

KKN-utbildning södra Sverige

Minnesanteckningar seminarium 3, Karlshamn

Blekinge Tekniska Högskola

Leo Andrea Nordwall, programansvarig Digital bildproduktion

Blekinge Tekniska Högskola (BTH) är en teknisk högskola med fokus på IT och hållbarhet. Att institutionen heter *Institutionen för teknik och estetik* är ingen slump – det är viktigt att detta hänger ihop under hela utbildningen.

Utbildningen och forskningen utgår ifrån tre olika perspektiv: teknikutvecklingen är viktig, men den måste hänga ihop med kontexten och ha ett kunskapsperspektiv för att bli meningsfull. Målet är att forma studenter med kritiska design- och kunskapsperspektiv.

BTH samverkar ofta nära externa parter med fokus på kontext, prototyputveckling och hållbarhet. Studenterna behöver verkliga sammanhang att verka i och testa nya koncept. Kontakta Leo Andrea Nordwall för idéer om samverkan.

The Glass Factory

Ann-Christine Torgnysson, Emmaboda kommun

Kommunsamarbetet Glasriket var startpunkten för flera saker, bl.a. projekt med designstudenter som genererade ett antal förslag till utvecklingsprojekt. Detta fick i sin tur en del spinoff-effekter med designaktiviteter runt om i de fyra kommunerna som samarbetar. "Vi har inte kritisk massa var och en för sig – hur kan vi hitta en gemensam?"

Syftet är att skapa tillväxt genom design och därmed också arbetstillfällen för designers och konstnärer.

Maja Heuer, museichef

Glass Factory handlar om "Placemaking" – att utgå ifrån vilka resurser man har och göra något mer av det. Glass Factory är både ett museum med utställningsverksamhet och en tillväxtmiljö/inkubator för kreativa näringar. Dessa verksamheter ska hänga ihop och stärka varandra. Bl.a. produceras och säljs en del olika events och programverksamhet på Glass Factory. Man gör också matchmaking mellan designers och produktionsföretag. Själva matchmakingen kan också bli en affärsverksamhet när den visat sig framgångsrik och leder till produkter på marknaden.

När man har stora ytor och lokaler, som det ofta är på landsbygden, kan man lättare erbjuda/hyra ut ateljéer och ha artists in residence. Det gäller att dra till sig kreativa människor som drar till sig fler kreativa människor.

Susanne Stockman jobbar med affärsutveckling med fokus på marknad och sälj för småföretag.

2020 kommer den internationella konferensen [Glass Art Society](#) till Kalmar län.

Live Green & Young Innovation Hub

Louise Lindén, social entreprenör

Louise definition av en social entreprenör är en som inte bara räknar vinsten i pengar utan minst lika mycket i påverkan på samhället (impact). Louise har startat Live Green och Young Innovation Hub. Båda har som mål att bygga en mer inkluderande, hållbar och rättvis värld med unga som motor. Båda har uppstått ur grundarnas frustration.

- Hur bygger vi ungt engagemang och entreprenörskap?
- Hur kan festivaler/kulturevents vara en arena för förändring?
- Vad kan kommunerna göra?

Tre viktiga erfarenheter av hinder är ett föråldrat skolsystem som inte uppmuntrar kreativa initiativ, Jantelagen som säger att "det där klarar du aldrig" och byråkratiska krokben som kan sätta hinder för innovation och utveckling.

Det är viktigt att det finns mötesplatser som stimulerar innovation och "empowerment". Det är viktigt att unga är med och skapar mötesplatser för unga. Det är viktigt att lyfta unga förebilder för att inspirera fler unga.

Hur får man unga att våga satsa på entreprenörskap? "Synliggör andra framgångsfaktorer än framgång i skolan! Döda aldrig en idé! Du måste inte satsa på den, men döda den inte."

Louis tips:

- Involvera, rekrytera och investera i unga! Visa med plånboken!
- Lyft lokala förebilder!
- Mångfaldsanpassa stödsystem!
- Våga ge unga den första chansen!

Tips från Halland: [Coompanion](#)

Tips från Emmaboda: [Ung Drive](#)

Göteborgs universitet

Strategisk evenemangsplanering – kommunens roll i samband med evenemang

Erik Lundberg

Varför engagerar sig städer/kommuner/regioner i evenemang?

Dels finns de ekonomiska effekterna – vilket man ofta lägger mest vikt vid – men kanske är de största effekterna sociala, attitydmässiga, kulturella och politiska, vilket är svårare att mäta. Det går dock att använda som argument om man jobbar strategiskt med frågan. Man kan t.ex. peka på faktorer som attraktion, image och utveckling av infrastruktur och aktiviteter (livskvalitet).

Man kan tydligt se att inbudade evenemang som t.ex. turnerande stora evenemang inte ger några effekter när det gäller platsmarknadsföring. Det gör däremot återkommande evenemang som bara sker på den platsen.

Evenemangsportföljen – ett strategiskt verktyg

En samling av evenemang som hanteras strategiskt mot **mål** och för att skapa **värde**. Ska ge avkastning på lång sikt med minimal **risk**. Det är dock inte bara kommunens egna mål man ska tänka

in utan även andra lokala intressenter, d.v.s. de som berörs av evenemangen. En fördel är att man med en portfölj är att man får en överblick över vad som finns, vad som kanske saknas utifrån de mål man har och vad som kanske har en omotiverad övervikt (för mycket av samma).

Hultsfredsrebellen

Putte Svensson Sahlin

Putte var med och startade Hultsfredsfestivalen men har genom åren kommit att starta en mängd andra verksamheter och företag.

”Jag har inte jobbat med kultur, jag har jobbat med samhällsutveckling.”

Entreprenörens tre grundstenar:

- Magkänsla – vad är jag bra på? Marknadsanalys, omvärldsanalys.
- Rocka fett – marknadsstrategi, synas på ett sätt som ingen annan gör.
- Skapa cred – man måste göra bra saker.

Kolla Puttes bok hos KK-stiftelsen (Funk/Punk).

Idag finns ca 60 företag och verksamheter: konserter och events, popkollo för tjejer, replokaler och studio, högskola med 700 studerande, fyra festivaler och svenskt rockarkiv med över 250 000 album.

Var inte förblindad av de gamla lösningarna, håll koll på förändringarna som ändrar spelreglerna.

Målet är att 90 % av Sveriges befolkning ska förknippa Hultsfred med musik.

”Fyller vi centrum med musik och kultur så kommer butikerna att vilja flytta tillbaka till centrum för att det är där folk är.”

Håller bl.a. på att utveckla ett samarbete med Nashville Hall of Fame kring musikerresidens.

PLX Translunar

Alexander Höglund

Alexanders konstnärskap började i den lokala amatörteaterföreningen i Karlshamn. En sådan verksamhet kan forma ett helt liv och entreprenörskap. Från detta gick Alexander vidare till lajv, som skapade ett engagemang och driv att fortsätta med konst och kultur. Anledningen till att Alexander kan verka som kulturell entreprenör är att han växt upp i en miljö av kommunalt stödda konst- och kulturverksamheter för barn och unga där han kunnat testa och utvecklas.

PLX har lokaler och verksamhet i Malmö och gör festivalen Translunar på Tjärö i Blekinge.

Lars Strannegård – rektor för handelshögskolan i Stockholm - har sagt att kultur och konst inte är ett medel utan meningen med allt annat vi gör. Entreprenörskapet kan däremot komma som ett resultat av den meningsfulla verksamheten.

Något som har varit väldigt viktigt och stimulerande för PLX utveckling i Malmö var att kommunens handläggare och fastighetsägaren visade intresse för verksamheten och var intresserade av en dialog om verksamhetens utveckling och behov.

Festivalen Translunar på Tjärö får bra stöd från både Region Blekinge och Karlshamns kommun. Det är inte bara ekonomiskt stöd utan även praktiskt (bussar t.ex.) och en dialog om utveckling och behov.

Tjörnedala Konsthall/ÖSKG

Susanne Lindblad

Östra Skånes konstnärsgrupp (ÖSKG) var först med konstrunda för 50 år sedan. Konstrundan startades 1968 av fem konstnärer som ville möta sin publik. Det kom tio personer. 1974 bildades ÖSKG för att det fanns ett behov av att organisera sig pga. konstrundan hade växt. Idag består verksamheten av ett antal aktiviteter över hela året samt en utställningsverksamhet på Tjörnedala Konsthall.

Från 2017 har ÖSKG gjort seminarier om hur konstnärlig verksamhet driver tillväxt och utveckling. Detta är ett sätt att närma sig framtidens utmaningar och vad konsten kan bidra till.

Nästa seminarium: Tjörnedala 2019 12 april: Konsten – framtidens ekonomi!

Idag omfattar de skånska konstrundorna 500 konstnärer, 60 000 besökare, 455 000 ateljébesök och 58,8 Mkr spenderade varav 36,5 Mkr på konst.

Tips till kommunerna:

- Ge rätt förutsättningar
- Tydlig rollfördelning – armlängds avstånd, lita på aktörerna
- Optimera stödstrukturerna – det är tufft för små aktörer att söka många projektbidrag
- Behandla kultur som en prioriterad investering
- Arbeta långsiktigt med vision, strategi och handlingsplan för kulturen
- Öppenhet för medverkan i finansiering av tillfälliga "profilprojekt"
- Lyhördhet för kulturaktörernas behov
- Samverkan över traditionella politikområden
- Intresse för verksamheternas aktiviteter – inte bara pengar är viktigt, dra nytta av det som händer