



REGIONSAMVERKAN SYDSVERIGE

KKN-konferens södra Sverige 2019

Minnesanteckningar 3 oktober 2019, Hässleholm Kulturhus

Therese Wallqvister, Tillväxtverket

Hur ser KKN-sektorn ut i Sverige?

- 50 % av kulturföretagen finns i Stockholm
- 80 % av företagen är soloföretag.
- Mer innovativa än företag i snitt. Mer positiva till framtiden. Mer digitala i kärnverksamheten (inte bara administrativt alltså). De samverkar också mer med andra företag än näringslivet i stort.
- Dubbelt så många KKN-företag exporterar som företag i stort – på alla marknader. Hänger mycket på typen av tjänster och produkter.

De hinder för att växa som kulturella och kreativa företag uppger är:

- Egen tid för kärnverksamhet och strategiska frågor
- Lagar och myndighetsregler
- Tillgång till lämplig arbetskraft
- Tillgång till lån och krediter
- Tillgång till extern ägarkapital
- Kapacitet i nuvarande lokaler, utrustning, etc.

Rekommendationer från Tillväxtverket:

- Anpassa näringsfrämjandet till soloföretag
- Stärk nationella satsningar för digitalisering av kulturella och kreativa näringar
- Utveckla exportstödet till kulturella och kreativa näringar
- Främja strategiskt arbete kring immateriella tillgångar

Ellen Ekh Åkesson, konstnär

Konstutbildningen innehöll inget om företagande. Ellen gick en Almi-utbildning i att starta företag men mycket av det som lärdes ut var svårt att tillämpa på konstnärligt skapande. Det blev ensamt att jobba som konstnär och Ellen gick ihop med fler konstnärer och byggde upp kollektivverkstad i Pukeberg.

Idag har hon samarbete med t.ex. Kosta Boda och Daniel Berlin.

Möten med andra branscher skapar krav på kompetenser som man inte har som konstnär – tillstånd, juridik, avtal, teknik,

Vad behövs från det offentliga? Stöd till gräsrotsnivån – utbildningar, ateljéer, kollektiva verkstäder, utställningsmöjligheter, riktat företagsstöd, samverkan/nätverk. Projektutlysningar funkar sämre på lång sikt, eftersom det ofta inte finns resurser att förvalta resultaten av de tillfälliga projekten.

När det gäller att bygga upp nätverk kan man lika bra agera nationellt och internationellt direkt om man ser sådana möjligheter – även om man inte är så stor själv eller har ett stort lokalt/regionalt nätverk redan.

Språkförståelse mellan sektorerna kultur och näringsliv behöver bli bättre. När vi väl pratar med varandra visar det sig ofta att det finns möjligheter som vi inte kände till eller trodde var möjliga.

Caroline Dahl, SLU

Spaning om platsens utveckling – eller – Var får KKN plats?

En utmaning som många platser har är att man för lite tar vara på det som redan finns. Vi vill gärna bygga något helt nytt och ofta blir det identitetslöst och segregat. Just nu byggs det för ensidigt och dyrt.

Ett exempel på hur man kan bygga på det befintliga och skapa en miljö med en bra blandning av aktörer och verksamheter är den franska staden Nantes. Där valde man i en arkitekttävling på 1990-talet en lösning som var en metod för hur man ska utveckla stadsdelen istället för en ritning, dvs att låta stadsdelen utvecklas i en process istället för att rita det färdigt från början. Man satsade på att utveckla det offentliga rummet så att det stimulera gemensamma aktiviteter, offentliga konstprojekt, använde kulturarvet (hamn och industri) och byggde även nytt på det. En utgångspunkt var också vilka verksamheter och rörelser som fanns och behövde platser. Viktigt var att de nybyggda bostäderna blev i olika prisklasser och stilar.

Man byggde också om några stora industrihallar till tillfälliga lokaler för ensamföretagare som därmed kunde få ett kollegialt sammanhang, samverkan och grundläggande företagservice. Det visade sig vara populärt bland företagarna, bl.a. inom kulturbranscherna.

Carolines hypotes: hur man bedriver stadsplanering påverkar förutsättningarna för KKN-företagens möjligheter. Det måste bygga på att man undersöker vad, vem och vilka som finns och verkar i staden och vilka behov som de har. Sedan måste man upprätthålla en löpande dialog och följa upp hur det fungerar. Låt utvecklingen pågå ständigt.

Sammanfattande budskap:

- Lokaler och platser av olika skala och prislägen.
- Riv & renovera inte allt!
- Möjliggör för tillväxt.
- Arbeta platsspecifikt med förvaltning av områden.
- Utnyttja "mellantiden" för tillfälliga lokaler.
- Utveckla nya affärsmodeller!

Alexander Höglund, konstnär

Sambandet mellan hur man blir konstnär och det offentliga.

Alexander började i en amatörteaterförening i Karlshamn som tioåring. Det gav den kick som fått Alexander att fortsätta att arbeta som konstnär. Genom att hålla på med kultur i föreningar i unga år byggdes kompetensen att "göra en budget och skapa arrangemang som förändrar livet för individer.

Efter gymnasiet läste Alexander till civilekonom, jobbade, gick på Stockholms filmskola och sedan på konstakademi i Amsterdam. En erfarenhet av att bo i Nederländerna, där man väldigt starkt identifierar sig med de stora konstnärerna (Van Gogh, etc) är att man därför satsar de mycket på att många ska få möjlighet att utveckla sina konstnärliga intressen och färdigheter.

Butiksdöden skapar många nya tillfälliga scener om man ser möjligheterna.

PLX flyttade in i en f.d. tandläkarprotesfabrik i Malmö och producerade utställningar. Malmö stad och det kommunala bostadsbolaget visade intresse och öppnade för att använda fler oanvända lokaler och delta i stadsplaneringsarbetet. Det har lett till att Höglund startat en arkitektfirma.

Johanna Forsman, VD StoryTourist

StoryTourist gör guidade turer i fotspåren på karaktärer från fiktion (böcker, filmer, etc). Idén uppstod när Johanna var ute och reste och samtidigt läste en bok som utspelade sig i den miljö hon reste i.

En del av utvecklingsarbetet med affärsidén skedde i ett projekt i samarbete med Malmö stadsbibliotek med stöd från Kulturrådet.

Första investeringsrundan är nu klar, sex personer är anställda och andra investeringsrundan på gång. Valde att bli en startup, vilket både har sina risker och fördelar.

Johannas reflektioner över det offentligas stöd till företagare:

Stjälper – motsatsförhållanden:

- Innovationssystemen skiljer mellan samhällsnytta och vinstdrivande
- De skiljer mellan lokalt och internationellt, verkligheten ser inte ut så längre
- Startupvärlden är mer full av ansökningar än kulturvärlden – tar för mycket tid.
- Snäva ramar och boxar att fylla i – kriterierna är för fyrkantiga
- Projektifieringen som kräver kortsiktighet och tvingar in befintlig verksamhet i projekt motverkar den långsiktiga överlevnaden

Hjälper:

- Pilotprojekt öppnar dörrar. Jättebra i utvecklingsfas – gärna i samarbete med kommunen eller annan offentlig aktör.
- Värdefullt att bli vidarelotsad i systemet av någon ”inne i systemet”
- Kravlös första hjälp finns
- Det finns också lättsökta små summor. Boost Hbg är ett föredöme på den punkten.
- Affärsmodellering – man får ofta lägga på affärsmodellen i efterhand eftersom idén inte utgår ifrån en idé om att tjäna pengar. Bra att man kan få hjälp med det.
- Inkubatorer, mötesplatser och lediga lokaler viktigt för soloföretagare i början av sin bana.
- Lyfta och synliggöra företagen från offentliga aktörer.

Sölvesborgs kommun

Sanna Persson, Pernilla Weirum, Malin Nordgren-Hansson, Anna Carlsson

Kultur- och näringslivsansvariga tjänstepersoner fick erbjudandet att gå KKN-utbildning södra Sverige och hittade varandra. Redan under första seminariet fick man idén att göra nya moderna souvenirer

(textilier, smycken, interiör och en Sölvesborgstatuering) designade och tillverkade i Sölvesborg. Man gjorde en projektplan, vilket underlättade för att söka regionala medel. Region Blekinge var också väldigt stöttande. Sedan bjöd man in lokala företag till en lokal plattform och bad dem ta fram souvenirer som de tyckte var Sölvesborg för dem.

Två utmaningar var att få tillverkningsföretagen intresserade och att få formgivarna att tro på sina idéer.

Man öppnade också en popup-souvenirbutik under stadsfestivalen Kilibom. Butiken var en del av kulturkvarteret som fanns under festivalen. Ett resultat av detta blev att fler företag inblandade. En effekt är att flera kreatörer har växt i självförtroende och kommunen har bättre relationer med de tillverkade företagen.

Eftersom tillverkningen sker lokalt blir produktionen hållbar. Projektet har också lett till spinoff-effekter, som t.ex. fördjupat samarbete mellan designer och producenter. De deltagande företagen har också blivit mer synliga lokalt och lett till nya lokala partnerskap.

Det har varit extra kul att jobba med detta projekt eftersom det har varit så många människor inblandade från olika områden.

Mörbylånga

Susanne Bredesjö Budge, Fanny Loeb

Inkubatorn Kreativa Öland är ett initiativ som togs av Mörbylånga kommun för att stötta KKN-företag. Mörbylånga ligger över Sverige-snittet när det gäller andelen kreativa företag.

Kulturpolitikerna var tydlig med att man ville ha en kulturinkubator när man tog sitt kulturpolitiska program. Driften görs av Capellagården och Ölands folkhögskola. Verksamheten drivs därmed under läsåret september – maj med måndagsträffar (6 h), föreläsningar och studiebesök och möjlighet att låna ateljéer på Capellagården. Kommunen går in med 200 tkr årligen.

Styrgruppen tar ut vilka som får delta i programmet och det finns en deltidsanställd verksamhetsledare.

Syftet är att skapa anpassad företagsutveckling för deltagarna, inspirera ideella verksamheter till företagande, stimulera samarbete genom ett kollegialt sammanhang och fånga upp studenterna på folkhögskolorna och koppla upp dem mot det lokala företagslivet och kanske stanna kvar.

Utmaningar

- Vikten av rätt verksamhetsledare
- Balans i deltagargruppen
- Mäta och redovisa direkta resultat
- Stor variationer av konstformer och erfarenhet bland deltagare
- Inflyttning av deltagare
- Samarbete mellan deltagare
- Efterfrågan från andra kommuner
- Alumninätverk

Nationellt projekt med Vinnova-pengar är på gång. Besked nästa vecka.

Avslutande diskussion - Vad gör vi framöver?

Marcus Fredriksson, Karlskrona: vi fortsätter samarbeta med regionen som har en bra kunskap. Som tjänsteman kan man göra stor skillnad genom små medel. Den möjligheten ska vi använda.

Hur skapar man kreativa kärnor? Vilka injektioner krävs?

Emma Gröndahl, kulturutskottet Regionsamverkan Sydsverige: Vi måste fortsätta "tvingas" ses över sektorsgränserna. Det är jättebra att få se konkreta exempel på när samverkan verkligen ger konkret effekt som vi har sett under den här dagen.

Karin Helmersson, regionala utvecklingsutskottet Regionsamverkan Sydsverige: Vi har satt igång något som vi måste vårda och utveckla.

Mats Hallberg, Helsingborg: Vi behöver där jobba lite mer systematiskt med frågorna. Ska ta fram ett nytt kulturpolitiskt OCH ett nytt näringslivspolitiskt program på gång. Där ska detta in. Vi får inte missa ett enda jobb. Vi måste vara tydliga med vad vi vill och hur vi vill jobba. Hur kan vi till exempel koppla kreatörerna till det traditionella näringslivet?

Ellen Ehk Åkesson: Det finns ett stort intresse från näringslivet att ta del av den kunskap som finns i kulturbranschen. Det vill jag sprida till mina konstnärskollegor. Kommer också börja jobba med Artists in residence och där finns möjligheter till näringslivskopplingar.