



Handlingsplan för kulturella och kreativa branscher

2023–2030

Framtidens Blekinge är starkt präglad av öppenhet, framåtanda, kreativitet och innovationskraft. Vi samarbetar med varandra, såväl inom länet som med andra regioner och organisationer i Sverige och i våra grannländer. Blekinges gynnsamma geografiska läge gör att besökare från hela världen kommer hit för att upptäcka en mångfald av natur, kultur, miljöer och möjligheter.

Kulturella och kreativa branscher är en given komponent i Blekinges utveckling, både som ett egenvärde i sig och som ett viktigt verktyg för stärkt konkurrenskraft inom näringsliv, platsutveckling och attraktionskraft. Kompetenser inom dessa branscher kan även utgöra en viktig del av lösningen kring lokala och globala samhällsutmaningar.

De kulturella och kreativa branscherna efterfrågas bland annat som hävstång för att stärka det sociala kapitalet med öppenhet, tolerans och förnyelseförmåga – faktorer av betydande karaktär i innovationsarbetet. Dessa branscher innehar också unika kompetenser och drivkrafter för att skapa förändring i mötet med en allt snabbare omvärld både inom digitalisering och samhällstrender.

Stoltheten över Blekingska talanger med lyskraft både i Sverige och i världen binder oss samman, detta ska vi bygga vidare på – nu och i framtiden.

Vi blir det vi gör tillsammans.

Innehållsförteckning

1	Inledning	4
2	Trendspaning och omvärldsanalys	6
3	Tväarsektoriell samverkan	7
3.1	Kulturella kärna	8
3.2	Branscher i stor omvandling	9
4	Statistik och analys	10
4.1	EU nivå	10
4.2	Nationell nivå	10
4.3	Analys över Blekinges möjligheter och utmaningar	11
4.4	Blekinge tappar sysselsättning	11
4.5	Effekter av pandemin	13
5	Lärande från föregående period	14
6	Strategier och planer	15
7	Utvecklingsområden och insatser	16
7.1	Område 1: Samverkan – växande näringsliv och innovation	16
7.2	Område 2: Internationell lyskraft.....	17
7.3	Område 3: De kulturella och kreativa branschernas betydelse för platsen och vice versa.....	18
7.4	Område 4: Infrastruktur.....	20
8	Centrala aktörer för utveckling	21
9	Effektlogik – samband mellan strategi och handlingsplan	22

1 Inledning

I den regionala utvecklingsstrategin Växtplats Blekinge beskrivs en framtidsbild med brett och varierat utbud av attraktiva och väl gestaltade miljöer, i städer, skärgård och skogs- och landsbygd. Känslan av sammanhang och gemenskap är stark. Kreativa idéer och uttryck uppmuntras och tas tillvara, liksom öppenhet, tolerans och ifrågasättande av begränsande normer. Näringslivet är dynamiskt, innovativt och internationellt och lockar välutbildad kompetens från hela världen samtidigt som vi i högre grad nyttjar potentialen hos länets invånare. Vårt näringsliv har god konkurrenskraft. Det startas många nya företag varje år och näringslivsstrukturen utgörs av en mix av olika företag. Kulturella och kreativa branscher är viktiga ur flera aspekter, det handlar om utveckling av såväl individer, som företag, samhällsstrukturer och platsens attraktivitet. Kulturen har en viktig roll i en hållbar samhällsutveckling, både som egen kraft och i samverkan med andra politikområden, som i detta fall näringspolitik.

Kreativa Blekinge är en handlingsplan för utveckling av kulturella och kreativa branscher i Blekinge. Handlingsplanen är en underliggande plan till den regionala utvecklingsstrategin Växtplats Blekinge och insatserna i planen ska bidra till strategins övergripande mål och prioriteringar. Handlingsplanen dockar även in i Regional kulturplan för Blekinge 2022–2025 och dess regionala mål, samt bidra till Blekinges strategi för Smart specialisering.

Kreativa Blekinge är framtagen med beaktan av förslaget till den nationella strategin Kreativa Sverigel i kombination med statistik och analys, trendspaning och aktörsdialoger med såväl näring som offentliga representanter för kommun, akademi och företagsfrämjare.



BEGREPP

Kulturella och kreativa branscher	Verksamheter som bygger på kulturella värden och/eller konstnärliga och andra kreativa uttryck, oavsett organisationsform.
Kulturella och kreativa företag	Företag inom kulturella och kreativa branscher som har kulturskapande eller andra kreativa processer som sin affärsidé eller som sin råvara.
Aktörer inom KK-sektorn	Verksamma inom kulturella och kreativa branscherna oavsett organisationsform.
Innovationsekosystem	Sammansättning av aktörer, arenor och nätverk som i olika faser bidrar till ny kunskap och att denna kunskap tillgängliggörs på en marknad.
Företagsfrämjande system	Bidrar med rådgivning och/eller finansiering till företag i olika faser i sin utveckling.
Regionala kulturverksamheter	Stöttas av Region Blekinge med statliga och regionala medel.

2 Trendspaning och omvärldsanalys

I en tid med en ökad digitalisering och ny teknik förändras också våra sätt att både producera och konsumera kultur. Aldrig förr har det skapats så mycket innehåll, eller “content”, som det görs idag, och mängden innehåll och antalet skapare ser bara ut att öka för varje år som går. Men i allt detta brus blir det också svårare att göra sin röst hörd och nå ut med sitt budskap. Det blir därför ännu viktigare att arbeta mer användarcentrerat och fokusera på sin målgrupps beteenden och behov, och anpassa sitt berättande därefter för att få deras uppmärksamhet och engagemang.

Teknik som AR och VR är förvisso inte ny i sig men blir allt vanligare verktyg för att nå ut, engagera, men också för att tillgängliggöra kultur till fler målgrupper. AI växer sig också allt större och är nu inte bara ett hjälpmedel för att sortera data och optimera distribution av t ex konst, utan används i allt större utsträckning även i själva produktionen av t ex musik, film, litteratur, journalistik och grafisk design. Det finns ett flertal exempel på när AI varit ett bra hjälpmedel för att effektivisera vårt arbete genom att utföra uppgifter som är för svåra eller tidsödande för människor att utföra, men ju smartare tekniken blir, desto mer ökar rädslan för den konkurrens AI kan komma att skapa för kreatörer.

Samtidigt, som en motreaktion till vårt allt mer digitaliserade samhälle, växer en ny generation fram med större aversion mot materialism, massproduktion och vårt till synes allt mer ytliga samhälle. Även äldre generationer har tröttnat på skärmar och konstant uppkoppling och längtar nu tillbaka till mänsklig kontakt, tillhörighet och beständighet. Enkelhet och autencitet – och naturen och “det naturliga” som den kanske tydligaste symbolen för detta – ökar i värde.

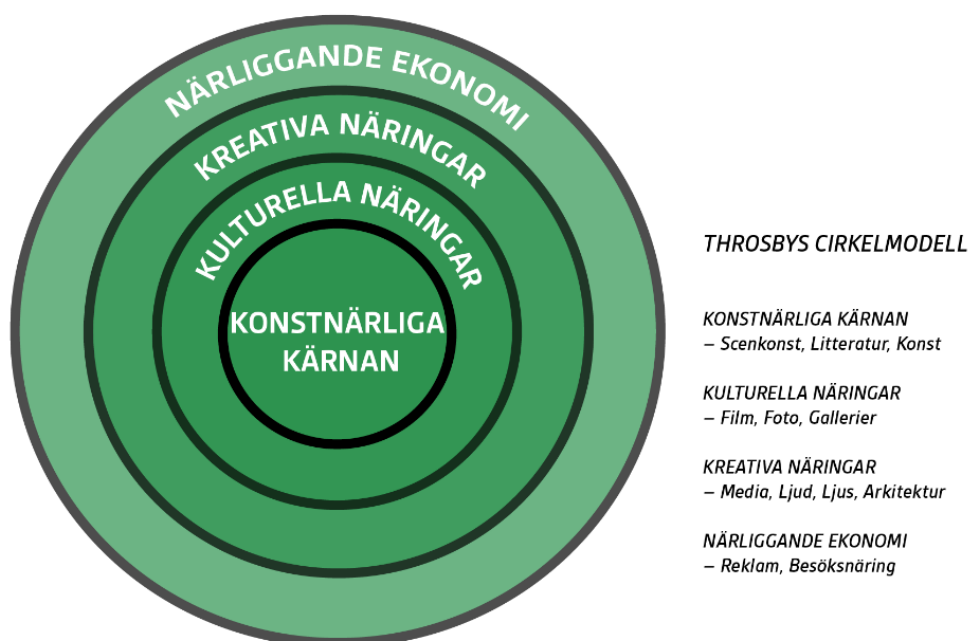
Fler verksamma inom (i synnerhet) kulturella och kreativa branscher väljer bort städerna och flyttar till mindre städer eller ut på landsbygden för ökad livskvalitet. De drivs i allt större grad av icke-monetära värden, att arbeta med något som upplevs som meningsfullt och intressant, framför t ex hög lön – och det vi kan kalla för en “passionsdriven ekonomi” växer fram. Och när stadskärnorna tampas med nedstängningar det blir allt tydligare att det lokala kultur livet kommer att spela en avgörande roll för deras attraktivitet och resiliens. De bidrar med viktiga sociala värden som identitetsskapande, trygghet och social integration, och har samtidigt en förmåga att stärka konkurrenskraften och innovationsgraden – men även den ekonomiska omsättningen i stadskärnan. De kulturella och kreativa branscherna blir därmed bli en viktig motor i att skapa levande och attraktiva platser i framtiden.

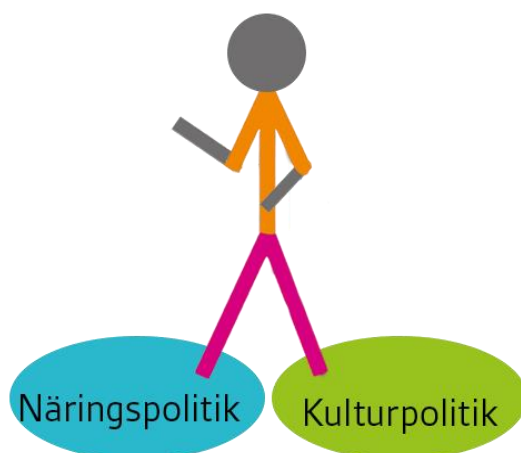
(Sammanfattning utav *Trendspaning och omvärldsanalys: kreativa och kulturella branscher*. Future Place Leadership, 2022. Bilaga 1)

3 Tvärsektoriell samverkan

De företag som har kulturskapande eller kreativa processer som huvudsaklig del av sin affärsidé räknas till kulturella och kreativa företagen. Många av företagen är soloföretagare och arbetar med immateriella rättigheter och tillgångar, vilket kan påverka hur man utvecklar och säljer sina produkter och vilka hinder man ser för utveckling. Med kulturella och kreativa branscher avses branscherna arkitektur, form och design, digitala spel, film, foto, konst, kulturarv, litteratur, media, mode, musik, scenkonst, slöjd och hantverk samt upplevelse-baserat lärande.

Kulturella och kreativa branschers förhållande till varandra kan förklaras genom en cirkelmodell. Modellen beskriver hur ekonomiskt värde skapas på konsten och kulturens områden. Den kulturella kärnan tar sin utgångspunkt i konsten och utforskar historiska och nutida samhällsutmaningar. Att stödja konstskapandet i cirkelns centrum är en kulturpolitisk uppgift, att stödja företagen i de följande cirkelarna hör till näringspolitiken. Alla kulturskapare blir inte företag, men kulturskapandet ligger till grund för de kulturella företagen.





Samverkan i fokus

De kulturella och kreativa branscherna är ett viktigt område för både näringspolitik och kulturpolitik, men är i första hand en tillväxt- och näringspolitisk fråga. Politikområdena behöver samverka och vara representerade tillsammans då frågan diskuteras, för att kunna ge bästa möjliga förutsättningar för de kulturella och kreativa branscherna att växa och utvecklas. Tvärsektoriell samverkan mellan områdena måste utvecklas på det politiska planet men också hos tjänstepersoner inom kommuner och region.

Det breda kulturkapitalet och starka företag inom de kulturella och kreativa branscherna är ett resultat av ett ömsesidigt och effektivt samspel mellan kulturpolitik, näringspolitik och regional utvecklingspolitik i Blekinge.

3.1 Kulturella kärna

Konst och kultur kan få människor att se världen och sig själva genom andras ögon. Kultur ger individer och samhällen bättre förmåga att möta livet och dess förändringar. Kultur ger perspektivförskjutning, ifrågasättande, empati, skapar sammanhang och mening. Att få ta del av konstnärliga upplevelser och själv ges möjlighet att uttrycka sig konstnärligt är grundläggande mänskliga behov.

Konsten och kulturens egenvärde avser ”konst och kultur för konsten och kulturens egen skull”. Detta innebär att det konstnärliga uttrycket eller den kulturella upplevelsen är ett mål i sig som inte behöver tillföra något till andra områden i första hand. Till detta knyts också begreppet ”armlängds avstånd” som innebär att politiker och tjänstepersoner inte ska besluta om innehållet i den konstnärliga verksamheten eller göra en konstnärlig bedömning av den. Det innebär en strävan efter balans mellan kravet på styrning och kontroll av hur skattemedel används mot det lika viktiga kravet på frihet för det konstnärliga skapandet.

Det demokratiska samhället bygger på att yttrandefriheten bevakas, värnas och främjas. Ett levande och oberoende kulturliv bidrar till detta. Genom att människor får möjlighet att skapa och uttrycka sig fritt och konstnärligt, skapas förutsättningar för nya tankar och idéer som utvecklar samhället.

Kulturens kraft i samhällsutvecklingen innebär att kulturen även kan bidra till ökat mervärde inom livslångt lärande, folkhälsa, innovationsklimat, social sammanhållning, hållbara livsmiljöer, internationella och interkulturella relationer. Alla samhällssektorer bör skaffa sig kunskap om och erkänna kulturens förmåga att tillföra viktiga värden. (Regional kulturplan för Blekinge 2022-2025.)

3.2 Branscher i stor omvandling

Idag genomlever vi ett nytt genomgripande teknikskifte som förändrar samhället i grunden, även konst- och kulturproduktionen. Gränsen mellan konsument och producent blir otydlig (t ex vem som är vad på sociala medier). Trösklarna för tekniskt avancerad konst- och kulturproduktion sänks drastiskt, vi kan spela in högkvalitativ film med våra mobiltelefoner, och nya betalningslösningar och affärsmodeller växer fram.

Digitaliseringen påverkar också arbetsmarknaden som radikalt ändras för konst- och kulturskapare. De fasta anställningarna har minskat och uppdragen som ofta är i projektform är kortare. Konst och kulturskapare är i dag i allt högre grad så kallade kombinatorer som rör sig i ett gränsland mellan att vara arbetstagare, uppdragstagare och egenföretagare, vilket kan vara en möjlighet till utveckling men också slitsamt och utmanande med långa arbetsdagar. Det kan också leda till en osäker hemvist mellan de olika politikområdena.

Kulturella och kreativa företags innovativa förmåga och kreativa processer kan spela en viktig roll även inom andra näringsgrupper. Delar av det offentliga innovationsfrämjandet behöver därför riktas mot så kallad *cross-innovation* eller *spillover-effekter*, som stödjer en tvärdisciplinär hållbar utveckling via nyskapande samarbeten. De kulturella och kreativa branscherna skapar även goda förutsättningar för export och Sverigefrämjande och i regeringens exportsstrategi pekas de ut som särskilt fokusområde. Nära 30 procent av företagen exporterar, vilket är dubbelt så mycket som genomsnittet för små och medelstora företag. Kulturella och kreativa branscherna samverkar också mer med andra än genomsnittet av företag, vilket ger större möjlighet till innovation och konkurrenskraft.

Det är viktigt att synliggöra kulturella och kreativa branscherna och deras betydelse för arbetsmarknaden och tillväxten i Blekinge. Kultur och kulturmiljöer har som exempel en betydande roll för regioners innovativa utveckling och attraktionskraft. Andra viktiga branscher för Blekinge är film- och spelbranscherna, som driver utveckling av ny teknologi inom andra områden såsom hälsa, utbildning och forskning. Film- och spelbranscherna inspirerar kommande generationer av programmerare, ingenjörer och kreatörer.

Samverkan behöver utvecklas ytterligare. Inte bara mellan branscher och över politikområden, utan även över kommun- och regiongränser för att kunna utveckla området vad gäller utbildning och forskning, utbyte av erfarenheter samt kunna stödja företagen i sin internationalisering.

Samverkan inom Regionsamverkan Sydsverige öppnar möjligheter för Blekinge att kunna erbjuda spetsutbildningar på högre nivå, få tillgång till god kompetensförsörjning till företagen och ligga i framkant vad gäller forskning och utveckling. Gemensamma utbildningar och konferenser erbjuds återkommande Sydsveriges kommuners kultur- och näringslivsansvariga, för att höja kunskapen inom området.

4 Statistik och analys

4.1 EU nivå

De kulturella och kreativa sektorerna lyfts särskilt fram av EU som viktiga branscher för att se till att samhället fortsätter att utvecklas och är centrala för den kreativa ekonomin. De är kunskapsintensiva, bygger på individuell kreativitet och talang och genererar betydande ekonomiska värden. Men framför allt är de avgörande för en gemensam känsla av europeisk identitet, kultur och värderingar. Ur ett ekonomiskt perspektiv uppvisar de tillväxtsiffror över genomsnittet och skapar jobb – i synnerhet för ungdomar – samtidigt som de främjar den sociala sammanhållningen. (culture.ec.europa.eu)

Stödet till de kulturella och kreativa sektorerna går via programmet Kreativa Europa som har fått nära ett dubblerat anslag för kommande programperiod. 2,4 miljarder euro ska fördelas de kommande sju åren till internationella samarbeten, rörlighet och nya former av kulturellt skapande. Målet för Kreativa Europa är att skydda, utveckla och främja den europeiska kulturella och språkliga mångfalden och det europeiska kulturarvet. Programmet ska även öka de kulturella och kreativa sektorernas konkurrenskraft och ekonomiska potential, särskilt inom den audiovisuella sektorn. (kulturradet.se)

De kulturella och kreativa företagen finns också med i EU:s industristrategi som ett av 14 industriella ekosystem på den inre marknaden. EU har med industristrategin inlett den dubbla omställningen till klimatneutralitet och digitalt ledarskap. EU:s industripolitik ska även göra industrin i EU mer konkurrenskraftig på världsmarknaden och öka EU:s öppna strategiska oberoende. Enligt statistik från Eurostat sysselsätter kulturella och kreativa branscher nästan 9 miljoner människor i EU, motsvarande nästan 4 procent av den totala arbetskraften i EU som representerar drygt 1 miljon företag, varav nästan samtliga är små- och medelstora företag. De bidrar till 4 procent av Europas BNP (European Institute of Technology, EIT, 2017). (Kreativa Sverige! 2022)

4.2 Nationell nivå

Regeringen gav 2021 en särskild utredare i uppdrag att lämna förslag till en samlad nationell strategi med syfte att under den kommande tioårsperioden främja långsiktig och hållbar utveckling av de kulturella och kreativa branscherna i hela landet. ([Kreativa Sverige!](#)). Betänkandet Kreativa Sverige! lyfter sex strategiska områden som avgörande för det fortsatta utvecklingsarbetet:

- Tydligt tvärpolitiskt ansvar för kunskap, synergier och samverkan
- Förnyelse av rådgivning, kapitalförsörjning och innovationsstöd
- Långsiktigt och snabbt på upphovsrättens marknad
- Export, internationalisering och värdeskapande utomlands
- Hållbar arbetsmarknad och kompetensförsörjning för alla
- Platsens betydelse för kulturella och kreativa verksamheter (och tvärtom)

Strategin är tänkt att användas av statliga aktörer och av organisationer med statliga uppdrag och/eller statlig grundfinansiering. Regioner och kommuner är således inte i fokus förutom under punkten Platsens betydelse för kulturella och kreativa verksamheter (och tvärtom).

Där lyfts betydelsen utav de kulturella och kreativa branschernas påverkan på det lokala och regionala närings- och kulturlivets dynamik, liksom även på platsens attraktionskraft. Detta sker genom att de kulturella och kreativa branscherna

- bidrar till ett diversifierat näringsliv och sysselsättning
- är mycket engagerade i sina arbeten
- är en näringsgrupp med en relativt jämn fördelning mellan kvinnor och män
- har betydligt högre utbildningsnivå än genomsnittet
- genererar positiva sekundära värdeeffekter i lokalsamhället, exempelvis för att göra livsmiljön mer attraktiv, med fler sociala interaktioner ökat kulturellt deltagande, samt att medborgarnas känsla av stolthet för platsen kan bli starkare.

4.3 Analys över Blekinges möjligheter och utmaningar

Blekinges ekonomiska tillväxt har under 2000-talet varit förhållandevis god, men med väldigt stora variationer mellan olika perioder. Länet är en industriintensiv region med flera industrispecialiseringar och präglas av ett storskaligt näringsliv. Tillväxten drivs av en hög produktivitet, vilket är centralt eftersom en god produktivitetsutveckling är avgörande för tillväxten på sikt. Samtidigt har länet haft en svår utmanade omställningsperiod med en svag jobbutveckling, inte minst inom den konkurrensutsatta industrin. Det har resulterat i att sysselsättningstillväxten i länets näringsliv har halkat efter övriga Sverige.

Det finns ingen enkel lösning för ökad diversifiering och en god omställning i näringslivet. Sannolikt behövs ett brett arbete med flera parallella spår. En utmaning som existerat under lång tid är graden av entreprenörskap. Givet länets position med en svag jobbtillväxt vore ett högre nyföretagande och entreprenörskap i regionen en indikation på en tilltagande omställning. Vidare står små- och medelstora bolag för en stor andel av sysselsättningstillväxten i Sverige. I flera av länets specialiseringar och stora branscher finns en koncentration till ett fåtal stora bolag, vilka i högre utsträckning konkurrerar med god produktivitetsutveckling men saknar en större antal medelstora bolag som kan växa framöver.

4.4 Blekinge tappar sysselsättning

Inom kulturella och kreativa branscherna har antalet sysselsatta minskat i 17 av regionerna mellan 2010–2020 och totalt har antalet sysselsatta minskat med 3 procent i Sverige under samma period. I Blekinge har sysselsättningsminskningen varit störst i landet (-30,9 procent), vilket har inneburit att branscherna står för endast 1,7 procent av arbetstillfällena i länet, vilket tillsammans med Örebro är lägst av alla regioner. Mellan 2014–2017 minskade antalet sysselsatta relativt sett mest tillsammans med år 2020. Under pandemins första år hade restriktioner och social distansering stor påverkan på branscherna. Inom de kulturella och kreativa branscherna har sysselsättningsminskningen under det senaste decenniet skett i alla länets kommuner. Karlskrona har haft den största minskningen både i faktiska och relativa tal.

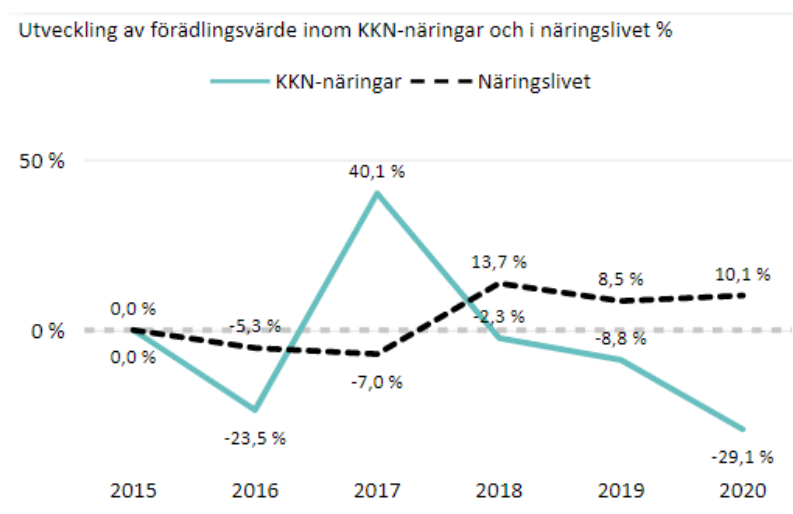
År 2020 uppgick antalet sysselsatta inom branscherna till 1 120 i Blekinge och fler än nio av tio arbetar på företag med 0–9 anställda. Totalt finns det 18 företag i Blekinge inom de kulturella och kreativa branscherna med tio eller fler anställda. De flesta inom dessa branscher är sysselsatta inom Media (42 procent) trots att branschen har utvecklats svagt och sysselsättningen har minskat med 33 procent mellan 2010–2020. Men sysselsättningen har

under perioden minskat i alla delbranscher inom KKN med undantag för spelutveckling, vilket också är den minsta delbranschen.



Bland aktiebolagen inom de kulturella och kreativa branscherna i länet uppgick år 2020 förädlingsvärdet till 412 miljoner kronor, vilket är en minskning med närmare 30 procent sedan 2015. Störst nedgång skedde under 2020, pandemins första år. Framför allt minskade förädlingsvärdet kraftigt inom scenkonst (91 procent), en konsekvens av att större bolag drabbades hårt av inställda evenemang och festivaler.

KKN-bransch	Antal syss. KKN 2020	%	Syss. KKN 2010-2020 Antal	Syss. KKN 2010-2020 %
Media	470	42%	-230	-32,9 %
Kultur och upplevelse	213	19%	-64	-23,1 %
Form, design och mode	164	15%	-98	-37,4 %
Scenkonst	145	13%	-91	-5,8 %
Rörlig bild, film och foto	96	9%	-106	-52,5 %
Litterärt och konstnärligt skapande	23	2%	-3	-11,5 %
Spelutveckling	9	1%	9	
Totalt	1 120	100%	-501	-30,9 %



Förädlingsvärdets storlek 2020 samt förändringar från 2015 efter KKN-bransch.

KKN-bransch	FV 2020 (tkr)	%	FV 2015-2020 (tkr)	FV 2015-2020 %	Lönsamhet %
Media	249 751	60,6%	-109 060	-30,4 %	-3,0
Form, design och mode	106 175	25,8%	-27 727	-20,7 %	-4,6
Rörlig bild, film och foto	26 042	6,3%	3 423	15,1 %	-0,9
Scenkonst	18 300	4,4%	-38 208	-67,6 %	-50,5
Litterärt och konstnärligt skapande	6 429	1,6%	1 046	19,4 %	28,3
Kultur och upplevelse	3 514	0,9%	839	31,4 %	-39,9
Spelutveckling	2 100	0,5%	365	21,0 %	1,0
Totalt	412 311	100,0%	-169 322	-29,1 %	-5,2

Fördjupad statistik och analys finns i länken: [Microsoft Power BI](#)

4.5 Effekter av pandemin

Myndigheten för kulturanalys konstaterar i december 2022 att utvecklingen på kulturarbetsmarknaden tydligt följde pandemins smittvägar liksom de nationella restriktionerna. Den arbetsmarknadskris för kultursektorn som pandemin förde med sig, totalt sett, kan betraktas som över. Detta gäller både de kulturarbetare som har anställning och de som är verksamma i eget företag inom kultursektorn. Detta gäller för Sverige i sin helhet, hur det ser ut i Blekinge är det svårare att så här tidigt bedöma.

Kulturanalys pekar på att det fortfarande finns delbranscher inom kultursektorn som ännu inte uppnått full återhämtning, såsom inom biblioteks, arkiv- och museisektorn. Det finns även skillnader mellan olika åldersgrupper och mellan hög- och lågutbildade, där unga och lågutbildade upplevt ett längre krisförlopp. Det kan leda till att unga tvekar att satsa inom kulturarbetsmarknaden.

Arbetsmarknaden totalt sett i Sverige har fått en ökad rörlighet, med fler jobbyten. Det har inneburit ett positivt nettoöverskott för kulturen där Kulturanalys kan se att fler byter jobb till kulturarbetsmarknaden än i motsatt riktning, vilket också avspeglas i att antalet anställda inom kulturen ökat.

5 Lärande från föregående period

Kreativa Blekinge är den andra handlingsplanen som skrivs fram i det strategiska utvecklingsarbetet för främjande av de kulturella och kreativa branscherna i Blekinge. Föregående period löpte mellan 2018-2022 och utgjordes av Utvecklingsplan för kulturella och kreativa näringar i Blekinge, detta i kombination med öronmärkta medel ur det regionala tillväxtanslaget 1.1 och regionala medel från Kultur och bildningsnämnden. De öronmärkta medlen investerades i olika typer av projekt som bidrog till de prioriterade utvecklingsinsatserna i planen.

Projektmedel har stöttat externa projekt såsom

- Carl International Film Forum – utveckling av filmnäringen i Blekinge/Filmplan
- Maker Culture Collective – att verka som professionell dansare på en liten ort/Dans i Blekinge
- Ebbamåla bruk – industriella revolutionen blir ett besöksmål/Blekinge museum
- PLX Tjärö – attrahera unga vuxna till Blekinge med en festivalupplevelse
- Moderna Sölvesborgs souvenirer/Sölvesborgs kommun – samverkan mellan konstnärer/designers och industriföretag som en nisch av SPOK.
- DiggEat – ett omställningsinitiativ kring digitalisering av evenemang lokalt/regionalt.

Under föregående period har ett antal strategiska initiativ startats upp, några av dessa har levererat mot mål på kort sikt, medan andra initiativ bygger på ett mer långsiktigt åtagande. Se vidare i bilaga 2 och möt där de deltagande företagen och Region Blekinges samarbetspartners inom följande initiativ: SPOK – Samtida produktion och konsumtion, Made in Blekinge, Cross innovation lab, Filmnod Blekinge, Blekinge spelkonsulent och Virtual Production-studio.

Lärdomar som har gjorts är att det krävs eldsjälur för att projekten ska bli bra och att Region Blekinge behöver finnas på plats för att stötta och lotsa projekten vidare! Till exempel att Carl International Film Forum kunde växla upp inom projektet Filmnod Blekinge i samverkan med Karlskrona kommun, att SPOK Blekinge görs i samverkan med TechTank, att kommande projekt Cross Innovation samplaneras med Netport och att Visit Blekinge engageras till projekt som även riktar sig till besöksnäringen. Moderna Sölvesborgssouvenirer växte fram ur utbildningen inom Regionsamverkan Sydsverige där det krävdes ett deltagande både från näringsliv och kultur inom kommunerna, i detta fall Sölvesborgs kommun. Ett betydande resultat från föregående period är vikten av kunskapshöjande och inspirerande insatser i kombination med styrning och finansiellt kapital som katalysator i utvecklingsinsatser.

När Region Blekinge lanserade Utvecklingsplan för kulturella och kreativa näringar i Blekinge handlade mycket om att lägga pusslet till grunden för detta tvärpolitiska område. Nu är tiden inne både för näringsliv och aktörer i systemet att ta arbetet vidare och hitta sina nya roller att bidra till utvecklingen tillsammans. En högre kapacitet hos samverkande aktörer flyttar regionens roll högre upp i flygledningstornet vilket gynnar alla parter, skapar effektivare processer och stärker potentialen ytterligare. Därför är den systematiserade samverkan en förutsättning för övriga utvecklingsinsatser att fungera på bästa sätt.

6 Strategier och planer

Handlingsplanen tar sin utgångspunkt i betänkandet Kreativa Sverige! (nationell strategi för kulturella och kreativa branscher) Växtplats Blekinge (regional utvecklingsstrategi) och Regional Kulturplan för Blekinge. Det finns även delar med stark koppling till Blekinges strategi för Smart specialisering.

Växtplats Blekinge

Stärkt attraktivitet särskilt för unga
Stärkt konkurrenskraft i näringslivet
Ett växande näringsliv med fler arbetstillfällen.

Prioritering

Utveckla attraktiva, hållbara och väl gestaltade livsmiljöer.
Skapa öppna arenor för sektors- och branschöverskridande samarbeten.
Främja ett mer internationaliserat näringsliv.
Främja ett breddat näringsliv och minskad sårbarhet.

Kreativa Sverige!

Tydligt tvärpolitiskt ansvar för kunskap, synergier och samverkan
Förnyelse av rådgivning, kapitalförsörjning och innovationsstöd
Långsiktigt och snabbt på upphovsrättens marknad
Export, internationalisering och värdeskapande utomlands
Hållbar arbetsmarknad och kompetensförsörjning för alla
Platsens betydelse för kulturella och kreativa

Kreativa Blekinge

Regional Kulturplan för Blekinge

Stärkta förutsättningar för professionella kulturskapare att verka och utvecklas i Blekinge, i fortsatt samverkan med Sydsverige.

Kulturen och kulturskaparnas förmågor tas tillvara inom alla samhällssektorer för att stärka kreativitet och innovationskraft i Blekinge.

Blekinges strategi för smart specialisering

Specialiseringar

Tech – digitalisering och smartare samhällen
Missions – med fokus på samhällets utmaningar

Flaskhalsar

Kritisk massa
Lågt socialt kapital
Innovationsekosystemet

7 Utvecklingsområden och insatser

Prioriterade utvecklingsområden och insatser i handlingsplanen ska bidra till en eller flera utpekade mål och områden i de övergripande strategierna.

7.1 Område 1: Samverkan – växande näringsliv och innovation

Vi blir det vi gör tillsammans. Samverkan mellan och inom organisationer är avgörande för utveckling inom området. Ingen enskild aktör kan på egen hand skapa den förflyttning som vi har potentialen att göra tillsammans. Samverkan kan ske på olika nivåer och i olika faser.

Inom EU kopplas kulturen samman med hållbar utveckling men också dess förmåga att bidra till tillväxt genom kreativitet, aktivt utforskande och stark utvecklingskapacitet. Företagens styrka är att de i stor utsträckning skapar värden i samverkan med andra. Genom innovation och kunskaper revitaliseras städer, andra branscher, kluster och regioner.

7.1.1 Insatser

1. Partnerskap, nätverk och samverkan med kommunerna

Etablera kulturella och kreativa branscher som en del utav partnerskapet Arena för hållbar tillväxt samt komplettera med ett mer operativt nätverk för utveckling av Kreativa Blekinge. Nätverket behöver bestå av centrala aktörer med kompetenser från olika politikområden, med en bred representation geografiskt från hela regionen och av företrädare för organisationer med olika ansvarsområden. Deltagarna behöver ha mandat och drivkraft att utifrån sitt ansvarsområde kunna bidra till övriga utvecklingsområden i handlingsplanen. Samverkan mellan politikområdena behöver stärkas med kunskap och inspiration på ett liknande sätt som skedde under tidigare utbildningar inom Regionsamverkan Sydsverige, där kultur och näring deltog tillsammans i ett utbildningsprogram och uppmuntrades till ett gemensamt arbete. Exempel på aktörer är kommunerna, företagsfrämjare och akademi.

2. Arenor för samarbete

Verka för ökad samverkan mellan företag inom kulturella och kreativa branscher samt tvärsektorielt mellan olika branscher och områden, detta genom att stärka befintliga fysiska och digitala arenor samt främja nya former av öppna och tillfälliga dynamiska mötesplatser och hubbar. Exempel på arenor; SPOK Blekinge, Cross Innovation och Made in Blekinge pop-up market.

3. Internationella partnerskap

För att driva på innovation, digitalisering och grön omställning i ett bredare perspektiv är internationella samarbeten av betydelse. Vid transnationella initiativ ska partnerskap med Tyskland särskilt beaktas som drivande inom grön omställning och cross innovation. Utifrån Blekinges geografiska läge är östersjöregionen också strategiskt viktig för samarbeten. Samtidigt som utgångspunkten för samarbete alltid ska bygga på ett ömsesidigt intresse och gemensam nytta.

7.2 Område 2: Internationell lyskraft

Kulturella och kreativa branscher är liksom besöksnäringen en viktig del av varumärket Sverige och Sveriges ansikte ut mot världen. På likande sätt är dessa branscher viktiga för bilden av Blekinge och att bygga stolthet, gemenskap och attraktionskraft lokalt. Företag inom kulturella och kreativa branscher är exportbenägna. Vart tredje företag inom dessa branscher exporterar, vilket är nästan dubbelt så många som företag inom näringslivet i stort. Inom det exportfrämjande arbetet har Blekinge stor nytta av samarbetet med Business Sweden som är en viktig aktör för de svenska företagen att växa globalt. Däremot krävs det från företagets sida en viss nivå av exportmognad för att kunna åtnjuta Business Swedens erbjudanden och möjligheter. En värdefull ingång för Blekinges företag är Almi Blekinge som med sitt regionala uppdrag erbjuder en bred palett av utvecklingsinsatser, rådgivning och kapital. Almi är en del av Exportsamverkan Blekinge och Business Blekinge.

Låg kritisk massa försvårar arbetet med specifika insatser, därav är de nationella nätverken och interregionala tematiska satsningar av stor betydelse inom detta utvecklingsområde. Men det utesluter inte vikten av att även arbeta för att stärka samverkan mellan företagen inom Blekinge och stimulera gemensamma initiativ.

7.2.1 Insatser

1. Internationalisering

Verka för ökat deltagande av kulturella och kreativa branscher inom det exportfrämjande arbetet regionalt och nationellt. Det handlar dels om företagets exportmognad, dels om främjandesystemets möjligheter att lotsa företag inom dessa branscher mot en internationell marknad.

Exempel på aktiviteter; interregionala projekt och målgruppsanpassade erbjudanden kring exponering och co-working.

2. Made in Blekinge pop-up market

Vidareutveckla konceptet Made in Blekinge till att utgöra en samlad exponeringsyta med försäljningsmöjligheter för lokalproducerade produkter från Blekinge – i allt ifrån hantverk till livsmedel. De många mindre företagen inom kulturella och kreativa branscherna har ofta behov av samverkan för att kunna kraftsamla och nå ut till nya marknader. Made in Blekinge kan dels nyttjas vid mässor som en monter, dels utgöra en möjlighet för tillfällig exponering lokalt och interregionalt för att på sikt etablera konceptet permanent på geografiska platser av strategisk betydelse. Initiativet byggs upp över tid och aggregeras i tre faser: regionalt – interregionalt – internationellt.

7.3 Område 3: De kulturella och kreativa branschernas betydelse för platsen och vice versa

Det är varierande faktorer som avgör i vilken geografi som företag väljer att etablera sig. Att platsen har betydelse i själva skapandeprocessen är särskilt tydligt bland de företag som bedriver eget konstnärligt skapande. En stad stärker företagandet genom större tillgång till resurser och nätverk, och för verksamheter som behöver en publik finns större möjligheter med en högre population. Samtidigt vittnar flera företagare om att de föredrar att vara stora på en liten ort – än små på en stor. Dagens digitala arena har också möjliggjort för företag i mindre städer och på landsbygd att nå sina kunder mer effektivt och även direkt nå en internationell marknad, utan att behöva gå vägen via storstadens funktioner.

Precis som att platsen har betydelse för företagen, spelar företagen en viktig roll för platsen. Kultur och kreativt skapande framhålls vara grundläggande för att stärka våra demokratier och värderingar, välbästandet i vårt samhälle, lokal platsutveckling, kvaliteten på vår livsmiljö och individens välbefinnande. (Kreativa Sverige! 2022)

Den tredje dimension inom detta utvecklingsområde bygger på den trendspaning som presenteras i bilaga 1. I en alltmer fragmenterad och hektisk värld ökar behovet av att ha kontakt med människor. Tillhörighet och det autentiska blir mer åtråvärt. Den ökade digitaliseringen har lett till en motkraft, med aktivt avståndstagande från sociala medier och medveten fränkoppling. (Trendrapport Futureplace leadership, 2022) Blekinge har goda förutsättningar att stimulera och dra nytta av denna efterfrågan. Kombinationen besöksnäring och platsutveckling är två starka inriktningar där Blekinges grundförutsättningar ligger helt i linje med den eftertraktade äkthet som människor strävar efter.

Låg kritisk massa gör att vi behöver stärka förmågan att samplanera aktiviteter och bättre ta vara på de möjligheter som skapas genom olika arrangemang riktade både mot allmänhet och affärsresenärer. Ett exempel är den återkommande PLX-festivalen som framför allt lockar professionella kulturskapare och företagare inom kreativa branscher till Blekinge. Under fyra dagar ökar markant den kritiska massan företagare inom dessa branscher, dessutom inom ett prioriterat åldersspann kopplat till befolkningsutveckling. Intäkter förväntas primärt öka inom besöksnäringen med angränsande branscher, där de kulturella och kreativa företagen tillför mervärde för ökad attraktionskraft.

7.3.1 Insatser

1. De kulturella och kreativa branschernas betydelse för platsen.

A. Stimulera till fler initiativ som tillfälligt ökar antal människor i Blekinge under fler dagar om året, med fokus på branschspecifika insatser. Den ökade kritiska massan tillför Blekinge kompetens, nätverk och kapital.

B. Bättre ta tillvara på de möjligheter som skapas i samband med tillförande av kompetens, individer och sammanhang, genom att samplanera med aktörer ansvariga för aktiviteter kopplat till inflyttning (kommunerna, Visit Blekinge, Region Blekinge med flera.).

2. Integrering av kulturella och kreativa branscher

Fortsatt verka för att de kulturella och kreativa branscherna integreras i den bredare regionala och lokala samhällsplaneringen, i syfte att främja hållbar utveckling och att bidra till attraktiva platser för besökare, boende, företag och investeringar, såsom inom arbetet med gestaltad livsmiljö, strategiska noder och Visit Blekinge. De kreativa branscherna utgör en viktig nyckel till att hålla vad vi lovar så verkligheten går i linje med platsmarknadsföringen för Blekinge, både för invånare, företag och besökare.

3. Platsens betydelse för de kulturella och kreativa branscherna

Verka för att fysiska platser som kreativa hubbar och liknande tillskapas och omskapas för att stötta de som valt att etablera sig i Blekinge och för att attrahera nya företag. Exempelvis genom att samverka kring lokaler mellan näringsliv, fastighetsägare, civilsamhällets föreningar och offentliga aktörer. På så sätt nyttjas Blekinges litenhet på bästa sätt.



7.4 Område 4: Infrastruktur

I en tid med en ökad digitalisering och ny teknik förändras också våra sätt att både producera och konsumera kultur och upplevelser. Aldrig förr har det skapats så mycket innehåll som det görs idag, och mängden innehåll och antalet skapare ser bara ut att öka för varje år som går. Det finns en omätlig efterfrågan på ”content” bland annat tack vare innehållsplattformar som Instagram, YouTube och Twitch. Kombinationen av ökad tillgänglighet, de stora summor pengar som både kreatörerna och plattformarna idag tjänar och de oändliga möjligheter som nu finns gör att ”creator economy” fortsätter att öka. (Trendrapport från Future Place Leadership, 2022)

Detta är en platsbunden trend där Blekinge har goda möjligheter att attrahera unga talanger genom en utvecklad infrastruktur för utveckling och produktion. Företagare inom de kulturella och kreativa branscherna har behov av att stöttas i sin utveckling som företagare och inkluderas både inom kultur och näringsliv. Detta kräver mer kunskap och förståelse inom såväl det kulturfrämjande området och som inom det näringsfrämjande området.

7.4.1 Insatser

1. Kompetensförsörjning

Verka för ökad tillgänglighet av fler utbildningar på olika nivåer inom de kulturella och kreativa branscherna, med nära anknytning till näringsliv och arbetsliv – samt framtida passionsdrivna livsstilsföretag.

Utveckla och förstärk insatser för talangutveckling genom sommarkollon och liknande samt kurser med centrala aktörer som gymnasieskolor, folkhögskolor, Gameport etc. Utveckla och förstärk spetsutbildningar för etablerade aktörer i samverkan med högskolor/universitet och Regionsamverkan Sydsverige.

Exempel på aktiviteter: Paketera oemotståndliga erbjudanden av kombinationen fränkoppling-uppkoppling i en unik demomiljö. Attrahera utbildningar för att främja den professionella kulturen.

2. Utveckling av inkubatorfunktioner för kulturella kreativa branscher

Verka för målgruppsanpassad rådgivning, i första hand via befintliga företagsfrämjare i Blekinge, inspirerat utav andra kulturinkubatorers arbetssätt, såsom STPLN och Kreativa Öland. Öka tillgängligheten till företagsfrämjande erbjudanden lokalt. Studiebesök för innovation- och företagsfrämjare, för inspiration samt adoptera kompetens och struktur.

3. Kapitalförsörjning – Möjlighet till uppskalning

Anpassa formerna för, och öka tillgången till, kapitalförsörjning för tillväxt samt stärka företagens efterfrågan på densamma. Främja mötesplatser mellan investerare/affärsänglar och företag inom kulturella och kreativa branscher. Kommunicera möjligheten kring stöd samt synliggöra branschernas väg till framgång.

8 Centrala aktörer för utveckling

Exempel på aktörer, nätverk och initiativ som främjar utveckling av kulturella och kreativa branscher i Blekinge:

- Region Blekinge – Strategiskt ansvarig för den regionala utvecklingen i länet, tar fram prioriteringsunderlag och riktning, stärker samverkan och samordning av insatser samt erbjuder finansieringsmöjligheter genom företagsstöd och projektmedel. Utöver detta verkar regionen genom de regionala kulturverksamheterna, såsom följande:
 - Dans i Blekinge – Ideell förening som verkar för att stärka de professionella dans- och scenkonsten i länet.
 - Filmregion Sydost – Verkar för att stärka filmen och den rörliga bildens ställning och utveckling i sydostregionen (Blekinge, Kalmar län och Kronoberg). Erbjuder möjlighet till produktionsstöd.
 - Konst i Blekinge – Utvecklar konstområdet med en hållbar infrastruktur i länet, samt främjar konsten lokalt, regionalt och internationellt. Arbetet sker i samarbete med Kulturcentrum Ronneby konsthall. Ronneby utgör en regional nod för konsten i länet.
 - Litteratur i Blekinge – Främjar litteratur och berättandet som konstform samt stärker författares möjligheter i Blekinge. Regional nod för litteratur i Olofström.
 - Musik i Blekinge – Länsmusiken verkar för utveckling av det professionella musiklivet i länet, ökade arbetstillfällen för frilansmusiker och att utveckla barn och ungdomsverksamheten.
 - Regionteatern Blekinge Kronoberg – Regional verksamhet i två län med internationell dansscen/nod för scenkonst i Karlshamn.
 - Slöjd i Blekinge – Främjar kunskap och samverkan om slöjd och konsthantverk i länet utifrån ett näringsinriktat, kulturarvsinriktat och kunskapsförmedlande perspektiv. Genom utveckling av slöjdområdet skapas möjligheter för ett mer hållbart och inkluderande samhälle.
- Länsstyrelsen – arbetar utifrån att det ska finnas en mångfald av kulturmiljöer, byggnader och anläggningar. Länsstyrelsen fördelar årligen statliga bidrag till värdefulla kulturmiljöer i länet. Särskilt stöd finns att söka för utveckling och vård av kulturmiljöer på landsbygden.
- Kommunernas kulturenheter – Främjar utvecklingen av kultur lokalt. Nätverkande, initiativtagande samt innehar finansiella möjligheter till stöd.
- Kommunernas näringslivskontor – Främjar utvecklingen av näringslivet lokalt. Nätverkande, initiativtagande samt innehar finansiella möjligheter till stöd.
- Almi företagspartner – Erbjuder affärsutveckling, företagslån och riskkapital.
- Blekinge Business Incubator – Stöd till nystartade företag med fokus på tillväxtbolag.
- Blue Science Park – En innovationsplattform med inriktning Digitalisering och Marin sektor.
- Coompanion Blekinge – Rådgivning för utveckling av kooperativa och liknande företag.
- Gameport – Stöd till nystartade företag inom spelindustrin.
- NetPort Science Park – Arbetar med innovationsbaserad tillväxt och samhällsutveckling bland annat genom olika forsknings- och utvecklingsprojekt inom Digitala medier, Intelligent transportssystem och Energi.
- Nyföretagarcentrum – Erbjuder kostnadsfri och konfidentiell företagsrådgivning, mentorprogram och nätverk för nystartade företag.

9 Effektlogik – samband mellan strategi och handlingsplan

Vad/Varför	Växtplats Blekinge och Regional kulturplan beskriver den långsiktiga visionen.	
Hur	Kreativa Blekinge är en handlingsplan som konkretiserar vad, hur, när och vem (organisation/målgrupp).	
Göra	Utvecklingsinsatser genomförs av olika aktörer i Blekinge, dels inom ramen för befintligt uppdrag och/eller i större satsningar som exempelvis projekt.	
Regional utvecklingsstrategi Växtplats Blekinge		
Vision		
Fler människor lever, arbetar och utvecklas i Blekinge. En god och trygg uppväxt- och livsmiljö, öppenhet för nya idéer och innovationer ger kraft till hållbar tillväxt, utveckling och livskvalitet. Blekinge är en plats där både människor och företag växer.		
Önskat läge		
Framtidens Blekinge är starkt präglad av öppenhet, framåtanda, kreativitet och innovationskraft.		
Utmaning	Utmaning	Utmaning
Blekinge behöver stärka sin boendeattraktivitet, särskilt för unga.	Utveckla nya arbetssätt och samarbeten genom ökad innovation och effektiviseringar.	Behov av ett breddat näringsliv med minskad sårbarhet och omställning till framtidsbranscher.
Prioriteringar	Utveckla attraktiva, hållbara och väl gestaltade livsmiljöer.	
	Skapa öppna arenor för sektors- och branschöverskridande samarbeten.	
	Främja ett mer internationaliserat näringsliv.	
	Främja ett breddat näringsliv och minskad sårbarhet.	
Regional Kulturplan för Blekinge 2022-2025		
Mål	Främja fler deltagare i Blekinges kulturliv, särskilt barn och unga vuxna.	
	Stärkta förutsättningar för professionella kulturskapare att verka och utvecklas i Blekinge, i fortsatt samverkan med Sydsverige.	
	Kulturen och kulturskaparnas förmågor tas tillvara inom alla samhällssektorer för att stärka kreativitet och innovationskraft i Blekinge.	

Handlingsplan för kulturella och kreativa branscher 2023-2030

Utvecklingsområden	Samverkan – växande näringsliv och innovation	Internationell lyskraft	Platsens betydelse för de kulturella och kreativa branscherna och vice versa	Infrastruktur	
	Mål Ökat samarbete mellan politikområdena på alla nivåer, samt mellan företag och aktörer både inom kreativa näringarna och tvärsektorielt.	Mål Ökat deltagande av kulturella och kreativa branscher inom det exportfrämjande arbetet samt ökad exponering av Blekinges bolag interregionalt och internationellt.	Mål Stärka förutsättningarna för att fler kreativa miljöer initieras och växer sig starka med livskraftiga företag som berikar varandra och platsen.	MÅL Aktivt verka för att tillvarata möjligheterna som trenderna pekar på.	
	Insatser - Etablera partnerskap - Stärk arenor för samarbete - Internationell samverkan	Insatser - Internationalisering - Made in Blekinge pop-up market	Insatser - Öka kritisk massa - Integrera kreativa branscher - Platsens betydelse	Insatser - Kompetensförsörjning - Utveckla inkubatorsfunktioner - Kapitalförsörjning	