturella och kreativa näringarna.

Inom varje kommun är det oftast för få verksamma inom kulturella och kreativa näringar för att kunna göra rena branschträffar. Det blir en för stor insats med för liten effekt. De ser därför ett värde att jobba kring detta regionalt.

Kommuner har någon form av näringslivsstrategi men oftast är det i andra strategier som kulturella och kreativa näringar lyfts. Till exempel som en faktor för attraktion och för livskvalitet eller som en del i en besöksnäringstrategi.

## DET FÖRETAGSFRÄMJANDE AKTÖRSSYSTEMET I JÄMTLANDS LÄN

### UTMANING - BEFOLKNINGSUNDERLAGET

En stor utmaning för flera av länets kommuner är en minskande och en åldrande befolkning. De lyfter behovet av att bryta trenden så att de kan öka skatteunderlaget och fortsätta uppfylla sina uppdrag och utveckla kommunen.

### SAMVERKAN

Flera kommuner samverkar med andra aktörer, till exempel Almi och Nyföretagarcentrum, för att kunna skapa företagsträffar och andra kunskapshöjande aktiviteter riktade mot företagare i kommunen.

Via Region Jämtland Härjedalen finns flera samverkansforum mellan kommunerna som till exempel Kommersiell service och näringslivsrådet. Flera av kommunerna lyfter att de inte räcker till men vill. De vill lära känna fler aktörer för att genom samarbeten kunna göra fler saker. De lyfter även möjligheten att samverka genom projekt men också utmaningen med den administration som uppstår vid projekthanteringen. Det är också svårt att veta vilka av alla projekt som är gynnsamma att vara delaktig i eller inte. Det upplevs ofta som att det pågår många parallella projekt.

### FÅ RESURSER ATT RÄCKA TILL

Förutsättningarna och resurserna ser olika ut hos länets alla kommuner men de lyfter alla att det är en utmaning att räkna till. Några lyfter hur det är svårt att arbeta framåtsyftande när resurser saknas, att de arbetar mer reaktivt än proaktivt.

### KULTURELLA OCH KREATIVA NÄRINGAR ÄR VIKTIGA FÖR ATT FOLK SKA VILJA BO KVAR

Några av kommunerna lyfter att de vet att kulturella och kreativa näringar är viktiga för kommunens attraktivitet och viljan att bo, verka och må bra. Härjedalen har identifierat att bristen på kultur är en av anledningarna till att människor flyttar från kommunen. I sitt arbete med att få fler invånare i kommunen och på så sätt en större grund för skatteintäkter finns nu detta som en fokuspunkt. Det öppnar ögonen för att branschen finns och den nytta den tillför. I sitt arbete vill de synliggöra den kultur som finns i Härjedalens kommun och så att de verksamma kan fortsätta långsiktigt.

De lyfter hur kultur är strategiskt för deras bygder och hur kulturscener kan ha flera användningsområden. De vill få fler att testa på aktiviteter, inte bara friluftsliv och idrott. Det ska finnas något för alla vilket kräver samverkan.

På Härjedalens kommun lyfter de även att barn och unga är det viktigaste de har och vill att de som växer upp i kommunen kommer tillbaka om de väljer att flytta till annan ort för att till exempel studera.



Det finns vissa saker som sticker ut hos de olika kommunerna som kommit fram i arbetet med denna förstudie.

**”Kulturen är viktig för att få folk att bo kvar. Vi har inte råd att folk flyttar”**

Härjedalens kommun har också samverkat med Region Jämtland Härjedalen i deras arbete med Plan för Kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2023–2027. Tillsammans har de genomfört företagsbesök och samtal/info med politikerna i kommunen. Detta har upplevts positivt och har ökat insikten och kunskapen hos politikerna.

### KULTURELLA OCH KREATIVA NÄRINGAR INTE DE ENDA FÖRETAGARNA MED ANDRA VÄRDERINGAR

På frågan om hur Åre kommun arbetar med kulturella och kreativa näringar var svaret att de är medvetna om att de finns och att de agerar på andra sätt än traditionella företag men att det gör majoriteten av företagarna i Åre kommun. Det är en kommun full av livsstilsföretagare.

De lyfter även att de har uppstått ett typ av centrum för kulturella och kreativa näringar runt Södra Årefjällen och Undersåker.

Även Krokoms kommun lyfter att de består av många mindre företag där de likt kulturella och kreativa näringar är livsstilsföretagare. Många av deras företagare är nycklar till samhällsservicen ute runt om i kommunen.

### BESÖKSNÄRINGEN - ETT KITT MELLAN KULTUR OCH NÄRINGS-LIV

I samtalet med Krokoms kommun lyfte de hur besöksnäringen har varit kittet mellan kultur och näringsliv, en kanal och ett område att samverka kring.

### STORA ETABLERINGAR ÄTER UPP RESURSER HOS KOMMUNEN

Hos Östersunds kommun har arbetet med stora företagsetableringar i kommunen ätit upp mycket av tjänstemännens tid och resurser. Detta gör det svårare för dem att kunna arbeta med andra frågor kring företagen i kommunen. De förväntar sig att det kommer att fortsätta så framöver, bland annat utifrån utvecklingen kring Försvaret.

### “FÖRENINGSLIVET BYGGER VÅR KOMMUN”

Hos Ragunda kommun finns inte en enda krona budgeterad till kultur i kommunbudgeten. De lyfter hur det är föreningarna som bygger kommunen. Inte bara kring kultur utan de löser många av de samhällsproblem som finns i kommunen.

Leader 3sam är också en viktig part för utvecklingen i deras kommun. De lyfter hur medel genom leadermodellen faktiskt gynnar en bygd, att pengar hamnar där behovet finns.



# Företagsfrämjare i Jämtland Härjedalen

Förutom de företagsfrämjande insatser som sker i offentlig regi så finns det ett flertal företagsfrämjande aktörer i länet som arbetar på olika sätt, med sina målgrupper och inom sitt expertisområde.

## ALMI FÖRETAGSPARTNER MITT

■ Almi företagspartner finns i hela Sverige och drivs i separata dotterbolag. Almi Mitt ägs till 51% av näringsdepartementet och 49% av Region Jämtland Härjedalen.

De arbetar för att bidra till regional tillväxt genom affärsutveckling, såsom företags- och innovationsrådgivning till det privata näringslivet och genom finansiering. De ska komplettera bankerna med företagslån som kräver lägre säkerhet.

I sitt arbete riktar de sig mot en bred målgrupp av företagare, framför allt till de som redan driver företag. I sin affärsutveckling arbetar de med enskilda företagare men ofta i blandade grupper där personerna får mötas, samtala och dela med sig av erfarenheter och utmaningar. Almi har en egen certifiering för sin rådgivare.

De upplever att det är korta kontaktvägar i länet, såsom till Regionen, banker och andra aktörer. Peak Innovations inkubator och Nyföretagarcentrum är några de arbetar nära. I samverkan med andra försöker de vara med där de kan göra skillnad.

## COOMPANION JÄMTLAND HÄRJEDALEN

■ Coompanion arbetar för att främja kooperativt företagande – entreprenörskap som sker på jämlika villkor, där ägande och styrning sker demokratiskt och där hållbarhet ur både socialt, ekonomiskt och miljömässigt perspektiv värnas. Ett arbete resulterar i företag som tar samhällsansvar och skapar positiva samhällseffekter, lokal och regional utveckling samt bidrar till mångfald av ägarmodeller i det svenska näringslivet.

Coompanion finns i hela Sverige med 25 självständiga regionala organisationer som ägs och styrs lokalt. I Jämtland har Coompanion funnits sedan 1988, då som Kooperativ utveckling Jämtland. Idag ägs Coompanion Jämtland Härjedalen av Regionen, samtliga av länets kommuner och ett antal lokala kooperativa företag.

Coompanion Jämtland Härjedalen arbetar med utveckling av socialt och kooperativt entreprenörskap och företagande. Detta gör de genom rådgivning, information och utbildning samt utvecklingsprojekt.

Företagsrådgivningen för nystartade kooperativa företag är kostnadsfri och finansieras utifrån Coompanions uppdrag från svenska staten.

Coompanion runt om i Sverige



har på många olika sätt arbetat med de kulturella och kreativa näringarna. Coompanion är vana att arbeta med människor som vill driva företag utifrån andra sätt än den traditionella affärslogiken och med andra drivkrafter.

Utifrån de kulturella och kreativa näringarnas dragningskraft till samarbete och samverkan är den kooperativa företagsformen ofta gynnsam.

## GAALTJE

■ Är ett sydsamiskt kulturcentrum och museum beläget i Östersund och bedriver verksamhet i hela Saepmie, nationell och internationellt. Gaaltje är en viktig samisk institution och part för frågor relaterade till det samiska samhället. De arbetar med att sprida kunskap och information om det samiska samhället och den samiska kulturen. Genom detta är de en viktig röst för de samiska näringarna som, liksom kulturella och kreativa näringar, växer som ringar på vattnet kring kärnan av de traditionella samiska näringarna såsom renskötseln.

### GOMORRON ÖSTERSUND

■ Genom coworking och community erbjuder Gomorron Östersund startups, entreprenörer, visionärer och entusiaster en plats att skapa förändring och utveckla affärer tillsammans i en kreativ miljö. Genom fysiska lokaler i Östersund, initiativ som the Remote Lab och Samverket arbetar de med utvecklingen av remote work och samhällsutveckling. Samverket är en utveckling av samverkan mellan olika verksamheter inom den offentliga sektorn via gemensamma arbetsplatser.

Något de lyfter som det viktigaste för att lyckas med de upplägg som används för både Gomorron Östersunds coworking och Samverket är vikten av en facilitator som finns på plats. som ser till att allting rullar och är kittet mellan communitys medlemmar.

Gomorron Östersund är tydliga med att de försöker driva samhällsutveckling, där är det ena benet inte viktigare än det andra. De lyfter hur kulturen är kittet i samhället, den skapar möten och nya perspektiv. Att det är fundamentalt för människor att ha kultur omkring sig.

De har alltid haft någon verksam inom de kulturella och kreativa näringarna inom sin community och är positiva till att fler börjar hitta till dem. De vill gärna ha fler kulturtövare i sina lokaler. De sitter på är en plattform att jacka i, de har resurser att dela med sig av och sammanhang att vara del av. De är övertygade om att det kommer tillbaka mycket av samarbeten, att det finns en stor payback.

### HUSHÅLLNINGSSÄLLSKAPET

■ Hushållningssällskapet Jämtland är en fristående och oberoende rådgivningsorganisation. Med kompetens inom ekonomi, växtodling, husdjur, energi, evenemang, livsmedelsproduktion och affärsutveckling med syfte att främja utvecklingen av lantbruk och landsbygder.

De erbjuder tjänster inom bland annat ekonomi, juridik och rådgivning och genomför projekt och evenemang.

### IUC Z-GROUP

■ IUC Z-GROUP är ett industriellt utvecklingscentrum med uppdrag att stärka tillväxt och konkurrenskraft i industriföretag i Jämtland och Härjedalen. De är en medlemsägd organisation utan eget vinstintresse och ägs idag av ett 70-tal tillverkande företag i Jämtland län.

IUC Z-GROUP är en resurs att tillgå för länets industri på både kort och lång sikt. Deras basuppdrag är att tillhandahålla utbildningar, organiserar olika nätverk och stötta delägare med upphandling av gemensamma leverantörsavtal. De arbetar även för att vara en neutral mötesplats mellan näringslivet, akademien och den offentliga sektorn.

### MIUN INNOVATION

■ Sedan 2009 har det funnits ett innovationskontor på varje universitet i Sverige, enligt statligt beslut, som en del i att skapa hållbar tillväxt. På Mittuniversitetet finns MIUN Innovation, som en del av universitetets Forskning och utbildningsstöd. Där arbetar forskningsrådgivare, projektkoordinator och

innovationsrådgivare vilka utgår från både Campus i Sundsvall och Campus i Östersund.

MIUN Innovation är ett stöd för studenter, forskare och anställda genom vägledning, kunskap och verktyg för ett nyttiggörande genom innovativa utvecklingsprocesser.

Bland annat stöttar de forskare kring innovation och utveckling i projektansökningar och de riktar sig även till studenter på universitetet. I tolv utbildningar på Mittuniversitetet finns det involverat "Entreprenörskap i utbildning."

De finns tillgängliga och fångar löpande in idéer från studenterna på universitetet och hjälper dem att utveckla idéerna vidare.

### NYFÖRETAGARCENTRUM

■ Nyföretagarcentrum finns runt om i hela Sverige och erbjuder kostnadsfri rådgivning till personer som är på väg att starta eller har nystartade företag.

Nyföretagarcentrum Jämtland Härjedalen startade 2010 och är en ideell förening som finansieras av länets kommuner men också till stor del av det privata näringslivet.

Grundtanken i Nyföretagarcentrum är att det ska vara rådgivning från företagare till företagare. Det innebär att de inte har några anställda men arbetar med 6-7 rådgivare runt om i länet, från Hede till Strömsund.

I sin verksamhet riktar de sig till alla som vill starta företag. Den röda tråden i rådgivningen är att skapa en affärsplan och budget, en grund som är till nytta i kontakt med finansiärer och för att kunna få starta-eget-bidrag från Arbetsförmedlingen.

## FÖRETAGSFRÄMJARE I JÄMTLAND HÄRJEDALEN

- ▶ De flesta de möter är levebrödsföretag, företagare som vill kunna leva på det de gör, tillväxten är inte i fokus.

Under 2022 var det 51% kvinnor som tog del av i deras rådgivning. 42% av deltagarna var under 35 år. 84% av de som deltar i Nyföretagarcentrums verksamhet och startar företag driver fortfarande företag efter tre år.

### PEAK INNOVATION

■ Peak Innovation Science Park är en mötesplats för nya idéer, entreprenörer och startups med ambitioner att skapa morgondagens företag.

Peak Innovation ägs av stiftelsen Zenit, Region Jämtland Härjedalen, Krokoms kommun, Åre kommun, Östersunds kommun och Samling Näringsliv. Deras uppdrag är att stimulera uppkomsten av nya företag, utveckla befintliga företag och organisationer med mål att stärka länets konkurrens- och attraktionskraft och skapa en långsiktig hållbar tillväxt för företag, kapital och människor.

Detta gör de utifrån sina två ben, företagsutveckling och projektarenan. Genom sin förinkubator och inkubator riktar de sig mot företag som har potential och vill växa. Ett antal bolag deltar varje år i Peaks Startup-program där affärsrådgivare coachar och matchar bolagen med affärsrådgivare, experter,

erfarna mentorer och finansiärer.

Peaks projekt ska fokusera på att utveckla Jämtland Härjedalens näringsliv genom att samordna regionens innovationsarbete, utveckla möjligheter, kunskap och erfarenheter genom nationella och internationella nätverk samt driva innovationsprojekt där företag, akademi och offentlig verksamhet samverkar.

### SAMLING NÄRINGSLIV

■ Samling Näringsliv är en organisation som samlar en stor del av näringslivet i Jämtland och Härjedalen för att kunna representera dessa med en samlad röst. Runt 100 företag och organisationer är medlemmar i Samling Näringsliv. De arbetar för att skapa ett ännu bättre företagsklimat i länet med syfte att skapa tillväxt och utveckling.

Samling Näringsliv har identifierat hur de kulturella och kreativa näringarna bidrar till tillväxt genom behovet av kultur för att få folk att stanna och vilja bo kvar i länet.

Genom föreningen Kulturkunskaperna engagerar sig Samling Näringsliv för att skapa en neutral mötesplats för kulturella och kreativa näringar och övriga näringslivet för att öppna upp för ett bredare samtal.

Samling Näringsliv försöker att öka mognadsgraden hos sina medlemmar och uppmärksamma dem

på att de kulturella och kreativa näringarna finns. Tidigare har de även gjort satsningar riktade mot kulturella och kreativa näringar genom att skapa ett branschforum där Samling Näringslivs medlemmar och verksamma inom kulturella och kreativa näringar i länet kunde mötas, utbyta idéer och skapa samarbeten. Denna satsning avslutades då det inte kom något ut ur träffarna. Det pratades mest visioner och skapades sällan verkstad.

### TORSTA

■ Torsta AB är ett mångfacetterat företag med fokus på de gröna näringarna. Bland annat bedriver de gymnasieutbildning inom naturbruk på uppdrag av Jämtlands Gymnasieförbund men de arbetar också med landsbygdsutveckling och för att utveckla de gröna näringarna och stärka deras konkurrenskraft i Jämtlands län. Detta för att ta vara på de utvecklingsmöjligheter som finns på landsbygden så att livs- och utkomstmöjligheterna förbättrar för landsbygdens invånare.

Torsta är en viktig plats som speglar länets kulturarv inom jord- och skogsbruk. Dels den fysiska platsen som sådan, men också det arbete som görs och gjorts. Vilket är viktigt för Torsta att berätta om, utveckla och värna.

### ... och många många fler företagsfrämjare i länet

■ Det finns många fler företagsfrämjande aktörer i Jämtlands län än de som är ovan nämnda. På flera ställen i länet finns co-working-aktörer som Fjällhubben i Vemdalen och Funäsdalen och House Be i Åre. Det finns ett flertal branschorganisationer och företagarföreningar, både regionala och lokala, samt olika forum och nätverk.

Alla är viktiga och bidrar till utvecklingen i Jämtlands län. Det är en utmaning att kartlägga och ge en samlad bild av alla aktörer.

# Förutsättningarna hos det företagsfrämjande systemet i Jämtland län för att stötta kulturella och kreativa näringar

”*Vi måste lära oss att samarbeta – vi tror att vi kan det men det kan vi inte.*”

*Aktör inom det företagsfrämjande systemet.*

Det finns en vetskap om kulturella och kreativa näringars kraft för att människor ska vilja bo på en plats.

Det finns aktörer som lyfter hur kulturen är kittet i samhället och att det är fundamentalt för människor att ha kultur omkring sig. Det bidrar till att folk skriver sig i länet, vilket ökar skatteintäkterna - något som behövs i många kommuner.

De lyfter hur kultur har hamnat i bakvattnet då länet arbetat med starka USPar, som friluftsliv och idrott, men att det närmar sig en brytpunkt där kulturen är otroligt viktig för att få fler människor att bo och verka i länet.

”*Kulturen kan ge oss stora möjligheter – den kommer att spela roll.*”

*Representant företagsfrämjare.*

## **Kunskap, kompetens om och kommunikation med de kulturella och kreativa näringarna**

De företagsfrämjande aktörerna är medvetna om att det finns verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna i länet men upplever det som en utmaning att nå ut till dem. Bland annat att det är en utmaning med språket kring företagande versus kultur.

Flera lyfter också att de tycker att det är en barriär att de upplever att verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna ”*inte får kapitalisera, att de förlorar det skapande*”. De funderar på ”*hur får man kulturen att agera som ett aktiebolag*”.

De upplever också att det är svårt att skaffa sig en bild över sektorn, att den är splittrad då många gör olika saker och fungerar på olika sätt och har olika förutsättningar, tex mathantverkare och dansare. Att det finns en problematik i uppdelningen av kulturnäringen som näring.

Några, men inte alla, av aktörerna lyfter hur de tror på att förändring måste komma från gruppen själv. Att de måste vara med och formulera och komma med förslag kring vad som behövs göras. Att man som företagsfrämjande aktör inte kan komma och säga vad som ska finnas och göras.

### **Hur bryter vi barriären – avsaknad av samordningsfunktion kring kultur och näringsliv**

Några av aktörerna lyfter att det finns stora förutsättningar i länet kring samverkan mellan kulturella och kreativa näringar och övriga näringsliv men att de inte lyckas bryta barriären.

De tror att det finns ett stort kunskapskapital inom sektorn som inte används och att det finns många intressanta aktörer inom sektorn som de inte vet om.

Avsaknaden av en samordningsfunktion har lyfts och att det krävs tid för att samverkan ska ske. Det är också viktigt med en forskningsmiljö där Mittuniversitetet bör vara en drivande motor.

### **Bredd i expertis och branschområden & nätverk**

I Jämtlands län finns en stor bredd av expertis hos de olika företagsfrämjarna. Det finns aktörer inom många olika branscher och kunskapsområden. Tillsammans sitter de på ett enormt nätverk.

Även om det är få som arbetar riktat mot just kulturella och kreativa näringar så finns tillsammans resurser och kunskap att täcka upp.

De lyfter själva att det är lätt att hamna i stuprör och att "korsbefruktning behövs".

### **Lokalisering**

Flera av de företagsfrämjande aktörerna kommunicerar att de arbetar över hela länet men tittar man på var de befinner sig är majoriteten av de regionala företagsfrämjarna baserade i Östersund. Detta gäller även var Region Jämtland Härjedalens tjänstemän utgår ifrån.

NyföretagarCentrum är en av de aktörer som faktiskt finns baserade i de flesta av länet kommuner genom sina rådgivare.

### **Utmaning med resurser och långsiktig finansiering**

Flera av de företagsfrämjande aktörerna lyfter resurser och långsiktig finansiering som en av sina största utmaningar och att det är svårt att räkna till för alla med de resurser de har. Flera av aktörerna är till stor del projektfinansierade och offentligt finansierade vilket ger en ovisshet om hur verksamheten kommer se ut långsiktigt.

### **Finns det en stödstruktur i länet för kulturella och kreativa näringar?**

Det dyker upp initiativ och projekt för att stötta de kulturella och kreativa näringarna, så som Regionens aktuella interregprojekt Samspel 63. Det saknas dock en tydlig stödstruktur för de kulturella och kreativa näringarna i Jämtland län.

Det innebär inte att det inte finns aktörer som arbetar främjande kring näringarna. En viktig aktör för kulturverksamheter och verksamma inom de kulturella och kreativa näringarna är de olika studieförbunden runt om i länet som agerar både arrangör och möjliggörare.

Det finns även tre folkhögskolor i länet som också är viktiga för utvecklingen och kompetenshöjningen inom sektorn. Birka, Bäckedal och Åredalens Folkhögskolor har alla sina nischer och utbildningar.



Utöver dessa och tidigare nämnda aktörer lyfter Region Jämtland Härjedalen i Plan för Kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2023-2027 några andra aktörer och sammanhang som är viktiga för utvecklingen av sektorn i länet. Dess är:

- AF kultur och media
- Arkivet i Östersund – Föreningsarkivet i Jämtlands län och Riksarkivet i Östersund
- Business Sweden
- Centrumbildningar i norr
- Eldrimner
- Handelskammaren Mitt
- Kultur i Norr
- Leader (Skog, sjö och fjäll, 3sam 2.0)
- Länsstyrelsen
- Matakademien JH
- Mittuniversitetet
- Nordiskt Centrum för Kulturarvspedagogik (NCK)
- Regionala nätverket för KKN
- Stiftelsen Jamtli
- ViermieK
- Vinnova
- Nationella myndigheter som exempelvis Tillväxtverket, Kulturrådet, Konstnärsnämnden, Filminstitutet, Riksantikvarieämbetet, Boverket, Kulturanalys, Tillväxtanalys m.fl.

## REFERENSER

- Analysportal Norr, 2023, Uppföljning av kulturella och kreativa branscher (KKB) Jämtlands län, <https://analysportalnorr.se>
- Carlos Freire-Gibb, Lucio & Nielsen, Kristian. 2014. Entrepreneurship Within Urban and Rural Areas: Creative People and Social Networks, *Regional Studies*, 48:1, 139-153,
- Eriksson, Ylva. 2019. Kulturella och kreativa företag utanför urbana områden. Mittuniversitetet
- Eriksson, Ylva & Ernehed, Kristina, 2019, KKN <3 RUS, Region Jämtland Härjedalen
- Florida, Richard. 2012. The rise of the creative class – Revisited. New York: Basic Books
- Jonsson, Gun & Skoglund, Wilhelm. 2012. The potential of cultural and creative industries in remote areas. *Högskolan i Borås, Nordisk Kulturpolitisk tidskrift*, vol 15, nr 2 2012.
- Haglund, Stina. 2023. Inkluderande Innovationssystem, rapport Coompanion Jämtland Härjedalen
- Kania, John & Kramer, Mark, 2011, Collective impact, *Stanford Social Innovation Review*
- Karlsson, David. 2014. En kulturutredning: pengar, konst och politik. Glänta Produktion.
- Karlsson, David & Lekvall, Lotta. 2002. Den ofrivillige företagaren – en studie av ekonomi, Kultur och företagande. Nätverkstan Kultur Väst
- Korkman, Sixten, Suomen Kulttuurirahasto, Kulturtes-tarna, 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=hxI-17VRUF4&t=1s>
- Lindqvist, Katja, 2023, Utvecklingsarbete kring kulturella och kreativa näringar - drivkrafter, processer och samspel. Nordic academic press
- Olofsson, Maud, Adelshon Liljeroth, Lena. Tid för kultur, proposition 2009/10:3 <https://www.regeringen.se/49bb92/contentassets/5afd813ffae94dae91e9db0f8725c3b6/tid-for-kultur-prop.-2009103>
- Persson, Göran, Sahlin, Mona. Strategiska utmaningar – En vidareutveckling av svensk strategi för hållbar utveckling. Skr. 2005/06:126
- Raffo, Carlo, O'Connor, Justin, Lovatt, Andy & Banks Mark. 2000. Attitudes to Formal Business Training and Learning amongst Entrepreneurs in the Cultural Industries: Situated business learning through 'doing with others', *Journal of Education and Work*, 13:2, 215-230, DOI: 10.1080/713676987
- Rae, David. 2004. "Entrepreneurial learning: a practical model from the creative industries", *Education + Training*, Vol. 46 Issue: 8/9, pp.492-500, DOI: 10.1108/00400910410569614
- Region Jämtland Härjedalen, Regional utvecklingsstrategi (RUS) Jämtlands län 2050 - En nytänkande och hållbar region att leva, verka och utvecklas i (RS/870/2020)
- Region Jämtland Härjedalen, Plan för Kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2023-2027. (Dnr RUN113/2022)
- Region Jämtland Härjedalen, Regional kulturplan för Jämtland Härjedalen 2024-2027. (Dnr run/12/2021)
- Statens offentliga utredningar, SOU 2022:44, Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher, ISBN 978-91-525-0449-9 (pdf)
- Stiftelsen Gaaltje. 2023. Med samiska perspektiv på regional utveckling i Jämtland Härjedalen.
- Throsby, David. 2008. The concentric circles model of the cultural industries, *Cultural Trends* 17:3, 147-164, DOI: 10.1080/09548960802361951
- Tillväxtverket. 2018. Kreametern – analysrapport #1., Rapport 0259. Stockholm
- Zambrell, Karin. 2007. Kulturarbetaren i en tillväxtbaserad diskurs, Kartor över kulturella ekonomier, I
- Aronsson, Lars, Bjälesjö, Jonas & Johansson, Susanne (red.) Kulturell ekonomi – skapandet av värden, platser och identiteter i upplevelse-samhället. Studentlitteratur, Lund.
- WSP Advisory. 2019. Strukturanalys för Jämtlands län – Regionala förutsättningar i Jämtland och Härjedalen.

## BILAGA 1 - GENOMFÖRDA MÖTEN, DELTAGANDE I KONFERENSER OCH ANDRA SAMMANHANG.

2023		2024	
26 maj	Samverkansmöte förstudier, Coompanion jämtland Härjedalen, IUZ-Z Group, Peak Innovation, Torsta AB	8 januari	Kultur och kreativitet som näringsliv, presentation förstudie för Sundsvalls kommun hos Gomorron Östersund, Coest AB
26 juni	Samverkansmöte förstudier, Coompanion jämtland Härjedalen, IUZ-Z Group, Peak Innovation, Torsta AB	17 januari	Erfarenheter Ovasjon, Kultur och bildning, Region Jämtland Härjedalen
7 juli	Linda Forss, Hållbar tillväxt, Region Jämtland Härjedalen	23 januari	Gomorron Östersund
25 augusti	Årsmöte, Kulturkunskaparna ideell förening	25 januari	Katapult kulturinkubator, Subtopia, Alby
20 september	Undantaget Scenkonstförening	29 januari	Professionella utövare inom KKN i Jämtlands län, Artist fika
25 september	Tullgatan 6 ekonomisk förening	29 januari	Samverkansmöte förstudier, Coompanion jämtland Härjedalen, IUZ-Z Group, Peak Innovation, Torsta AB
26 september	Samverkansmöte förstudier, Coompanion jämtland Härjedalen, IUZ-Z Group, Peak Innovation, Torsta AB	31 januari	NyföretagarCentrum Jämtland Härjedalen
27 september	Heimbygda	9 februari	Samverkansmöte förstudier, Coompanion jämtland Härjedalen, IUZ-Z Group, Peak Innovation, Torsta AB
3 oktober	High coast creative		
4 oktober	Studion Åre		
4 oktober	Anja Skålen, Näringsliv, Åre Kommun	14 februari	Frukostsamtal Konstnär i kulturella och kreativa branscher - Konst och alternativa finansieringsformer. Misschiefs, Konstkonsulenterna
13 oktober	La Random Company	15 februari	Workshop - Hur kan Ai underlätta kulturadministration?, Undantaget Scenkonstförening
19 oktober	Samverkansmöte förstudier, Coompanion jämtland Härjedalen, IUZ-Z Group, Peak Innovation, Torsta AB, Hållbar tillväxt Region Jämtland Härjedalen	19 februari	Seminarium, Bilden av en företagare, Stina Haglund, Coompanion Jämtland Härjedalen
28 oktober	Finansieringsforum för kulturella och kreativa branscher, Hållbar tillväxt och Kultur och bildning, Region Jämtland Härjedalen	27 februari	Samverkansmöte förstudier, Coompanion jämtland Härjedalen, IUZ-Z Group, Peak Innovation, Torsta AB
31 oktober	Konstkollektivet	5 mars	Carina Otterfalk, Näringsliv, Östersunds kommun
2 november	Linda Forss, Hållbar tillväxt, Region Jämtland Härjedalen	5 mars	Gunilla Gisslén, Louise Öhnstedt, Erika Jonsson, Krokoms kommun
8-9 november	Studieresa Hilmarfestivalen i Steinkjer, Kultur och bildning, Region Jämtland Härjedalen	6 mars	Frukostsamtal Konstnär i kulturella och kreativa branscher - Är kulturella kreativa branscher ett bra sätt att etablera konsten inom näringslivet?, Lars Strannegård Handelshögskolan, Konstkonsulenterna
13 november	Ovasjon affärsutveckling, Kultur och bildning, Region Jämtland Härjedalen, Tindved Kulturnaeringshage	7 mars	Almi företagspartner
16 november	Känslan av KKN i Härjedalen, Verksamma kulturutövare i Härjedalen	8 mars	MIUN Innovation
17 november	Samverkansmöte & dialog, Finansiering och stöd, Hållbar tillväxt och Kultur och bildning, Region Jämtland Härjedalen	11 mars	Lena Håkansson, Näringsliv, Bergs kommun
23 november	Cross Con - The international Cross innovation conference, Subtopia, Alby	13 mars	Linnea Rohlin, Helena Åkerlind, Näringsliv, Härjedalens kommun
6 december	eXpression, Umeå	15 mars	Helena Boström, Näringsliv, Bräcke kommun
8 december	Hub063	21 mars	Anna-Märta Johansson, Näringsliv, Ragunda kommun
14 december	Samverkan scenkonst, Undantaget Scenkonstförening	26 mars	Samverkansmöte förstudier, Coompanion jämtland Härjedalen, IUZ-Z Group, Peak Innovation, Torsta AB
19 december	Samling Näringsliv		Go Business, Norrbotten
21 december	Samverkansmöte förstudier, Coompanion jämtland Härjedalen, IUZ-Z Group, Peak Innovation, Torsta AB	4 april	Frukostsamtal Konstnär i kulturella och kreativa branscher - Vad betyder kulturella och kreativa branscher för konstnärer? Sonia Hedenstrand, Konstnär, Eva Månsson, KRO, Konstkonsulenterna
		10 april	
		12 april	Maja Blomqvist, Kultur och bildning, Region Jämtland Härjedalen



# COMPANION

KOOPERATIV UTVECKLING



Medfinansieras av  
Europeiska unionen