

Den kreativa sektorn
en studie av Norrköping



Inledning/Förord

Regionförbundet Östsam arbetar med regional utveckling. Kulturen är ett av de områden, som vi pekar ut som en särskilt viktig resurs i detta arbete. Hur kulturen kan bidra till utvecklingsarbetet beskrivs i det regionala utvecklingsprogrammet (RUPEN) och i det kommande regionala kulturprogrammet.

Innan Regionförbundet Östsam tog över ansvaret för de regionala kulturfrågorna så var det Landstinget som hade detta. Med övertagandet följde ett stort och viktigt förvaltningsansvar för den kulturella infrastrukturen i regionen, en struktur som i Östergötland till stor del bärs av ett antal kulturinstitutioner. Dessa fortsätter att lägga grunden för de regionala kultursatsningarna, men förändringar i omvärlden gör att också institutionernas uppdrag och funktion förändras.

Vid sidan av institutionerna finns det ett

stort, mångsidigt och innehållsrikt utbud av kultur. Kulturutbudet produceras av ett myller av aktörer, som ibland finansieras med offentliga medel, ibland med privata eller ideella resurser. Kulturen tar allt större plats i samhället och människors liv, inte minst genom utvecklingen inom medieområdet. Gränserna för kulturområdet vidgas och det blir samtidigt allt svårare att dra skarpa gränser mot andra samhällsområden. I dag växer efterfrågan på upplevelser, som allt oftare utgår från någon form av kulturellt skapande. Det är en spännande värld vi är på väg in i, och kulturen kommer att ha stor betydelse för hur den världen ser ut.

När man arbetar med utvecklingsfrågor måste man ha bra planeringsunderlag att utgå från. För att förstå hur kulturen utvecklas har vi varit tvungna att börja beskriva det kultu-

rella landskapet på andra sätt än tidigare. Vi försöker se kulturen i hela dess bredd och alla aktörer som är verksamma där. Den tradition som vi ansluter till kallas ”cultural planning” och är vanlig i flera andra länder, som t ex Storbritannien. I Sverige är det några regioner som har börjat arbeta på det här sättet, men efterhand som allt flera regionförbund tar fram egna RUPAR blir det också fler och fler som närmar sig det här arbetssättet.

I Östergötland har vi arbetat oss in i metoden, men också gjort en provstudie i ett av de kanske bästa exemplen på kreativa miljöer som vi har, nämligen Norrköpings innerstad. Den här presentationen ger en översiktlig bild av metoden och av resultaten från provstudien i Norrköping. Samtidigt fortsätter arbetet med att kartlägga resten av Östergötlands kommuner.

Vår förhoppning är att det ska finnas ett riktigt bra och spännande planeringsverktyg att utgå från för våra politiker när de ska formulera visioner och utvecklingsstrategier för den kommande mandatperioden.



Peter Karlsson
Kulturchef
Regionförbundet Östsam

Inledning/bakgrund. Koll på kulturtillgångar

Kultur skapar ett öppet, attraktivt och nyskapande klimat som bidrar till samhällsutveckling och har stor betydelse för ett land, en region eller en stad. Kreativitetens värde och betydelse är något som man alltmer har börjat uppmärksamma internationellt, nationellt och regionalt.

Kulturens roll och potential varierar beroende på sammanhang och område. För att bevara, vårda och utveckla våra kulturella resurser och för att kunna använda kulturen som utvecklingskraft krävs kunskap. Kunskap om kulturens omfattning, struktur, organisation, värde och roll i en viss region eller kommun. För att få en helhetsbild av vår kompetens, våra resurser och utvecklingsmöjligheter behövs ett brett perspektiv som förutom själva skapandet inkluderar stöttande verk-

samheter som material, reproduktion, distribution och utbildning. Detta breda synsätt går under namnet Den kreativa sektorn.

Trots aktualiteten och att handel med kulturella varor och tjänster har ökat de senaste åren, är den kreativa sektorn fortfarande ett relativt outforskat område. Det kan bland annat bero på svårigheterna att göra kvantifierbara analyser och mätningar av kulturens ekonomiska bidrag och värde i att skapa livskvalitet. Ytterligare anledningar till att kulturen inte har setts som betydelsefull för regional utveckling är att det har saknats kunskap om relationen mellan kulturproduktion, kulturkonsumtion och regional utveckling. En annan anledning kan vara att sektorn uppfattas som en offentlig angelägenhet som är



FOTO: JAN EKBOM

skattesubventionerad. Under senare år har dock politiker, forskare och beslutsfattare börjat få upp ögonen för och betonat kulturens ekonomiska och sociala betydelse för regional utveckling och tillväxt. Många av Sveriges regioner betonar dessa frågor, dock är målen många gånger otydliga och kunskapen är bristfällig om kulturens effekter, processer, och drivkrafter.

Förr var naturtillgångarna en förutsättning för tillväxt idag har kreativa kunskaper och färdigheter en stor betydelse för utveckling. Den kreativa sektorn bidrar med kompetens, inspiration, kunskap, upplevelser och produkter. Det är därför lika viktigt att ha kunskap om dessa faktorer för att möjliggöra en långsiktig planering och utforma utvecklingsstrategier.

Vi har i vårt arbete utvecklat ett undersöknings- och analysverktyg som kan bidra till att synliggöra och ge större förståelse av det område vi har valt att kalla den kreativa sektorn.



Varje region är beroende av andra regioners styrka och framgång liksom kommunerna i en region är beroende av varandra.



FOTO: HELENE JONSSON

Syfte och mål. För att veta måste man leta

Vi vill synliggöra den kreativa sektorns omfattning, bredd, struktur, kompetens och värde, men också skapa förståelse för sektorns styrkor, utvecklingspotential och behov.

Målet har varit att arbeta fram ett undersöknings- och analysverktyg som är flexibelt och applicerbart på olika verksamhetsfält och geografiska områden. Detta verktyg har vi sedan använt och prövat på Norrköping. En spännande kommun med ett brett kulturliv och intressanta kopplingar mellan teknik, medier och kultur samt mellan näringsliv, forskning/utbildning och offentlig verksamhet.

Mer långsiktigt hoppas vi att arbetet kan bidra till ökad erfarenhet och kunskap om den kreativa sektorn. Vår förhoppning är att materialet ska underlätta utvecklandet av gemensamma strategier samt att det ska stärka infrastrukturen i form av samarbeten och kompetensutveckling.

Materialet är tänkt att vara ett verktyg för politiker och tjänstemän inom offentlig sektor, sektorns verksamma samt privata, ideella och offentliga aktörer som är berörda.



FOTO: JAN EKBOM

Undersökning.

En kreativ bild av Norrköping



FOTO: HELENE JONSSON

Norrköping är ett kreativt område med ett rikt kulturliv med etablerade kulturinstitutioner, företag, utbildningar, fria kulturaktörer och ett aktivt föreningsliv. Både inom universitetsvärlden och företagsvärlden finns det ett tvärvetenskapligt och tvärmedialt tänkande som stimulerar innovationer, nya perspektiv och idéer. Det finns ett fokus på media, kultur och teknik. Universitetet bidrar med ny kompetens, kunskap och färdigheter genom nyexaminerade studenter och nyskapande forskning. Detta är en stor tillgång för kommunen och aktörerna inom den kreativa sektorn i Norrköping.

Aktörer, anställda och omsättning

Den kreativa sektorn utgörs av närmare 900 privata och offentliga aktörer i Norrköping, vilket motsvarar 12 procent av det totala antalet arbetsplatser. Det finns en tydlig koncentration av aktörer i centrala Norrköping, mer än en tredjedel av dem finns just där. Norrköpings kreativa sektor omsätter runt tre miljarder per år och i likhet med företagsstrukturen i allmänhet dominerar sektorn av få stora aktörer och många små. De existerande verksamheterna

spänner från större industrialiserade verksamheter till mindre produktbetonade.

Norrköpings kreativa sektor har cirka 3000 anställda och utöver det ett osäkert antal tim- och korttidsanställda. Det är även karaktäristiskt att många arbetsställen har få anställda samt att det finns ett stort antal deltidarbetande inom den kreativa sektorn. Drygt två tredjedelar av de anställda inom den kreativa sektorn är heltidsanställda och cirka en fjärdedel är deltidanställda. 90 procent av den kreativa sektorns arbetsplatser har under tio anställda och två tredjedelar 2/3 är enmansföretag. Den lokala och regionala anknytningen är stark. De flesta av verksamheterna föredrar att rekrytera sin personal samt köpa varor och tjänster lokalt och regionalt. Många arbetsställen finns även bara i Norrköping och har sitt huvudkontor där.

Privat, ideell eller offentlig, vem bryr sig om organisationsform?

Den kreativa sektorn har olika organisations- och finansieringsformer beroende på verksamhetsområde. Vi har tittat på den kreativa sektorn utifrån organisationsformerna ideell, offentlig och privat. Inom

Norrköpings kreativa sektor är fyra femtedelar av arbetsställena privata företag (fysiska personer, handels- och kommanditbolag och aktieföretag). Andra organisationsform är ideella föreningar och en mycket liten andel är offentliga enheter, dessa är dock oftast stora med många anställda. Offentlig sektor, privat näringsverksamhet och ideell verksamhet är olika starka inom olika delar av den kreativa sektorn. De olika finansieringsformerna kompletterar och interagerar med varandra. Vi ser exempelvis att kulturarvsområdet domineras av offentliga och ideella aktörer medan medie- och konstområdet domineras av privata. Därför har en indelning efter dessa områden gjorts i studien.

Det som kännetecknar den kreativa sektorn är ett gränsöverskridande när det gäller organisation, finansiering och samarbeten. Just detta speglar användarens/konsumentens gränslösa syn på resultatet. Det är inte viktigt vem som ligger bakom utan bara att resultatet är bra. ▶

Utbildningar – en förutsättning för utveckling

Utbildningarna är viktiga för den kreativa sektorns utveckling. I Norrköping finns ett 40-tal utbildningar, från gymnasie- till högskolenivå, med anknytning till den kreativa sektorn. De flesta utbildningarna återfinns inom medie- och konstområdet. Inom kulturarvsområdet saknas utbildningar, endast enstaka kurser finns. Studieförbunden har ett stort kursutbud och spelar en viktig roll för utbildning men även för fortbildning inom den kreativa sektorn. Studieförbunden erbjuder ett blandat utbud på ungefär 450 kurser. För många av sektorns verksamheter är det dessutom av stor betydelse att ha närhet till ny kompetens samt att ha möjlighet till samarbete med högre utbildning.

Många ideella aktörer

Föreningslivet utgör en stor och betydande del av den kreativa sektorn. Det finns cirka 400 verksamheter i Norrköping. Detta är ett outforskat område som på ett komplext sätt skapar ett värde. Ett värde som dock är väldigt svårt att mäta och analysera. I vår studie har vi bara skrapat på ytan. Detta har varit tillräckligt för att se att det finns stor potential och stora resurser inom ideell kulturverksamhet. Vidare studier kring Norrköpings och Östergötlands föreningsliv skulle kunna bidra till att utveckla kulturområdet.

Hur nya verksamheter startas

De som startar en ny verksamhet har ofta bedrivit någon form av liknande aktivitet tidigare. Det kan exempelvis vara företag som ombildats, avknoppningar från andra företag eller att man tidigare bedrivit verksamhet ideellt. Andra anledningar till att starta upp en verksamhet är att man ser ett samhällsbehov eller att man helt enkelt vill ha sysselsättning inom sitt eget intresseområde men att det inte finns någon anställning att få.

En näringsgren som behöver insatser

För att förstå en stads framgångar behöver man se till mer mjuka faktorer och siffrorna som presenteras ovan ger en fingervisning om var det finns utvecklingsmöjligheter samt hur och var man skulle kunna stödja och satsa resurser. Norrköping är en stad som erbjuder en kreativ miljö för både företag och människor. Det finns många företag, föreningar och offentlig verksamhet som bidrar till och stöttar och utvecklar den kreativa sektorn i Norrköping. Det här är ett sätt att synliggöra dem på och nu återstår arbetet med att göra rätt insatser för att öka tillväxten inom den kreativa sektorn och se den som den näringsgren den faktiskt är.



FOTO: JAN ERBOM

Kontext. Kultur + ekonomi = sant

De flesta är nog medvetna om hur svårt det är att analysera faktorerna eller uppskatta det ekonomiska och sociala värdet av kultursatsningar. Vissa är svårare att mäta och värdera än andra. Många gånger är det ekonomiska värdet indirekt och bidrar i stället till ekonomisk utveckling inom andra näringsgrenar.

Den kreativa sektorn och dess näringar tillskrivs idag en allt större betydelse för regional tillväxt och utveckling. För att förstå framgångar och motgångar måste man söka svar i mer mjuka utvecklingsfaktorer. Det har fått lite utrymme i tidigare forskning.

One of the main reasons behind this trend is the fact that "hard factors" (such as economic structures, labour costs, property prices, etc) alone can not explain the success or the decline of regions.

RAINER DANIELZYK OCH GERALD WOOD

Det finns flera samband mellan kultur och ekonomisk tillväxt. Nedan presenteras några av dem:

- **Att det finns växande kulturnäringsgrenar**
Kultur är en sektor med olika branscher, personal och företagande som skapar ett värde liksom andra branscher och sektorer. Precis det vi sett i vår undersökning

- **Att en kulturellt attraktiv region attraherar resurser**
Kulturen kan vara en attraktionsfaktor som bidrar till ekonomisk tillväxt genom att produktionsresurser, företag, turister och inflyttare attraheras till kommunen eller regionen.
- **Att ett rikt kulturliv stimulerar till innovationer, förnyelse och kreativitet** som i sin tur leder till ekonomisk utveckling.
- **Att det finns ett klimat av värderingar, attityder och normer som uppmuntrar** och välkomnar exempelvis samarbeten, innovationer, olikttänkande, risktagande och utveckling.

Kreativa människor kommer fortsätta att välja platser som har ett företagsklimat och en kreativ miljö som gynnar nytänk, möten, samarbeten och affärsmöjligheter. Men även platser som erbjuder mer sociala värden. Det kan exempelvis handla om underhållning och mötesplatser som välkomnar olikttänkande. Företagandet kommer i sin tur fortsätta att etablera sig där det finns begåvade människor.

Kontext. En varierande och gränsöverskridande struktur

Den kreativa sektorn är som tidigare nämnts ett brett begrepp som inkluderar en mängd olika verksamheter. Den spänner från tekniktunga verksamhetsfält som exempelvis film- och dataspelsindustrin till mindre produktbetonade verksamheter som teater, dans, måleri och hantverk. Det innebär också att det finns många olika organisationssätt beroende av vilken verksamhet som bedrivs.

Det finns både vinstdrivande och icke vinstdrivande verksamheter inom den kreativa sektorn. Det utmärkande för de vinstdrivande företagens produktion är en stark efterfrågan på marknaden men även att de ekonomiska värderingarna styr över de kreativa. De icke vinstdrivande kännetecknas mer av att kreativa värden och kvalitet värdesätts och är framförallt vanliga inom de mer traditionella kultur- verksamheterna som exempelvis opera, museer och teater.

Inom den kreativa sektorn är det vanligt med visstids- och deltidsanställningar, frilansuppdrag, fristående projektanställningar, egenföretagande och att ha flera olika arbeten. Det finns även större osäkerhet beträffande ekonomiskt stöd, finansiering och anställning jämfört med andra yrken. Det är även många gånger svårt att utläsa ett mätbart resultat av effekterna av kultur-

insatser på kort sikt, vilket gör att tidsperspektivet skiljer sig från andra verksamhetsfält.

Det finns flera likheter med andra verksamhetsfält. Några av dem är att sektorn domineras av ett litet antal väldigt stora företag och ett väldigt stort antal små företag. Liksom för andra områden har den tekniska utvecklingen förändrat sektorns produktions-, distributions- och konsumtionsmönster, vilket kräver nya affärsmodeller, nya sätt att arbeta, nya kunskaper och ny infrastruktur.

Den kreativa sektorn kännetecknas av flytande gränser mellan olika yrken och verksamheter. Ofta kombineras flera olika områden och gränserna mellan det offentliga, privata och informella blir allt mer otydliga. Individer och marknaden lägger inte stor vikt vid gränser, men för många offentliga verksamheter kan gränserna mellan olika verksamhetsområden bli ett hinder för samverkan.





Kontext. Informell verksamhet, en motor inom sektorn

Som tidigare nämnts varierar organisation och struktur inom den kreativa sektorn. Vi har framför allt sett till det privata, offentliga och det ideella/informella. Den offentliga delen av ekonomin, stat och kommuner, arbetar med gemensamma frågor medan den privata delen i huvudsak arbetar med produktion av varor och tjänster. Men det finns ytterligare en del av ekonomin som på många sätt bidrar till att öka tillväxten och välfärden och som kompletterar den offentliga och privata verksamheten. Det är den ideella/informella verksamheten som bygger på att människor går samman för att lösa gemensamma frågor utan vinstintresse. Detta är inte en ny företeelse, men trots detta får den mycket lite utrymme och uppmärksamhet.

Filip Wikström och Tommy Lundström presenterar i boken *Ideella sektorn: Organisationerna i det civila samhället, 2002*, fakta gällande den informella verksamheten:

- I Sverige finns 200 000 föreningar
- Sammanlagt har svenskarna 32 miljoner medlemskap i olika frivilligorganisationer.
- Totalt utförs 480 miljoner volontärtimmar per år vilket är lika mycket som

de 10 största svenska företagen och motsvarar 300 000 årsarbeten.

- Inom sektorn finns förutom volontärerna 100 000 anställda på hel- eller deltid vilket utgör 2,5 procent av den totala arbetskraften i Sverige.
- Värdet av de ideellt producerade tjänsterna beräknas till 70 miljarder per år.
- Dessutom omsätter den ideella sektorn 100 miljarder kronor per år vilket är ca 4 procent av BNP.

Arbetet som bedrivs inom ideell/informell verksamhet berör varje år tre miljoner svenskar. Den engagerar människor, vilket skapar verksamheter och arbetstillfällen som i sin tur kan ge liv till en bygd och bidra till att verksamheter lyckas leva vidare. Trots allt detta är kunskapen om den informella verksamhetens betydelse för utveckling och tillväxt väldigt låg i Sverige och väldigt få undersökningar berör detta. Den offentliga sektorn och det privata näringslivet granskas och beskrivs och räknas som ett intresseområde för medier, myndigheter och forskning. Den informella sektorn tas dock inte på lika stort allvar. När den informella verksamheten beskrivs

betonas ofta humanistiska och demokratiska värden trots att det produceras både varor och tjänster.

Den informella sektorn är en otrolig resurs och det behövs större kunskap om dess förutsättningar och potential. Den nyskapande kulturen föds inte alltid inom institutioner. Här kan de ideella kreativa krafterna vara en skattkista och en bro till att beröra människor med kultur.



Metod. Att förstå den kreativa kompetensen

För att få en helhetsbild av den kreativa sektorn krävs det att flera olika tillvägagångssätt. Vi har utformat ett flexibelt analysverktyg som är möjligt att förändra beroende på vilket geografiskt område eller verksamhetsfält som undersöks. Eftersom exempelvis regioner och kommuner skiljer sig åt på flera plan är det viktigt att inte begränsa sig till ett statistiskt tillvägagångssätt.

Fyra olika delar – statistik, enkät, kvalitativa intervjuer, litteraturstudier

Vi har undersökt den kreativa sektorn kvantitativt och kvalitativt genom statistik, enkäter, intervjuer och research av tidigare rapporter

och litteratur för att få en fördjupad och realistisk bild. Statistiken ger en uppfattning om sektorns omfattning och struktur och möjliggör övergripande jämförelser mellan exempelvis sektorer och geografiska områden. Bara ett statistiskt material kan inte visa på den kreativa sektorns värde och processer. Därför undersöks sektorn parallellt med kvalitativa intervjuer och enkäter.

Den kreativa sektorns olika områden

Det är svårt att definiera och avgränsa kultursektorn då kultur inte är något isolerat område. Det uppstår hela tiden nya sätt att tolka och se på kultur. Även innehållet i det

vi kallar kultur förändras i och med samhällslig och teknologisk utveckling. Kreativitet är inte på något sätt begränsat till konsten, snarare handlar det om att uppfatta nya idéer oavsett område. Det är även viktigt att inte bara analysera själva skapandet utan också se till de verksamheter som stödjer, bidrar till och är beroende av kulturen.

Det finns likheter och närhet mellan den kulturella och kreativa sektorn, men olika verksamheter inkluderas och exkluderas beroende på vilken terminologi som används. Vi har valt att använda termen kreativ ”sektor” eftersom den till skillnad från ”industri” inte har lika starkt fokus på produktion, vinst och konsumtion utan ger ett större perspektiv och på så sätt inbegriper även icke vinstdrivande och stöttande verksamheter. Vi har valt att definiera den kreativa sektorn utifrån 21 verksamhetsfält, delsektorer. Dessa sorteras i sin tur in i fyra huvudsektorer som utgör olika övergripande områden inom den kreativa sektorn, se illustrationen till vänster.

Turism Rekreation Sport	Media Digitalt	Konst Design	Kulturarv Information
Sport Djur/Natur/Frilluftsliv Turism Spel/Vadslagning Andlighet/Själsliv	Tidningar/Tidskrifter Mjukvara/Spel/ Datorservice TV/Radio Reklam Film/Video Foto	Musik Mode/Design Konst/Konshantverk Litteratur Artister/Dans/Teater Arkitektur	Museum Bibliotek/Informationshantering Historiska platser/Hus Arkiv

Art

FOTO: HELENE JONSSON

FOTO: PETER KARLSSON

Värdesystem. Kreativa sektorns roller och funktioner

För att få en bild av den kreativa sektorn är det viktigt att inte bara analysera själva skapandet utan också se till de stöttande verksamheterna och produkterna som till exempel instrument, teknik, material, arrangörer, agenter och distribution.

Dessa hjälper till att identifiera var värdet skapas och vilka kopplingar och relationer det finns respektive inte finns inom den kreativa sektorns olika delar. För att kunna beskriva och synliggöra den kreativa kompetensen har vi delat in dessa olika roller i vad vi kallar för ett värdesystem. Till höger presenteras värdesystemet och dess fem olika roller.



FOTO: HELENE JONSSON

Material

Instrument, penslar, datorer

Kreatörer

Designers, författare, skådespelare

Reproduktion

Tryckerier

Distribution, Arrangör, Agent

Konsert, postorder, butiker

Utbildning, Bevarande och stöd

Bibliotek, arkiv, museer, utbildningsinstitutioner

Matrisen

Undersöks den kreativa sektorn utifrån en matris där huvud- och delsektorerna är den horisontella axeln medan den vertikala axeln utgörs av värdesystemet skapas ett system som synliggör den kreativa sektorn. Utifrån detta går det sedan att analysera vilka kompetenser som finns respektive saknas samt vad som skulle vara möjligt att utveckla eller stödja. Här till höger presenteras matrisen i sin helhet.

		Material	Kreatörer	Reproduktion	Distributörer/Arrangörer/Agenter	Utbildning/Stödfunktioner/Bevarande
Kulturary Information	Museum					
	Bibliotek/Informationshantering					
	Historiska platser/Hus					
	Arkiv					
Konst Design	Musik					
	Mode/Design					
	Konst/Konshantverk					
	Litteratur					
	Artister/Dans/Teater					
	Arkitektur					
Media Digitalt	Tidningar/Tidskrifter					
	Mjukvara/Spel/Datorservice					
	TV/Radio					
	Reklam					
	Film/Video					
	Foto					
Turism Rekreation Sport	Sport					
	Djur/Natur/Friluftsliv					
	Turism					
	Spel/Vadslagning					
	Andlighet/Sjäsliv					

Resultaten från Norrköping. Hur kreativt är det?

Det största antalet arbetsställen i Norrköping finns inom huvudsektorerna Konst/Design och Media/Digital. Turism/Rekreation/Sport motsvarar även en stor del av arbetsställena medan Kulturarv/Informationshantering utgör 3 procent.

Om man istället tittar på antalet anställda fördelat på huvudsektorerna framkommer att Turism/Rekreation/Sport, Media/Digital och Konst/Design utgör vardera cirka en tredjedel. Motsvarande siffra för Kulturarv/

Informationshantering är 6 procent.

Jämförs de två diagrammen synliggörs en skillnad mellan de olika huvudsektorerna. Exempel på detta är Konst/Design som motsvarar 37 procent av den kreativa sektorns arbetsställen medan anställningarna utgör 29 procent. Detta tyder på att det finns många arbetsställen men att de ofta har få anställda. Det motsatta förhållandet gäller för huvudsektorn Kulturarv/Informationshantering där det finns färre arbetsställen men fler anställda.

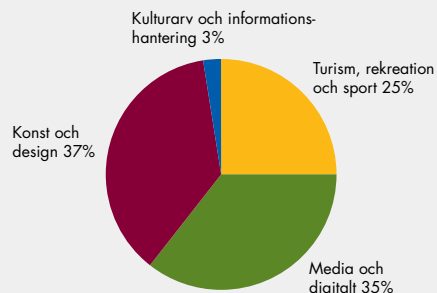
I diagrammen nedan till höger visas hur arbetsställen och antalet anställda är fördelade mellan de olika rollerna i värdesystemet. I dessa framgår tydligt vilken betydande roll kreatörer och distribution/arrangörer/agenter har inom den kreativa sektorn både när det gäller antalet arbetsställen och anställda. Det framgår även att arbetsställen inom kreatörsrollen generellt är små medan arbetsställen inom reproduktion och utbildning/bevarande är relativt stora.



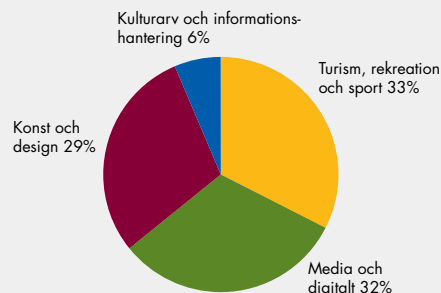
FOTO: JAN EKBOM

Fördelning i huvudsektorer

Arbetsställen

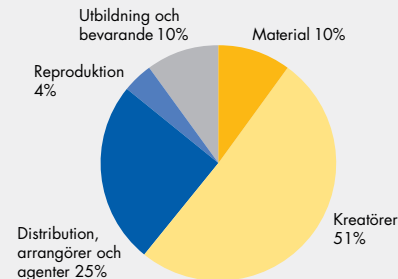


Anställda

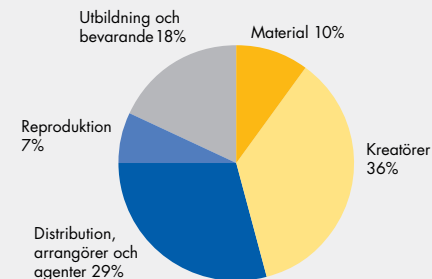


Alla funktioner inom sektorn är viktiga

Arbetsställen



Anställda

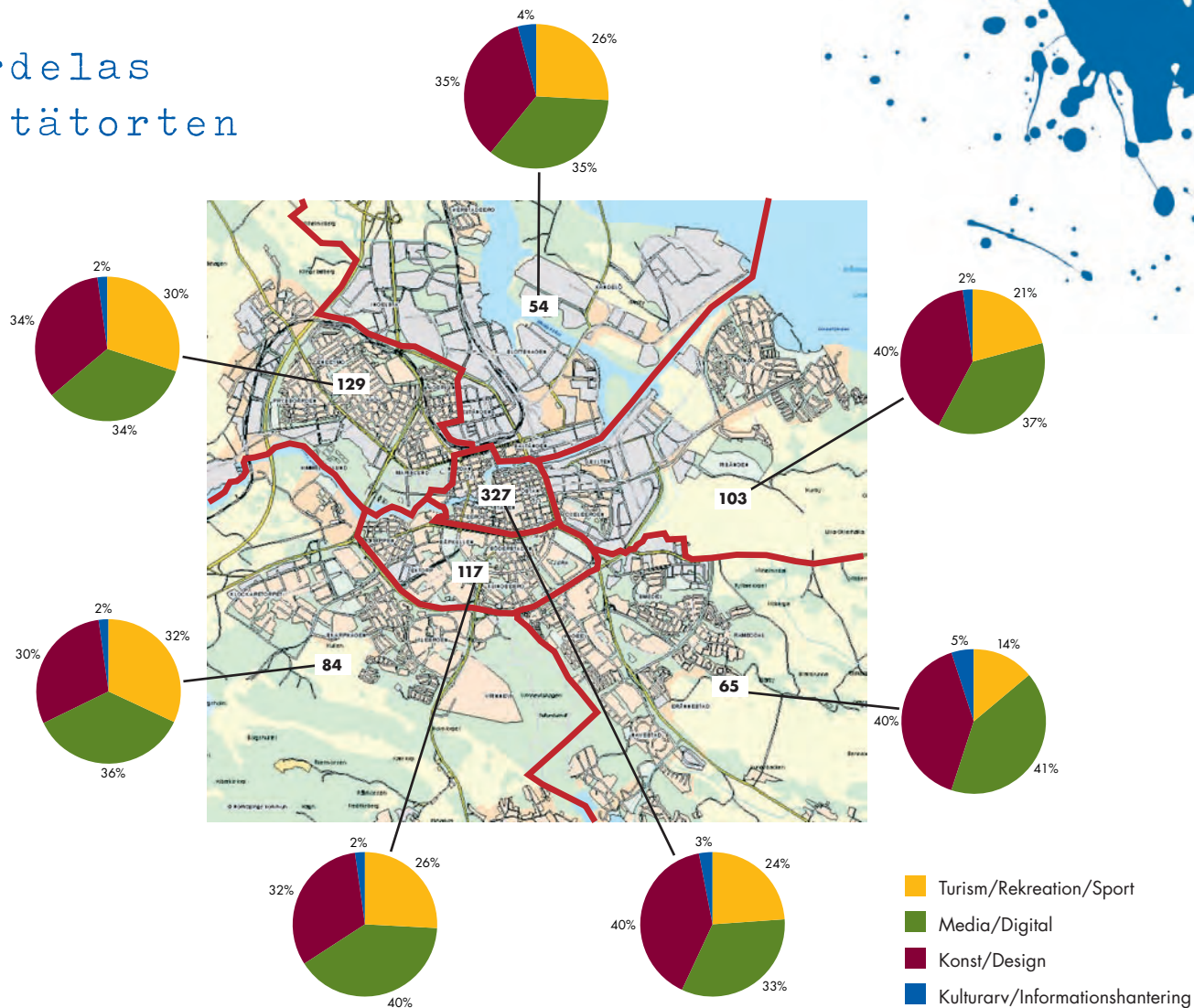


Norrköping. Hur fördelas kreativiteten inom tätorten

Norrköpings tätort har delats in i olika områden för att underlätta jämförelser och för att kunna ge en överblick av hur den kreativa sektorn ser ut i respektive område. Bilden nedan beskriver hur den kreativa sektorns arbetsställen är fördelade i de fyra huvudsektorerna samt på de olika undersökningsområdena.

Antalet arbetsställen varierar stort mellan de olika områdena och det finns en tydlig koncentration till de centrala delarna av Norrköping. Här finns 327 av de totalt 879 undersökta arbetsställen. Siffrorna i bilden visar hur många arbetsställen som finns i respektive område.

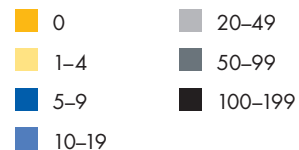
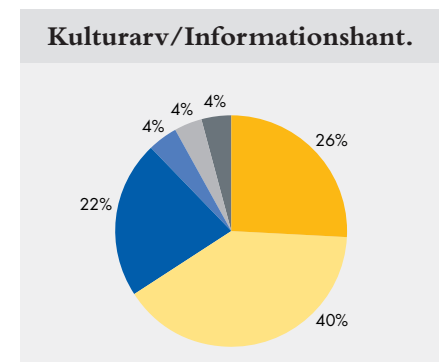
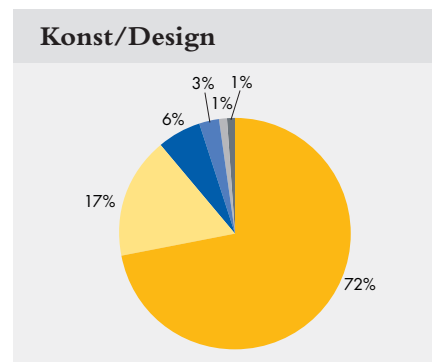
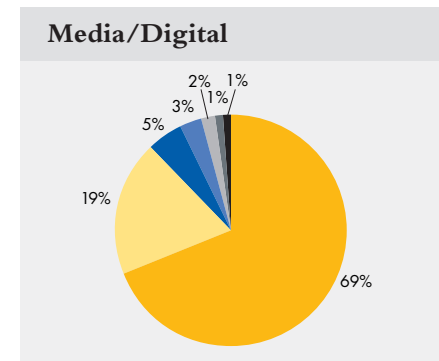
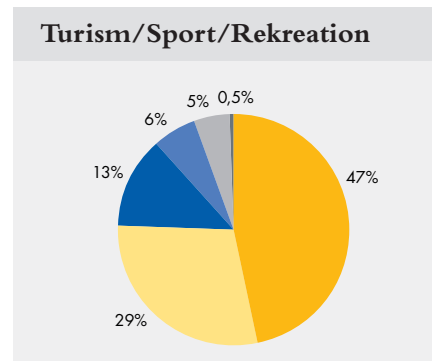
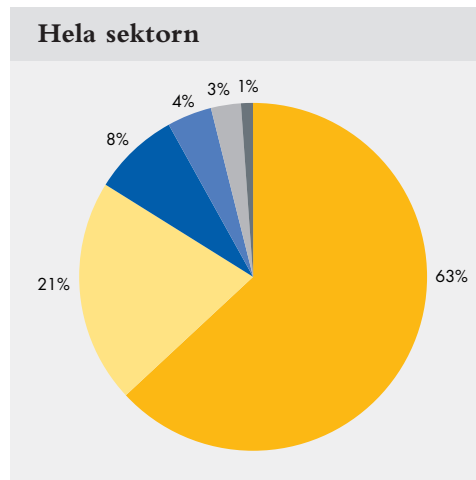
Här synliggörs att huvudsektorerna, Konst/Design samt Media/Digital i stort dominerar samtliga geografiska områden. Turism/Sport/Rekreation utgör även den en stor del av antalet arbetsställen i Norrköping dock varierar den mer mellan de olika områdena. Vi ser även att Kulturarv/Informationshantering utgör ett litet antal av arbetsställen i samtliga områden.





Många arbetsställen, få anställda

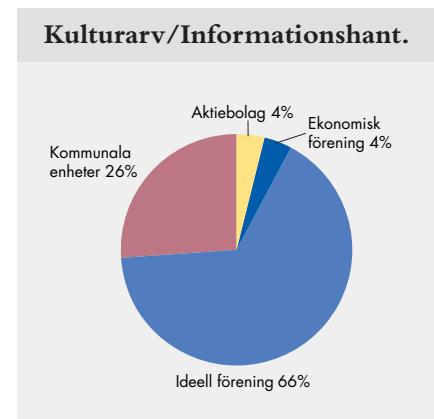
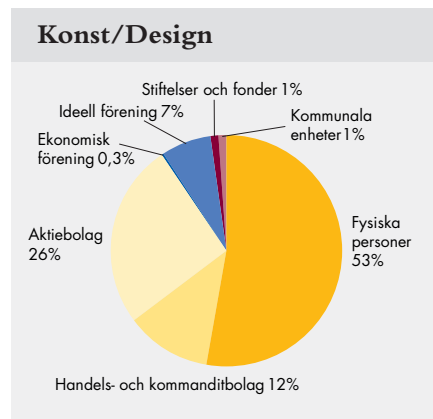
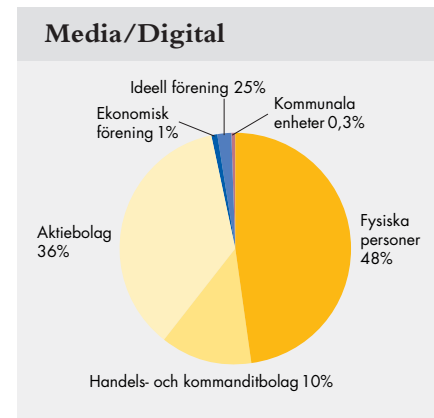
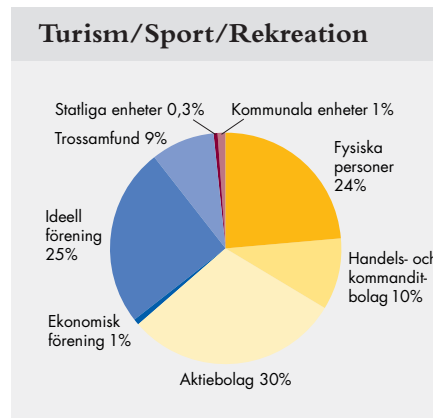
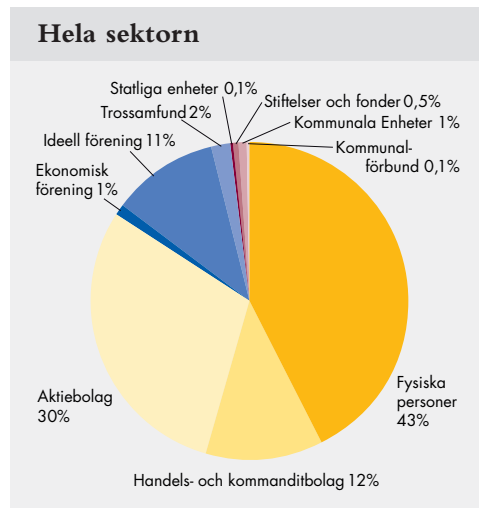
92 procent av de undersökta arbetsställena har under 10 anställda och 63 procent är enmansföretagare. Siffran är aningen högre när man tittar på arbetsställen inom den kreativa sektorn jämfört med om man tittar på arbetsställen inom andra sektorer. Om vi sedan delar in arbetsställena i de fyra huvudsektorerna ser man att de skiljer sig markant. Kulturarv/Informationshantering är den huvudsektor som skiljer sig i mest från de andra. Den har minst antal arbetsställen och den har bara 26 procent enmansföretagare, även Turism/Rekreation/Sport har färre antal enmansföretagare. Huvudsektorerna Konst/Design och Media/Digital är mycket lika varandra när det gäller antal anställda.



Privat, Offentlig eller Ideell, hur drivs arbetsställena inom sektorn?

Diagrammet till höger visar en uppdelning mellan de olika juridiska former som finns inom den kreativa sektorn i Norrköping. Här har även en indelning gjorts mellan privat, offentlig och informell verksamhet. De gula fälten representerar det privata, de blå representerar det informella och de rödaktiga tillhör det offentligt finansierade. Observera att den informella verksamheten utgörs av föreningar som har anställda. Informell sektor står för 14 procent och vidare står det offentliga för 1,6 procent av den kreativa sektorns totala arbetsställen. Den privata sektorn motsvarar 85 procent av den kreativa sektorns arbetsställen, dock tar inte detta diagram hänsyn till storleken på de granskade arbetsställena.

Genom att undersöka den juridiska fördelningen utifrån de fyra huvudsektorerna synliggörs hur organisations sättet varierar beroende på verksamhetsområde. Att tänka på här är att de olika huvudsektorerna skiljer sig åt i storlek. Kulturarv/ Informationshantering utgörs av få arbetsställen medan de resterande sektorerna är mellan 200–300 per sektor.



När man tittar på diagrammen till höger är det slående vilken dominans de privata företagen har inom de två sektorerna Media/Digital och Konst/Design. De privata företagen är även flest inom Turism/Rekreation/Sport men här även finns en stor andel föreningar bland arbetsställena. Inom Kulturarv/Informationshantering saknas de privata företagen nästan helt. Istället finns det många föreningar och offentliga enheter.

Det fortsatta arbetet, Vad händer i framtiden?

Regionförbundet Östsam arbetar vidare med kartläggning av den kreativa sektorn, så att vi kan få en bild av hela länet. För att förstå hur kulturen fungerar som resurs för samhällsutveckling måste vi skaffa oss bättre kunskap om dess omfattning, innehåll och struktur.

Nästa steg blir att använda kunskapen i den fortsatta planeringen. Det kommer bland annat att påverka det regionala kulturprogram, som nu håller på att tas fram. Vi fortsätter att låta våra kulturtillgångar skapa förutsättningar för ett blomstrande kulturliv i regionen. Samtidigt försöker vi förstå hur vi kan erbjuda bättre villkor för dem som är verksamma i den kreativa sektorn. Till viss del handlar det om att värdera de ekonomiska värden som skapas av kulturen högre, men också om att låta fler få viktiga roller t ex när Östergötland ska marknadsföras som en attraktiv region. Inte minst viktigt är det att värna om de ungas möjligheter att etablera sig i sektorn.

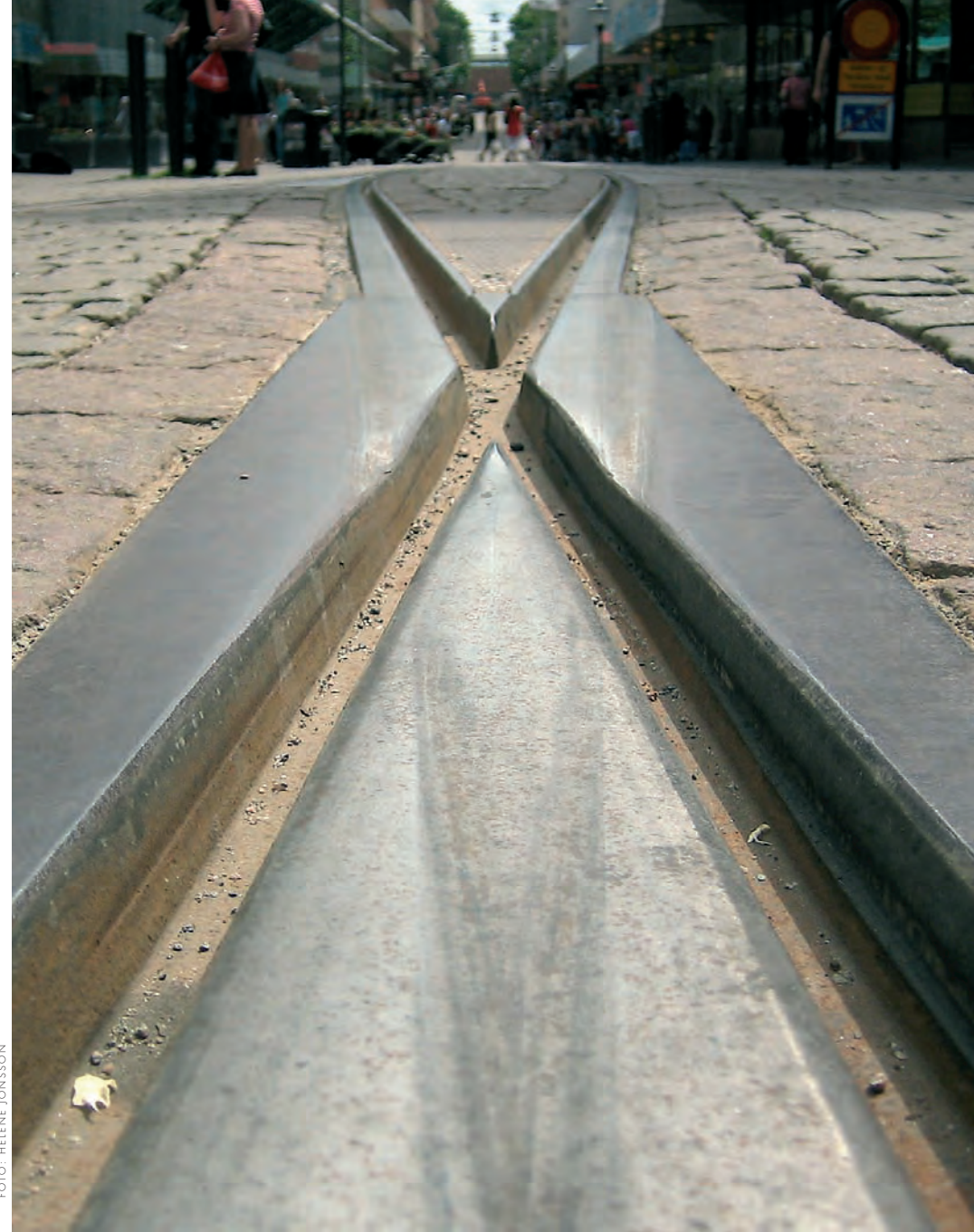
Genom att få kunskap om den kreativa kompetensen, både gammal som ny, kan Östergötland utvecklas till en kreativ arena där privata, offentliga och informella verksamheter får stöd och kan utvecklas. Vi vill samla den kreativa kompetensen för att utveckla den

genom nätverk och samarbeten. Det finns exempelvis många enmansföretag inom sektorn, som med rätt stöd och kontakter skulle kunna utvecklas på ett tryggare sätt.

I Norrköping fortsätter man att skapa en lokal plattform för att ta hand om den kunskap, som den här studien har lyft fram. Norrköpings innerstad är ett bra exempel på hur en kreativ miljö kan se ut, men det finns fortfarande en hel del outnyttjade möjligheter som det gäller att ta vara på. Det kommer att bli spännande att följa Norrköpings fortsatta resa in i den kreativa världen.

Östergötland är ett mångfasetterat län med en attraktiv landsbygd och samtidigt två starka stadskärnor. Hur ska vi jobba för att kreativiteten ska fungera som en katalysator för den drivkraft som finns inom kulturen i länet? Med vårt fortsatta arbete vill vi samla våra tillgångar och visa att Östergötland är en kreativ region.

Rapporten är framtagen inom ramen för projektet ”Kreativa Sektorn”, där Heléne Jonsson är projektledare. Kontakt: helene.jonsson@ostsam.se, tel 013-25 56 34 eller 0705-545634





Regionförbundet Östsam
Box 1236, 581 12 Linköping
Tel 013-25 56 00 Fax 013-25 56 01
office@ostsam.se www.ostsam.se



Näringslivskontoret
Norrköpings kommun, 601 81 Norrköping
Tel 011-15 15 01 Fax 011-19 44 61
naringsliv@norrkoping.se