



Kunnskapsverket
Nasjonalt senter
for kulturelle næringer

rapport 01/2019

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative
og kulturelle næringer lokalisert
utenfor Oslo





Kunnskapsverket © 2019

Adresse: Kunnskapsverket C/O Høgskolen i Innlandet,
Postboks 400, N - 2418 Elverum

www.kunnskapsverket.org
kontakt@kunnskapsverket.org

Tittel: Der ingen skulle tru...
- Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Forfattere: Iveta Malasevska og Birgitta Ericsson

Design: Guro Nordby Waagene

Cover foto: Johan O Nolan fra Unsplash

Foto: s. 21, Simon Williams fra Unsplash, s. 63, Edu Lauton fra Unsplash

Rapport nr: 01-2019

Dato: Oslo, 29. oktober 2018

ISBN: 978-82-93482-35-2

Rapporten er utarbeidet av Østlandsforskning på vegne av Kunnskapsverket. Formålet er å illustrere og beskrive den regionaløkonomiske geografien til kreative og kulturelle næringer i Norge. Tilsvarende analyser er gjennomført blant annet i Storbritannia. I Norge er det etter hvert utarbeidet flere oversikter over kulturelle og kreative næringers bidrag til verdiskaping, sysselsetting og antall virksomheter, som har vist at mye foregår i Oslo. Da framstår alle andre steder som «små». Vi har sett på den geografiske strukturen for disse næringene, når man ser bort fra Oslo, noe som uten tvil nyanserer bildet.

Rapporten er av mer eksplorerende karakter til i hvilken grad data fra Brønnøysundregistre kan gi svar på hvordan det går med de kreative og kulturelle næringene utenfor Oslo, når det gjelder verdiskaping og sysselsetting. Det er i arbeidet også lagt vekt på å beskrive strukturene, mens det i en oppfølgende rapport tas sikte på en mer analytisk tilnærming. Det er også brukt et – til nå – i Norge lite brukt indikatorenmål på klyngedannelse, «horisontal lokaliseringskvotient» (HLQ), som har vist seg å supplere den «vanlige» lokaliseringskvotienten (LQ) med nyttig informasjon.

Arbeidet har hatt et omfang tilsvarende 1.5 månedsverk. Birgitta Ericsson har vært prosjektleder og Iveta Malasevska har hatt hovedansvaret for skrivingen av rapporten. Takk også til professor og leder av Kunnskapsverket, Atle Hauge, som har vært oppdragsgiver og gitt nyttige innspill til prosjektet.

God leselyst!

Merethe Lerfald
Forskningsleder

Birgitta Ericsson
Prosjektleder

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	10
Innledning	14
1.1 Bakgrunn	14
1.2 Problemstilling	15
2. Datagrunnlag og metode	16
2.1 Populasjon	16
2.2 Lokaliseringsparametre	20
3. Resultater	22
3.1 Antall virksomheter	22
3.2 Sysselsetting	23
3.3 Bransjeklynger utenfor Oslo	28
3.4 Verdiskaping	33
3.4.1 Utvikling i verdiskaping på regionalt nivå i perioden 2007 – 2016.	37
3.4.2 Utvikling i verdiskaping på bransjenivå i perioden 2007 – 2016.	38
Referanser	64

Vedlegg A	66
Vedlegg B	70
Vedlegg C	74
Vedlegg D	75
Vedlegg E	77
Vedlegg F	79
Vedlegg G	81
Vedlegg H	83
Vedlegg I	86
Vedlegg J	89
Vedlegg K	90

Sammendrag

Kreative og kulturelle næringer har fått mye oppmerksomhet i det siste, både fra politikere, virkemiddelapparat og akademia. Dette fordi de er en vokser i seg selv og det antas at de har potensial for å fremme utvikling i andre deler av økonomien. Det er velkjent at kreative og kulturelle næringer i Norge er konsentrert i Oslo (Gran, Torp, & Theie, 2016; Power & Spilsbury, 2017; Statistisk sentralbyrå, 2017). Formålet med denne rapporten er å illustrere og analysere den geografiske fordelingen av kreative og kulturelle næringer i Norge utenfor Oslo. Vårt analysenivå har i hovedsak basis i økonomiske regioner. Dette fordi vi ser at kommunegrenser i de fleste tilfeller blir noe snevert – den funksjonelle økonomiske regionen strekker seg i de fleste tilfeller utenfor den enkelte kommunes grenser.

Data for analysene er hentet fra Brønnøysundregistrene ved hjelp av Bisnode-databasen, som inneholder regnskapsinformasjon om de fleste regnskapspliktige virksomheter i Norge.

I denne rapporten utgjør følgende bransjer de kreative og kulturelle næringene: annonse og reklame, arkitektur, biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter, film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto virksomheter, forlagsvirksomheter, musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter, spesialiserte designvirksomheter og virksomheter som driver med utgivelse av programvare for dataspill.

Data for analysene omfatter nevnte bransjer i *alle økonomiske regioner utenfor Oslo*.

Viktige funn:

- Det var 8 657 virksomheter (regnskapspliktige) i kulturelle og kreative næringer i Norge som hadde en omsetning på mer enn 50 000 kroner i 2016. En tredjedel (32 prosent) av disse befant seg i Oslo, mens 68 prosent var lokalisert i andre økonomiske regioner.
- Det var 66 510 sysselsatte i kreative og kulturelle næringer som jobbet i virksomheter med en omsetning på mer enn 50 000 kroner i 2016. 51 prosent av dem var ansatt i virksomheter lokalisert i Oslo, mens 49 prosent var lokalisert i andre økonomiske regioner i Norge.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

- Horisontal lokaliseringskvotient (HLQ) er en bedre indikator på klyngetendenser i en næring eller bransje enn det mer vanlige målet lokaliseringskvotient (LQ). Dette fordi HLQ si tar hensyn til den relative betydningen av en næring og størrelsen på agglomerasjonen.
- HLQ viser at de største konsentrasjonene av sysselsatte i kreative og kulturelle næringer utenfor Oslo finner vi i Bergen, Trondheim og Stavanger/Sandnes (se Figur 1).



Figur 1. Konsentrasjonen av kreative og kulturelle næringer utenfor Oslo etter horisontal lokaliseringskvotient i 2016.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

- Regional spesialisering i følge HLQ:

- *Reklamebransjen* konsentrerer seg i Fredrikstad/Sarpsborg, Bærum/Asker, Trondheim, Tønsberg/Horten og Kristiansand.
- *Arkitekturbransjen* konsentrerer seg i Trondheim, Bergen, Tromsø og Nordfjord.
- *Biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter* finnes i flere regioner, men ingen region skiller seg ut med en mye høyere konsentrasjon enn i andre økonomiske regioner.
- *Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio- og fotovirksomheter* konsentrerer seg i Bergen, Trondheim, Lillehammer, og Levanger/Verdalsøra.
- *Forlagsbransjen* konsentrerer seg i Bergen, Hammerfest, Ålesund, Elverum og Moss.
- *Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter* konsentrerer seg i Bergen, Stavanger/Sandnes og Trondheim.
- Konsentrasjonen av sysselsetting utenfor Oslo i virksomheter som driver med utgivelse av *programvare for dataspill* er veldig svak. Det er kun tre økonomiske regioner som hadde positive HLQ verdier - Bergen, Hamar og Drammen.
- *Designbransjen* konsentrerer seg i Bergen, Stavanger/Sandnes, Follo og Fredrikstad/Sarpsborg.

- Total verdiskaping i kreative og kulturelle næringer utenfor Oslo var i 2016 15.2 milliarder kroner. Det utgjorde 41 prosent av den totale verdiskaping i kreative og kulturelle næringer i Norge.

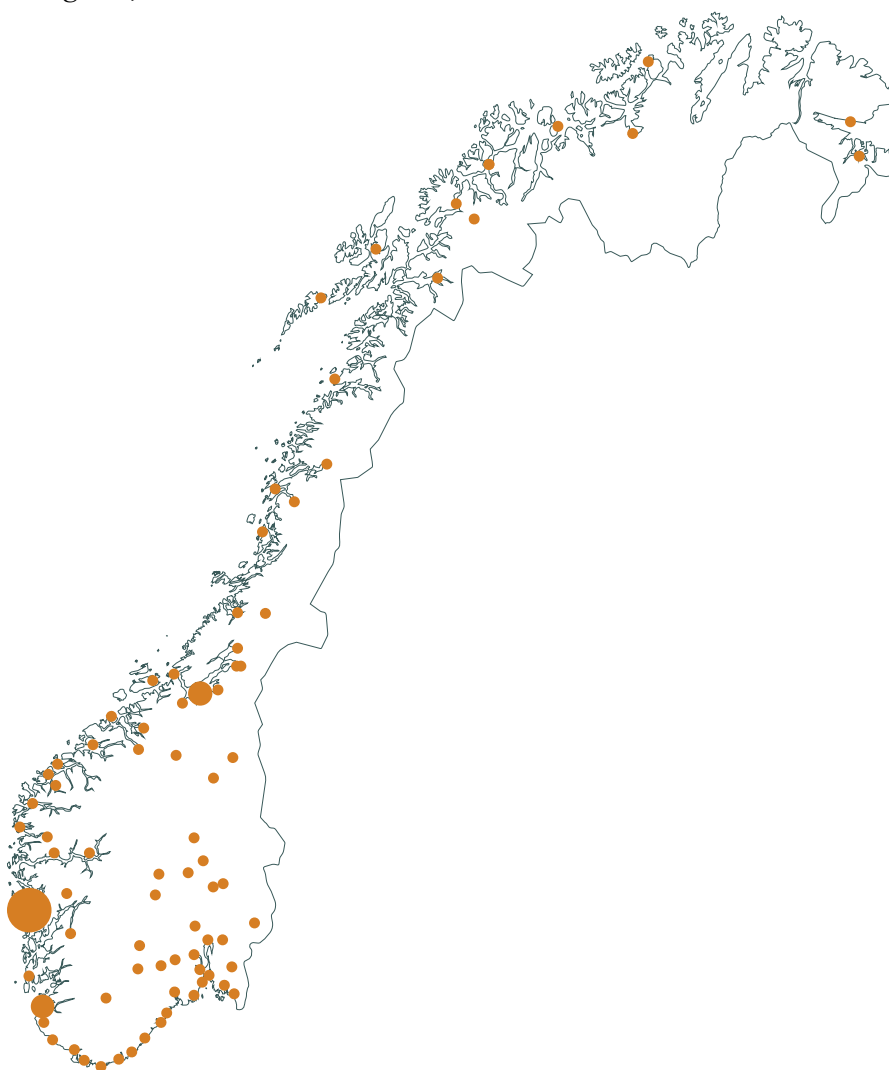
- Målt per innbygger hadde økonomiske regioner med høy verdiskaping i kreative og kulturelle næringer, en tendens til å være mer spesialiserte til én bransje innenfor disse næringene. Regioner med størst *total* verdiskaping i kreative og kulturelle næringer var mer diversifiserte (dette er hovedsakelig de største byregionene).

- Verdiskapingen i kulturelle og kreative næringer pr innbygger (kontrollert for størrelse) var størst i Lillehammer og Bergen av regionene utenfor Oslo i 2016.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

- Generelt bidro virksomheter i forlagsbransjen mest til verdiskapingen i kulturelle og kreative næringer, mens virksomheter som driver med utgivelse av programvare for dataspill hadde lavest verdiskaping i kulturelle og kreative næringer utenfor Oslo.
- Det har vært en vekst i verdiskapingen i kreative og kulturelle næringer utenfor Oslo¹ på 62 prosent i perioden 2007 – 2016. Veksten er registrert i alle bransjene.
- Bergen, Trondheim, Stavanger/Sandnes, Drammen, Bærum/Asker og Fredrikstad/ Sarpsborg hadde den største andelen av verdiskapingen utenfor Oslo (se Figur 2).



Figur 2. Konsentrasjonen av kreative og kulturelle næringer utenfor Oslo etter verdiskaping i 2016.

¹ I Oslo har tilsvarende vekst i verdiskaping i kulturelle og kreative næringer vært på 81 prosent siden 2007.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Innledning

1.1 Bakgrunn

Kreative og kulturelle næringer har fått mer fokus og blitt en mer synlig sektor verden over, særlig på grunn av antakelsen om at den har høyt vekstpotensial og er bidragsyter til innovasjon. Kreative og kulturelle næringer har stort potensial i å skape sysselsetting, formidling av kunnskap og å fremme utvikling og gunstige effekter på økonomien (Escalona-Orcao, Escolano-Utrilla, Sáez-Pérez, & García, 2016; Jakob & Van Heur, 2015; Naldi, Nilsson, Westlund, & Wixe, 2015). Det er beregnet at de kulturelle og kreative næringene utgjør nesten 4.5 prosent av den europeiske økonomien, takket være nesten 1.4 millioner små og mellomstore virksomheter som genererer og distribuerer kreativt innhold over hele Europa. Om lag 8.5 millioner mennesker er ansatt i kreative sektorer over hele Europa. Hvis vi tar hensyn til deres betydning for andre sektorer som turisme og informasjonsteknologi, er antallet betydelig høyere (ECBN, 2015).

I følge Statistisk sentralbyrå var omsetningen i kulturelle og kreative næringer på 83 milliarder kroner¹ i 2015 i Norge (Statistisk sentralbyrå, 2017). *BI Centre for Creative Industries* rapporterte at i 2014 var den totale verdiskapingen² i de kulturelle og kreative næringene på 46.9 milliarder kroner³ som utgjør 3 prosent av verdiskapingen i den norske fastlandsøkonomien (Gran et al., 2016). Det er argumentert for at kreative og kulturelle næringer er spesielt viktig i rurale regioner da de synes å fremme lokal og regional utvikling (se f.eks. Bell & Jayne, 2010; Escalona-Orcao et al., 2016; Gibson, 2002; Kneafsey, 2001).

Allerede for to tiår siden begynte forskere å argumentere for at globalisering, drevet av revolusjonen innen informasjons- og kommunikasjonsteknologi, frikopler økonomisk aktivitet fra sin geografiske og sosioøkonomiske kontekst (se Cairncross, 1997; O'Brien, 1992; Ohmae, 1990). Til tross for de teknologiske

1 Unntatt offentlige selskaper som ikke inngår i bedriftsstatistikken.

2 Det økonomiske verdiskapingsbegrepet defineres som summen av bedriftens driftsresultat og lønnskostnader.

3 Kun regnskapspliktige selskaper med verdiskaping på minst 1000 kroner per år.

gjennombruddene, som har redusert betydningen av virksomheters beliggenhet, viser det seg imidlertid at lokalisering fortsatt er viktig for de kreative og kulturelle næringene (Clare, 2013). Virksomheter konsentrerer seg og danner klynger - agglomerasjoner - for å samarbeide og konkurrere med hverandre (Porter, 1998). Geografisk nærhet har viktige fordeler som større tilgang til spesialisert arbeidskraft og bransjekunnskap, kort avstand til kunder og leverandører og mulighet for felles aktiviteter og markedsføring (Boschma, 2005). Dessuten, flere studier tyder på at entreprenører i kreative og kulturelle næringer ser etter mer estetiske stedskvaliteter når man velger sted for virksomheten (Smit, 2011). Årsaken til dette hevdes å være at et distrikt som utstråler kreativitet ved sin visuelle kvalitet, kan påvirke positivt inntrykket av et firma og produktene og tjenestene det tilbyr.

I Norge har Oslo den største verdiskapingen og sysselsettingen som skyldes det faktum at både de største offentlige organisasjonene og de største private bedriftene er lokalisert i hovedstaden (Gran et al., 2016; Power & Spilsbury, 2017; Statistisk sentralbyrå, 2017). Norges geografi, med et polarisert urbant hierarki av noen store byer og et stort antall spredte småbyer og relativt store avstander, bidrar til å skape ujevn økonomisk vekst. Det er en stor politisk vilje opprettholde bosettingsmønster og levedyktige regioner. Dette er en viktig årsak for å utforske de kreative og kulturelle næringenes geografi og dynamikk utenfor Oslo-agglomerasjonen.

1.2 Problemstilling

Den overordnede hensikten med denne rapporten er å illustrere og beskrive den geografiske fordelingen av kreative og kulturelle næringer i Norge. Fokuset er økonomiske regioner utenfor Oslo. I tillegg er det økonomiske bidraget – verdiskapingen – fra kulturelle og kreative næringer estimert i disse regionene.

I denne rapporten ser vi derfor på følgende:

- Forekomsten av klynger ved hjelp av indikatorene sysselsetting og verdiskaping:
 - o Illustrere geografisk konsentrasjonen av kreative og kulturelle næringer i Norge
 - o Illustrere geografisk konsentrasjon av kreative og kulturelle næringer i Norge etter bransjespesialisering
- Hvordan har kreative og kulturelle næringer utviklet seg i ulike økonomiske regioner i løpet av de siste årene og hvilken betydning kan de vurderes å ha regionalt?

2. Datagrunnlag og metode

I denne analysen kartlegger vi utviklingen til de kreative og kulturelle næringene utenfor Oslo når det gjelder verdiskaping, sysselsetting og antall bedrifter.

Kulturelle og kreative næringer er en samlebetegnelse på næringsvirksomhet basert på fremstilling av kulturelle uttrykk som primært kommuniserer gjennom estetiske virkemidler som symboler, tegn, bilder, farger, bevegelser, former, lyder og fortellinger. Visuell kunst, utøvende kunst, musikk, litteratur, film, dataspill, TV og radio, trykte medier, arkitektur, design og reklame inngår i betegnelsen kulturell og kreativ næring (Regjeringen, 2017).

Det er imidlertid forskjellige definisjoner for kulturelle og kreative næringer som har blitt brukt i de tidligere kartleggingene. For en detaljert oversikt over definisjoner brukt i tidligere kartlegginger av kulturelle og kreative næringer, se blant annet Gran et al., 2016.

I denne rapporten valgte vi å ta utgangspunkt i DCMS (*Department for Digital, Culture, Media and Sports*) definisjon som definerer kreative og kulturelle næringer slik:

“those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property” (Department for Digital, Culture, Media and Sport, 2001).

Denne definisjonen omfatter annonse og reklame, arkitektur, biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter, film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto virksomheter, forlagsvirksomheter, musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter, spesialiserte designvirksomheter og virksomheter som driver med utgivelse av programvare for dataspill.

2.1 Populasjon

Populasjonen i denne rapporten består av virksomheter hentet fra standarden for næringsgruppering (SN2007). I Tabell 1 er det satt opp hvilke NACE-koder på 5-sifret nivå som inngår i de enkelte bransjene når vi omtaler de kulturelle og kreative næringene i denne rapporten.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 1. Kreative og kulturelle næringer etter NACE-koder.

KATEGORI	NACE-KODE	NACE-KODE TEKST
Arkitektur	71.111	Plan- og reguleringsarbeid
	71.112	Arkitekttjenester vedrørende byggverk
	71.113	Landskapsarkitekttjenester
Annonse og reklame Spesialisert design- virksomhet	73.110	Reklamebyråer
	74.101	Industridesign, produktdesign og annen teknisk designvirksomhet
	74.102	Grafisk og visuell kommunikasjonsdesign
Film-, video- og fjernsyn- sprogram produksjon, radio og foto	74.103	Interiørarkitekt, interiørdesign og interiør- konsulentvirksomhet
	59.110	Produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer
	59.120	Etterarbeid knyttet til produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer
	59.130	Distribusjon av film, video og fjernsynsprogrammer
	59.140	Filmfremvisning
	60.100	Radiokringkasting
	60.200	Fjernsynskringkasting
	74.200	Fotografvirksomhet
	77.220	Utleie av videofilm, DVD og lignende
Programvare Forlagsvirksomheter	58.210	Utgivelse av programvare for dataspill
	47.610	Butikkhandel med bøker
	47.620	Butikkhandel med aviser og papirvarer
	58.110	Utgivelse av bøker
	58.130	Utgivelse av aviser
	58.140	Utgivelse av blader og tidsskrifter
	63.910	Nyhetsbyråer
	74.300	Oversettelses- og tolkevirksomhet
Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	91.011	Drift av folkebiblioteker
	91.012	Drift- av fag- og forskningsbiblioteker
	91.013	Drift av arkiver
	91.021	Drift av kunst- og kunstindustrimuseer
	91.022	Drift av kulturhistoriske museer
	91.023	Drift an naturhistoriske museer
	91.029	Drift av museer ikke nevnt annet sted
	91.030	Drift av historiske steder og bygninger og lignende severdigheter
Musikk, utøvende og kunstnerisk virksomhet	47.630	Butikkhandel med innspillinger av musikk video
	59.200	Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak
	85.521	Kommunal kulturskoleundervisning
	85.522	Undervisning i kunsthøgskole
	85.529	Annen undervisning innen kultur
	90.011	Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet
	90.012	innen musikk
	90.019	Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen scenekunst
	90.020	Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet ikke nevnt annet sted
		Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet
	90.031	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen visuell kunst
	90.032	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen musikk
	90.033	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen scenekunst
	90.034	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen litteratur
	90.039	Selvstendig kunstnerisk virksomhet ikke nevnt annet sted
	90.040	Drift av lokaler tilknyttet kunstnerisk virksomhet

Regnskapsinformasjon⁴ for perioden 2007 – 2016 er innhentet som verktøy for å se på forretningsaktivitet. Populasjonen er begrenset til virksomheter med en omsetning på mer enn 50 000 kroner i 2016. Dette er også grensen for registrering i merverdiavgiftsregisteret. Det gir et godt utgangspunkt for å lage næringsanalyse, og utelater virksomheter som bare i liten grad driver næringsaktivitet.

Analysen gjennomføres på økonomiske regioner. Økonomisk region er en regional inndeling på nivået mellom fylke og kommune, og tar utgangspunkt i at regionen har en integrert økonomisk samhandling. Det er totalt 89 antall økonomiske regioner, hvorav Oslo er en av disse.

Tabell 2 viser oversikt over eksisterende økonomiske regioner i Norge og antall innbyggere. Den minste regionen målt i innbyggere er Grong med 5 197 innbyggere, mens Oslo med 666 759 innbyggere er klart største, fulgt av Bergen med 431 259 og Trondheim med 255 933 innbyggere.

4 Fra Brønnøysundregistrene gjennom Bisnode-databasen.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 2. Oversikt over økonomiske regioner og folkemengde per 1. januar i 2017 (Kilde: SSB, Standard for økonomiske regioner).

ØKONOMISK REGION	FOLKEMENGDE	ØKONOMISK REGION	FOLKEMENGDE
0191 Halden	32 188	1294 Odda	12 431
0192 Moss	60 887	1295 Voss	16 578
0193 Fredrikstad/Sarpsborg	147 938	1296 Sunnhordland	59 695
0194 Askim/Mysen	51 880	1491 Florø	15 846
0291 Follo	128 774	1492 Høyanger	8 643
0292 Bærum/Asker	184 789	1493 Sogndal/Årdal	27 455
0293 Lillestrøm	215 721	1494 Førde	29 237
0294 Jessheim/Eidsvoll	75 084	1495 Nordfjord	29 085
0391 Oslo	666 759	1591 Molde	65 303
0491 Kongsvinger	49 056	1592 Kristiansund	36 048
0492 Hamar	92 390	1593 Ålesund	96 889
0493 Elverum	39 701	1594 Ulsteinvik	28 342
0494 Tynset	15 043	1595 Ørsta/Volda	19 846
0591 Lillehammer	39 067	1596 Sunndalsøra	10 235
0592 Gjøvik	70 875	1597 Surnadal	9 611
0593 Midt-Gudbrandsdalen	13 388	5085 Trondheim	255 933
0594 Nord-Gudbrandsdalen	18 841	5086 Frøya/Hitra	9 596
0595 Hadeland	29 483	5087 Brekstad	15 313
0596 Valdres	17 825	5088 Oppdal	9 529
0691 Drammen	186 064	5089 Orkanger	22 803
0692 Kongsberg	33 841	5090 Røros	7 669
0693 Hønefoss	39 063	5091 Steinkjer	35 039
0694 Hallingdal	20 746	5092 Namsos	19 873
0791 Tønsberg/Horten	108 286	5093 Stjørdalshalsen	26 133
0792 Holmestrand	14 037	5094 Levanger/Verdalsøra	37 371
0793 Sandefjord/Larvik	108 576	5095 Grong	5 197
0794 Sande/Svelvik	16 149	5096 Rørvik	10 140
0891 Skien/Porsgrunn	113 594	1891 Bodø	82 533
0892 Notodden/Bø	24 915	1892 Narvik	28 058
0893 Kragerø	14 734	1893 Brønnøysund	13 238
0894 Rjukan	5 894	1894 Sandnessjøen	15 289
0895 Vest-Telemark	14 170	1895 Mosjøen	16 348
0991 Risør	9 447	1896 Mo i Rana	32 462
0992 Arendal	82 992	1897 Lofoten	24 439
0993 Lillesand	15 880	1898 Vesterålen	30 499
0994 Setesdal	8 354	1991 Harstad	32 273
1091 Kristiansand	121 582	1992 Tromsø	87 265
1092 Mandal	25 561	1993 Andselv	15 192
1093 Lyngdal/Farsund	20 059	1994 Finnsnes	19 706
1094 Flekkefjord	16 914	1995 Nord-Troms	11 196
1191 Egersund	24 300	2091 Vadsø	15 378
1192 Stavanger/Sandnes	282 293	2092 Hammerfest	25 183
1193 Haugesund	108 933	2093 Alta	25 389
1194 Jæren	56 498	2094 Kirkenes	101 99
1291 Bergen	431 259		

Data for sysselsetting og antall virksomheter var kun tilgjengelig for 2016. Det har derfor ikke vært mulig å analysere utviklingen for perioden 2007 – 2016.

2.2 Lokaliseringsparametre

En av metodene som oftest brukes til empirisk å identifisere den geografiske konsentrasjonen av næringer, er å beregne lokaliseringskvotient (gjerne forkortet LQ) for hver næring i regionene. Lokaliseringskvotient for sysselsetting kan defineres som

$$LQ = \frac{(E_{ij}/E_j)}{(E_{in}/E_n)} \quad (1)$$

hvor, E_{ij} er sysselsetting i næring i i region j ; E_j er total sysselsetting i region j ; E_{in} er nasjonal sysselsetting i næring i ; and E_n er total nasjonal sysselsetting. En LQ større enn 1 indikerer at andelen sysselsetting i en gitt bransje i en gitt region er høyere enn tilsvarende andel i Norge (landsgjennomsnitt). Denne metoden måler imidlertid kun om denne næringen er større eller mindre enn dens andel i landet, og er ikke nødvendigvis en god indikator på eksistensen av næringsklynger. Ulempen er altså at den kun fanger opp om en bestemt næring er *relativt* konsentrert i en region, men inkluderer ikke noen informasjon relatert til den absolutte størrelsen på næringen i den regionen. Et alternativ mål er å bruke *horisontal lokaliseringskvotient* (HLQ) for å identifisere geografisk konsentrasjonen.

HLQ er en bedre klyngeindikator for små lokaliteter, fordi den både identifiserer spesialiseringen av næringsaktivitet, og inneholder informasjon om den absolutte størrelsen på næringen i den lokaliteten (Fingleton, Camargo Iglioni, & Moore, 2004).

HLQ er definert som antall sysselsette av en lokal aktivitet som overstiger forventet antall. Det forventede tallet er likt antall ansatte i aktiviteten som ville eksistere dersom den relative betydningen var den samme som i nasjonaløkonomien, og dermed produserer en LQ lik 1. HLQ beregnes ved først å beregne LQ (se Formel 1). Deretter erstattes E_{ij} med $\hat{E}_{ij}$ for å produsere

$$LQ = \frac{(\hat{E}_{ij}/E_j)}{(E_{in}/E_n)} = 1 \quad (2)$$

hvor, $\hat{E}_{ij}$ er antall ansatte som er nødvendige for $LQ = 1$, gitt de andre verdiene. Endelig er HLQ oppnådd ved å beregne

$$HLQ = E_{ij} - \hat{E}_{ij}. \quad (2)$$

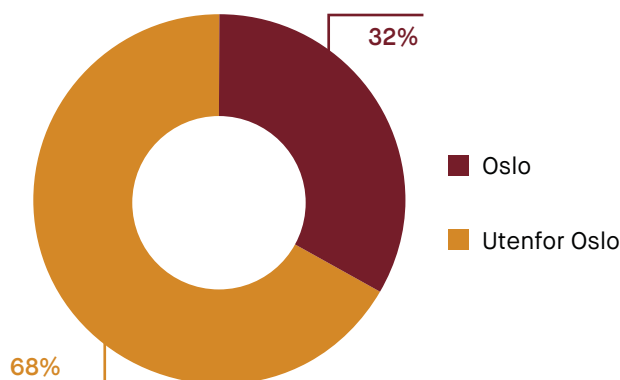
Positive HLQ-verdier indikerer tilstedeværelsen av klynger eller konsentrasjoner av en næring (Fingleton, Camargo Iglioni, & Moore, 2004).



3. Resultater

3.1 Antall virksomheter

Det var 8 657 virksomheter (regnskapspliktige) i kulturelle og kreative næringer i Norge som hadde en omsetning på mer enn 50 000 kroner i 2016. En tredjedel (32 prosent) av disse befant seg i Oslo, mens 68 prosent var lokalisert i andre økonomiske regioner (Figur 3).



Figur 3. Virksomheter i kreative og kulturelle næringer fordelt etter lokalisering. Norge 2016.
Kilde: Bisnode.

Utenfor Oslo hadde Bergen det største antallet av virksomhetene innenfor kreative og kulturelle næringer (594 virksomheter), mens Grong hadde færrest, kun 2 virksomheter.

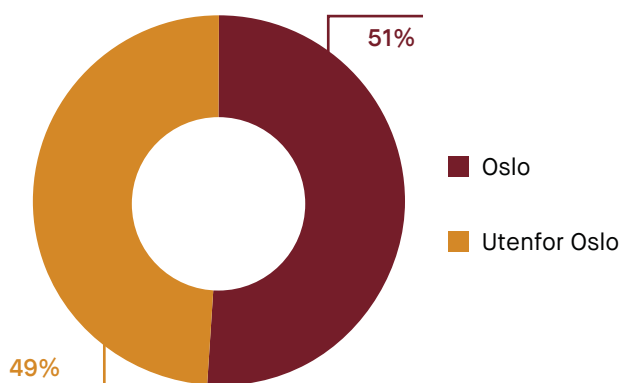
Det var 31 prosent virksomhetene som ikke hadde sysselsatte og 57 prosent som hadde 1 – 9 sysselsatte i de økonomiske regionene utenfor Oslo. Tabell 3 viser at 99 prosent av virksomhetene utenfor Oslo hadde færre en 100 sysselsatte. Gruppen med 1 – 4 sysselsatte var størst og utgjorde nesten halvparten av det totale antallet virksomheter i kreative og kulturelle næringer. Sammensetningen av virksomheter etter størrelse er ikke særlig forskjellig fra den i Oslo.

Tabell 3. Virksomheter i kreative og kulturelle næringer fordelt etter størrelse (antall sysselsatte) i 2016.
Kilde: Bisnode.

ANTALL SYSSELSATTE	UTENFOR OSLO		OSLO	
	ANTALL VIRKSOMHETER	PROSENTANDEL	ANTALL VIRKSOMHETER	PROSENTANDEL
Ingen sysselsatte	1828	31.3 %	828	29.5 %
1 - 4 sysselsatte	2682	45.9 %	1239	44.1 %
5 - 9 sysselsatte	626	10.7 %	284	10.1 %
10 - 24 sysselsatte	465	8.0 %	266	9.5 %
25 - 49 sysselsatte	147	2.5 %	94	3.3 %
50 - 99 sysselsatte	60	1.0 %	55	2.0 %
100 - 249 sysselsatte	32	0.5 %	24	0.9 %
250 sysselsatte og over	7	0.1 %	20	0.7 %
Totalsum	5847	100.0 %	2810	100.0 %

3.2 Sysselsetting

Det var 66 510 sysselsatte i kreative og kulturelle næringer som jobbet i virksomheter med en omsetning på mer enn 50 000 kroner i 2016. Om lag halvparten – 51 prosent – av dem var ansatt i virksomheter lokalisert i Oslo, mens den andre halvparten (49 prosent) var lokalisert i andre økonomiske regioner i Norge (Figur 4).



Figur 4. Sysselsetting i kreative og kulturelle næringer fordelt etter lokalisering i 2016 i Norge (Kilde: Bisnode).

Om lag, 24 652 sysselsatte i kreative og kulturelle næringer utenfor Oslo jobbet i små og mellomstore virksomheter (under 100 ansatte). Tabell 4 viser at dette utgjør 76 prosent av den totale sysselsettingen i kulturelle og kreative næringer utenfor Oslo.

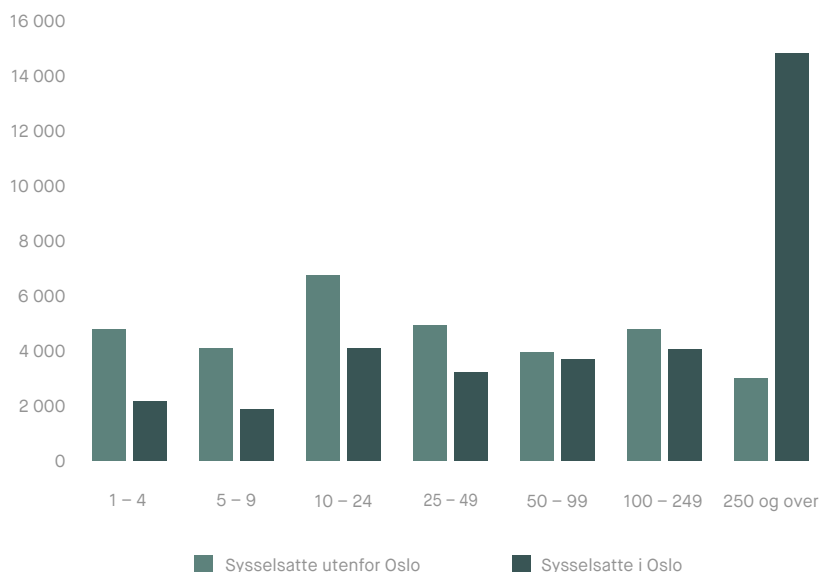
I Oslo var situasjonen ganske annerledes. Der jobbet 56 prosent av de sysselsatte i store virksomheter med mer enn 100 ansatte. Av disse står virksomheter med mer enn 250 ansatte for 44 prosent, mens virksomheter med 1 – 9 sysselsatte kun står for 12 prosent av den totale sysselsettingen i kreative og kulturelle næringer i Oslo (Se Tabell 4 og Figur 5).

Tabell 4. Totalt antall sysselsatte i virksomheter fordelt etter størrelse (antall sysselsatte) i 2016. Kilde: Bisnode.

ANTALL SYSSELSATTE I EN VIRKSOMHET	UTENFOR OSLO		OSLO	
	TOTALT ANTALL SYSSELSATTE	PROSENTANDEL	TOTALT ANTALL SYSSELSATTE	PROSENTANDEL
1 - 4 sysselsatte	4782	14.7 %	2208	6.5 %
5 - 9 sysselsatte	4146	12.8 %	1890	5.6 %
10 - 24 sysselsatte	6781	20.9 %	4084	12.0 %
25 - 49 sysselsatte	4978	15.3 %	3230	9.5 %
50 - 99 sysselsatte	3965	12.2 %	3731	11.0 %
100 - 249 sysselsatte	4785	14.7 %	4075	12.0 %
250 sysselsatte og over	3025	9.3 %	14830	43.6 %
Totalsum	32462	100.0 %	34048	100.0 %

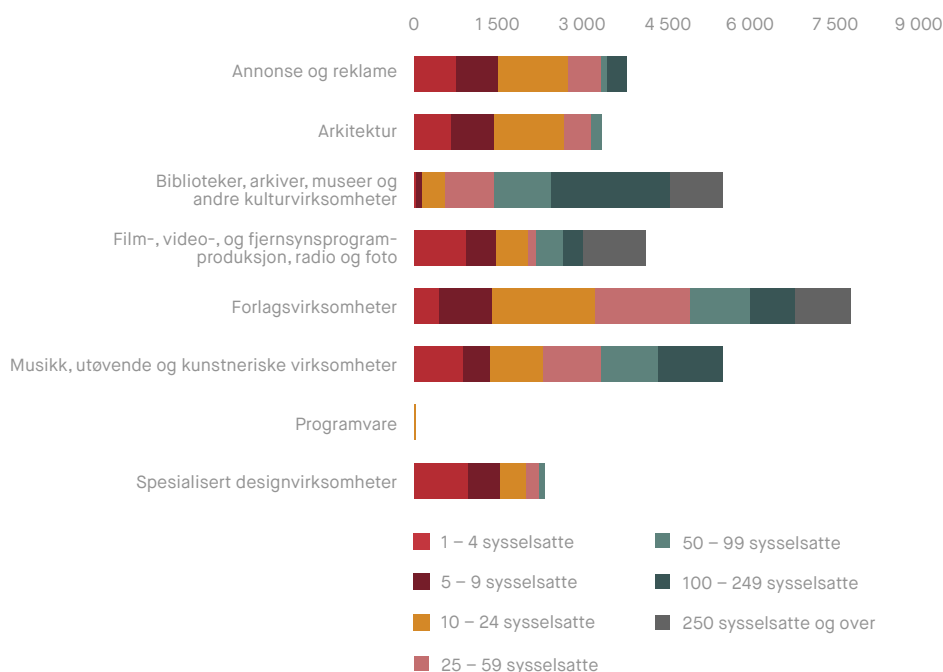
Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo



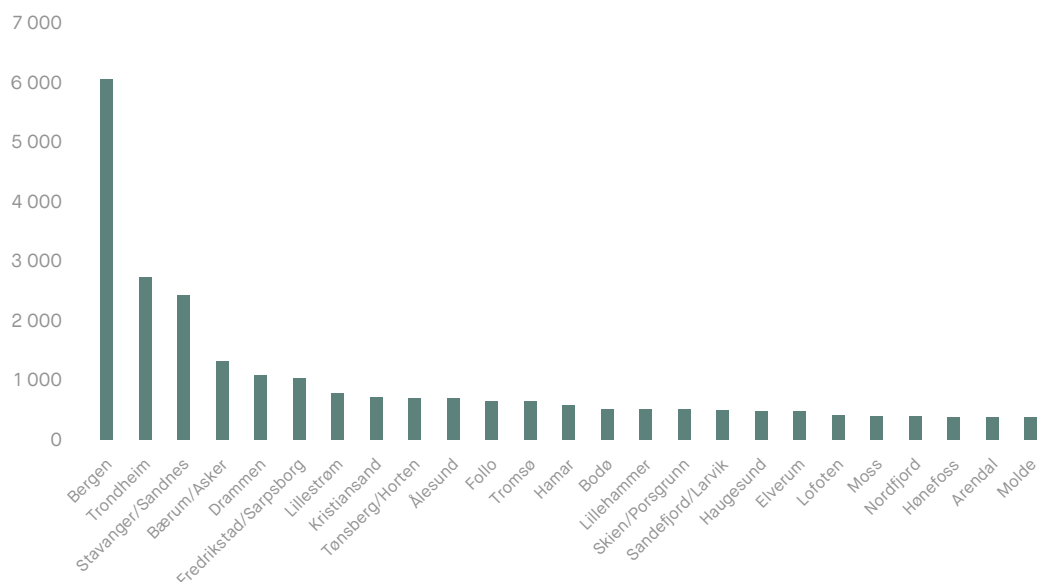
Figur 5. Totalt antall sysselsatte i virksomheter fordelt etter størrelse (antall sysselsatte) og lokalisering i 2016. Kilde: Bisnode.

Figur 6 viser at de fleste sysselsatte utenfor Oslo jobber i forlagsbransjen (7780 sysselsatte), mens virksomheter som driver med utgivelse av programvare for dataspill hadde kun 52 sysselsatte til sammen. Den største andelen sysselsatte i bransjene arkitektur, reklame, programvareutgivere og forlagsbransjer var i virksomheter med 10 – 24 sysselsatte. De tre bransjene utenfor Oslo hvor største andel av personer var sysselsatt i store virksomheter med over 100 ansatte var i 2016: (1) biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter, (2) film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto, og (3) musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter.



Figur 6. Antall sysselsatte etter bransje innenfor kreative og kulturelle næringer og virksomhetens størrelse. Norge unntatt Oslo 2016. Kilde: Bisnode.

Generelt er det ganske store forskjeller når det gjelder antall sysselsatte i de kreative og kulturelle næringene utenfor Oslo (Figur 7). Bergen sto i 2016 for den største andelen med 6033 sysselsatte, etterfulgt av Trondheim (2 729 sysselsatte), Stavanger/Sandnes (2 423 sysselsatte) og Bærum/Asker (1 328 sysselsatte). Det laveste antallet sysselsatte i kulturelle og kreative næringer utenfor Oslo i 2016 hadde Grong (kun 4 sysselsatte).



Figur 7. Antall sysselsatte i kreative og kulturelle næringer i 2016 fordelt på økonomiske regioner utenfor Oslo (redusert til de 25 regionene med størst antall sysselsatte). Kilde: Bisnode.

En slik fordeling av sysselsettingen indikerer imidlertid bare den geografiske konsentrasjonen av kulturelle og kreative næringer, uten å kontrollere for den totale befolkningen og den økonomiske størrelsen av regionen. Derfor brukes ofte lokaliseringkvotient (LQ) for å beskrive næringers geografiske konsentrasjon og regionale betydning (se punkt 2.2). LQ større enn 1 vil si at andelen sysselsatt i en næring i en region er større enn den nasjonale andelen⁵ sysselsatte i samme næring. Som nevnt i punkt 2.2 inkluderer ikke LQ noen informasjon om den absolutte størrelsen på næringen i regionen, som er en relevant mangel ved bruk av LQ som indikator på klyngeaktivitet (Fingleton et al., 2004). Som et resultat kan høye LQ-verdier oppnås på grunn av lokalisering av ett enkelt stort firma med mange arbeidsplasser. For å håndtere dette problemet bruker vi horisontal lokaliseringkvotient (HLQ) i tillegg til LQ i denne studien. En HLQ større enn 0 vil si at *antallet sysselsatte* i næringen i regionen er større enn hva man ville forvente, dersom den relative betydningen regionalt var den samme som i landet som helhet. Positive HLQ-verdier indikerer tilstedeværelsen av klynger. Komplette tabeller med beregninger av LQ og HLQ for alle økonomiske regioner utenfor Oslo er inkludert i vedlegg A og B.

⁵ I denne rapporten nasjonal andel unntatt Oslo

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

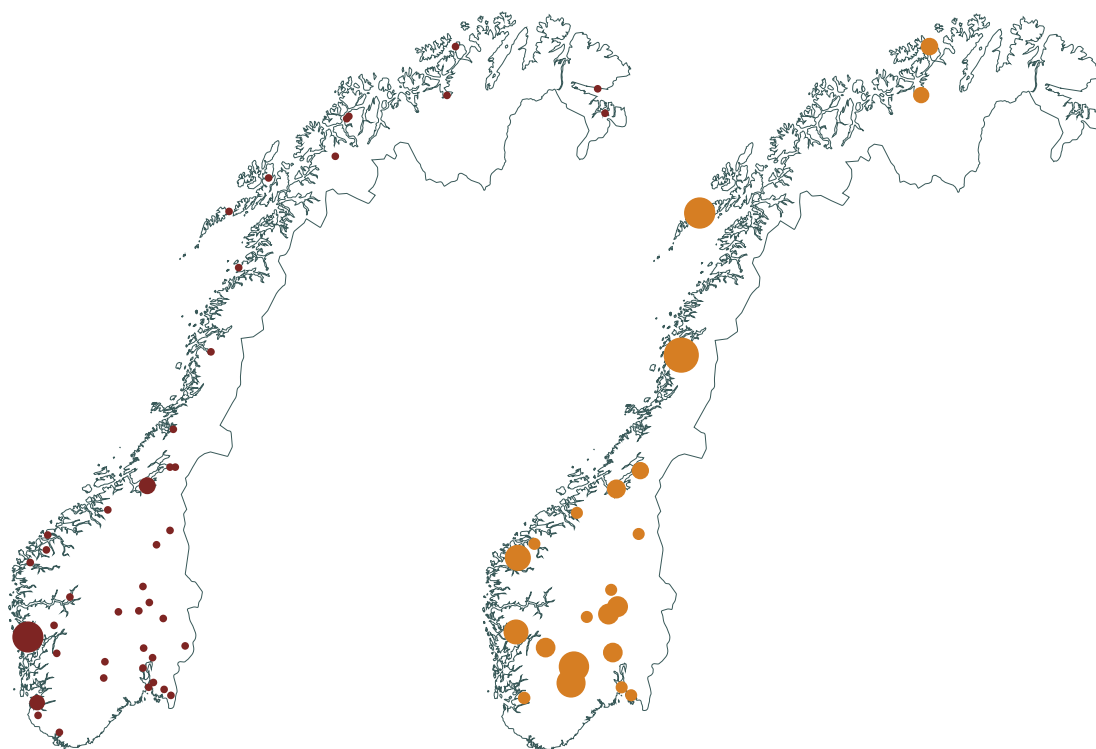
Tabell 5 presenterer resultater for forskjellige mål på sysselsettingskonsentrasjon. Som vi kan se er det stor forskjell hvor det er identifisert konsentrasjon av kreative og kulturelle næringer etter HLQ verdier og LQ verdier.

Tabell 5. Ulike mål på sysselsettingskonsentrasjon i kreative og kulturelle næringer utenfor Oslo, 2016*.

ØKONOMISK REGION	ANTALL SYSSELSATTE	LQ	HLQ
Bergen	6033	1,84	3337
Trondheim	2729	1,33	1039
Stavanger/Sandnes	2423	1,07	552
Lofoten	413	2,39	271
Elverum	481	1,80	261
Lillehammer	519	1,62	256
Fredrikstad/Sarpsborg	1028	1,06	233
Nordfjord	402	1,88	226
Mosjøen	297	2,44	197
Hønefoss	381	1,46	166
Vest-Telemark	214	2,16	132
Levanger/Verdalsøra	344	1,32	130
Moss	406	1,13	111
Bærum/Asker	1328	0,89	105
Hammerfest	247	1,32	93
Drammen	1081	0,90	91
Ålesund	696	0,94	89
Tønsberg/Horten	712	0,94	89
Alta	235	1,24	79
Nord-Gudbrandsdalen	174	1,32	65
Rjukan	83	2,43	55
Odda	122	1,44	52
Tromsø	646	0,88	44
Ørsta/Volda	154	1,12	41
Harstad	227	1,00	40
Valdres	147	1,10	37
Hamar	573	0,88	35
Jæren	331	0,92	34
Halden	186	0,96	26
Røros	74	1,24	25
Namsos	144	0,97	22
Rørvik	80	1,10	20
Sogndal/Årdal	194	0,90	16
Kongsvinger	253	0,88	15
Follo	650	0,84	15
Tynset	100	0,93	12
Surnadal	68	1,00	12
Kirkenes	74	0,96	11
Flekkefjord	103	0,91	9
Vesterålen	179	0,87	9
Midt-Gudbrandsdalen	79	0,90	7
Andselv	101	0,88	7
Voss	99	0,84	1
Vadsø	92	0,83	1
Bodø	524	0,82	1

*I tabellen er inkludert kun de økonomiske regionene som hadde positive HLQ verdier.

Ifølge HLQ er den største konsentrasjonen av sysselsetting i kreative og kulturelle næringer funnet i Bergen, Trondheim og Stavanger/Sandnes. Disse resultatene er i tråd med hvor vi finner flest sysselsatte i de kulturelle og kreative næringene utenfor Oslo. Bruker vi LQ som mål vises et vesentlig annet bilde. Ifølge LQ er den største konsentrasjonen av sysselsettingen i kreative og kulturelle næringer i Rjukan, Mosjøen, Vest-Telemark og Lofoten (LQ større enn 2). Studerer vi disse regionene nærmere, ser vi at den store konsentrasjon i Rjukan skyldes én stor virksomhet – Norsk Industriarbeidermuseum – som hadde 65 arbeidsplasser, og sto for 78 prosent av den totale sysselsettingen i næringen i denne regionen i 2016. I Vest-Telemark sto Stiftinga Vest-Telemark Museum for 47 prosent av den totale sysselsetting i kulturelle og kreative næringer. Tilsvarende situasjon var også i Mosjøen og Lofoten⁶. I Mosjøen var Stiftelsen Helgeland Museum, som utgjør 78 prosent av arbeidsplasser i denne regionen, mens Lofotr næringsdrift i Lofoten sto for 63 prosent av all sysselsetting. Disse resultatene viser tydelig LQ-kvotientens ulemper som indikator på klyngeidentifisering, nemlig at det fanger opp konsentrasjoner, men ikke nødvendigvis klynger av en bransje eller næring. For visuell illustrasjon, se Figur 8. Derfor valgte vi å bruke kun HLQ som indikator for klynge dannelse i kulturelle og kreative næringer i denne rapporten.



Figur 8. HLQ (venstre panel) versus LQ (høyre panel).

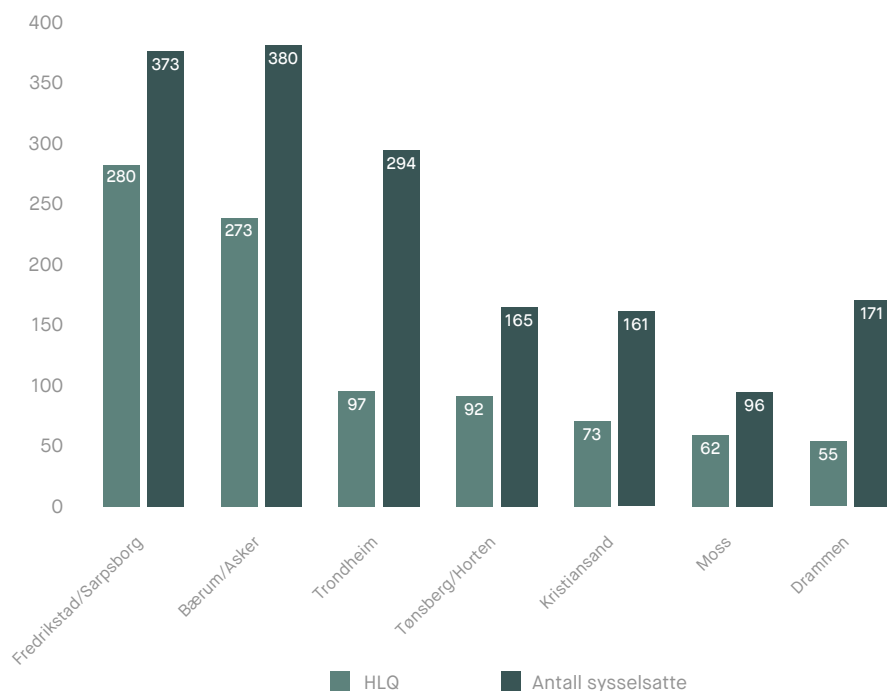
⁶ Konsolideringen innenfor museumsfeltet har dessuten hatt som konsekvens at all sysselsetting i de konsoliderte enhetene blir registrert der hovedkontoret er lokalisert.

3.3 Bransjeklynger utenfor Oslo

Alle bransjer vi har definert i kulturelle og kreative næringer er overrepresentert i Oslo sammenlignet med resten av landet. Like fullt finner dynamiske miljøer og lokale konsentrasjoner spredt i store deler av Norge. Videre vil vi derfor se nærmere på de forskjellige bransjene innenfor kulturelle og kreative næringer og hvor vi kan finne eventuelle konsentrasjoner utenfor Oslo.

Annonse- og reklamebransjen

Figur 9 viser at reklamebransjen konsentrerte seg i Fredrikstad/Sarpsborg og Bærum/Asker utenfor Oslo. Fredrikstad/Sarpsborg og Bærum/Asker hadde i henholdsvis 280 og 237 flere arbeidsplasser i reklamebransjen i 2016 enn gjennomsnittet i de økonomiske regionene utenfor Oslo.



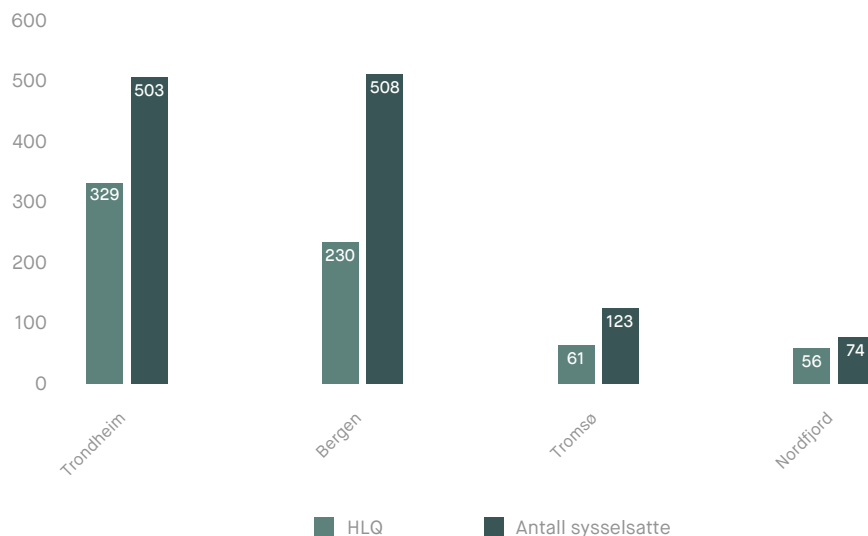
Figur 9. Økonomiske regioner utenfor Oslo med HLQ-verdier større enn 50 målt i antall sysselsatte i reklamebransjen i 2016. Kilde: Bisnode.

Arkitekturbransjen

HLQ-verdiene indikerer tilstedeværelse av klynger i arkitekturbransjen i Trondheim og Bergen i 2016 (Figur 10). Trondheim og Bergen hadde i henholdsvis 329 og 230 flere arbeidsplasser i reklamebransjen i 2016 enn gjennomsnittet i de økonomiske regionene utenfor Oslo.

Der ingen skulle tru...

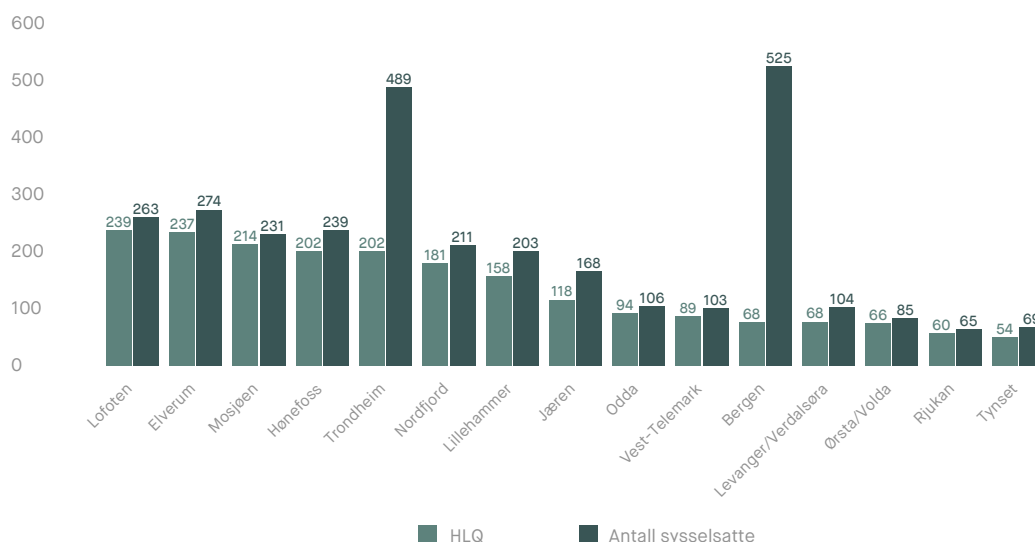
Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo



Figur 10. Økonomiske regioner utenfor Oslo med HLQ-verdier større enn 50 målt i antall sysselsatte i arkitekturbransjen i 2016. Kilde: Bisnode.

Biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter

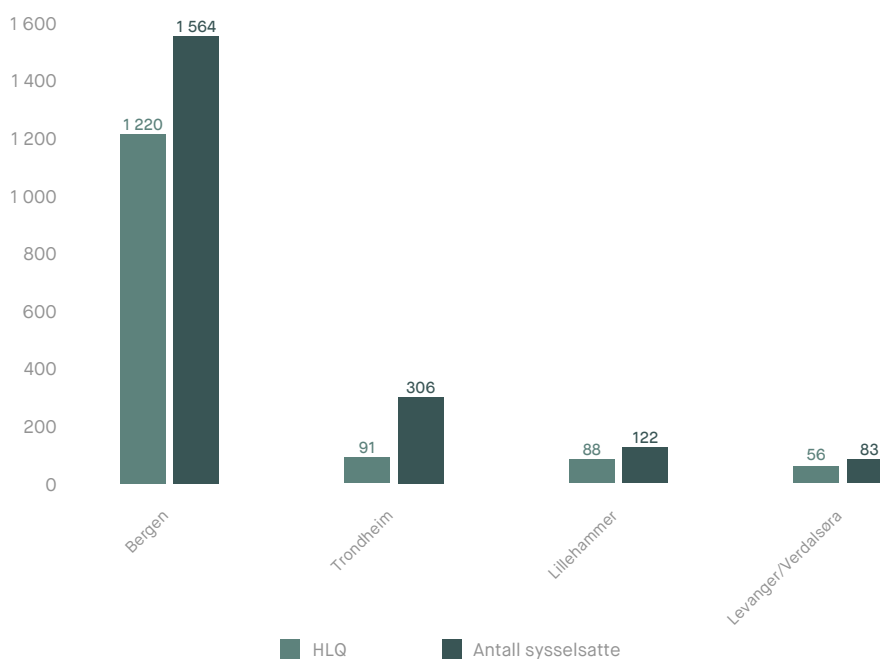
Figur 11 viser at biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter konsentrerte seg i flere regioner utenfor Oslo enn de andre bransjene innenfor kulturelle og kreative næringer gjorde. Lofoten, Elverum, Mosjøen, Hønefoss og Trondheim hadde over 200 flere arbeidsplasser i denne bransjen utenfor Oslo i 2016 sammenlignet med gjennomsnittet av alle økonomiske regionene utenfor Oslo.



Figur 11. Økonomiske regioner utenfor Oslo med HLQ-verdier større enn 50 målt i antall sysselsatte i biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter i 2016. Kilde: Bisnode.

Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio- og fotobransjene

Bergen hadde betydelig høyere andel av sysselsettingen innenfor film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio- og fotobransjene enn andre økonomiske regioner utenfor Oslo i 2016 (Figur 12). Bergen hadde 1220 flere sysselsatte sammenlignet med gjennomsnittet av alle økonomiske regioner utenfor Oslo. Datagrunnlaget viser at i Bergen var det 4 virksomheter som hadde mer enn 100 sysselsatte. Disse virksomhetene var TV2 AS, Odeon Kino AS, ITV Studios Norway AS og Bergen kino AS med totalt antall sysselsatte på henholdsvis 819, 288, 130 og 103.



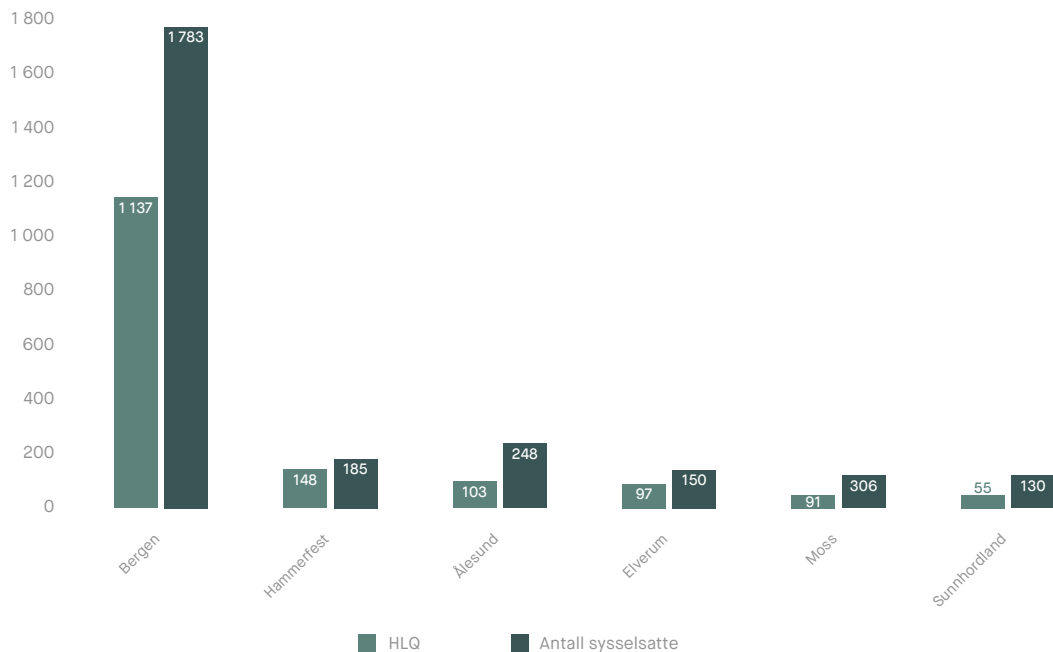
Figur 12. Økonomiske regioner utenfor Oslo med HLQ-verdier større enn 50 målt i antall sysselsatte i film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto bransje i 2016. Kilde: Bisnode.

Forlagsbransjen

Det var i alt 46 økonomiske regioner utenfor Oslo som hadde positive HLQ-verdier i 2016. Sysselsetting i denne bransjen utenfor Oslo hadde konsentrert seg mest i Bergen. Den største andelen av sysselsettingen hadde Schibsted Norge AS, VB Bok AS, Vigmostad & Bjørke AS, Bergens tidene AS og Dagbladet dagen AS med henholdsvis 616, 363, 214, 118 og 51 sysselsatte.

Der ingen skulle tru...

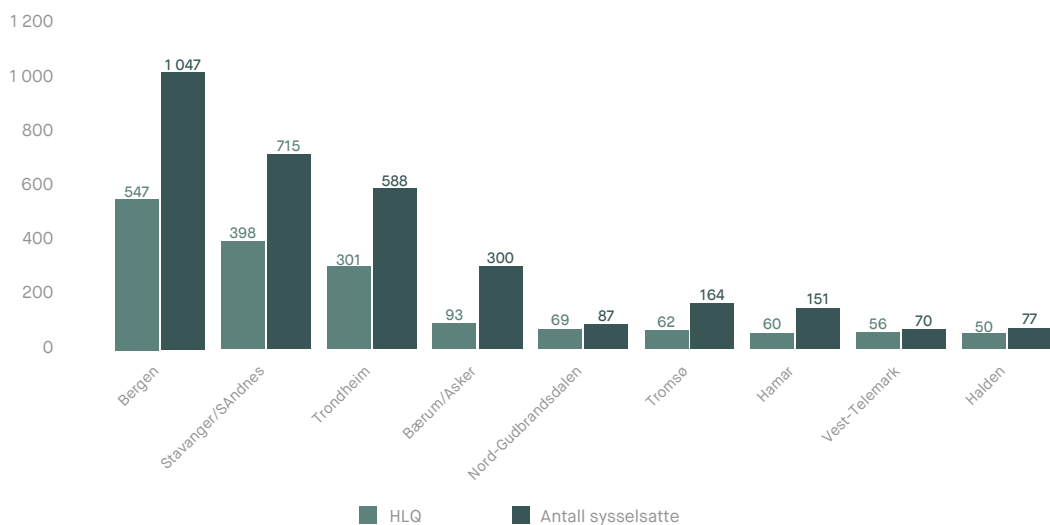
Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo



Figur 13. Økonomiske regioner utenfor Oslo med HLQ-verdier større enn 50 målt i antall sysselsatte i forlagsbransje i 2016. Kilde: Bisnode.

Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter

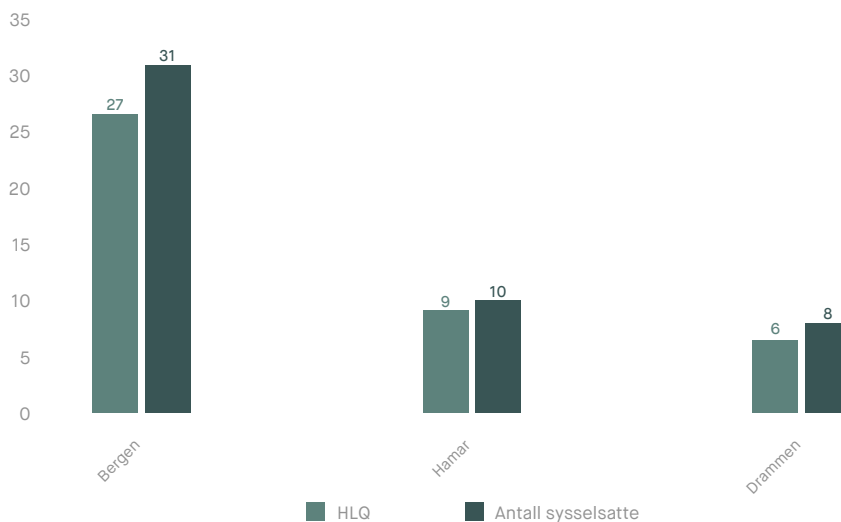
I Figur 14 ser vi at den høyeste konsentrasjonen av arbeidsplasser innenfor musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter utenfor Oslo var observert i Bergen etterfulgt av Stavanger/Sandnes og Trondheim i 2016. Bergen hadde 547 arbeidsplasser mer i denne bransjen sammenlignet med gjennomsnitt av alle økonomiske regionene utenfor Oslo. Stavanger/Sandnes og Trondheim hadde henholdsvis 398 og 301 flere arbeidsplasser enn gjennomsnitt utenfor Oslo.



Figur 14. Økonomiske regioner utenfor Oslo med HLQ-verdier større enn 50 målt i antall sysselsatte i musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter i 2016. Kilde: Bisnode.

Utgivelse av programvare for dataspill

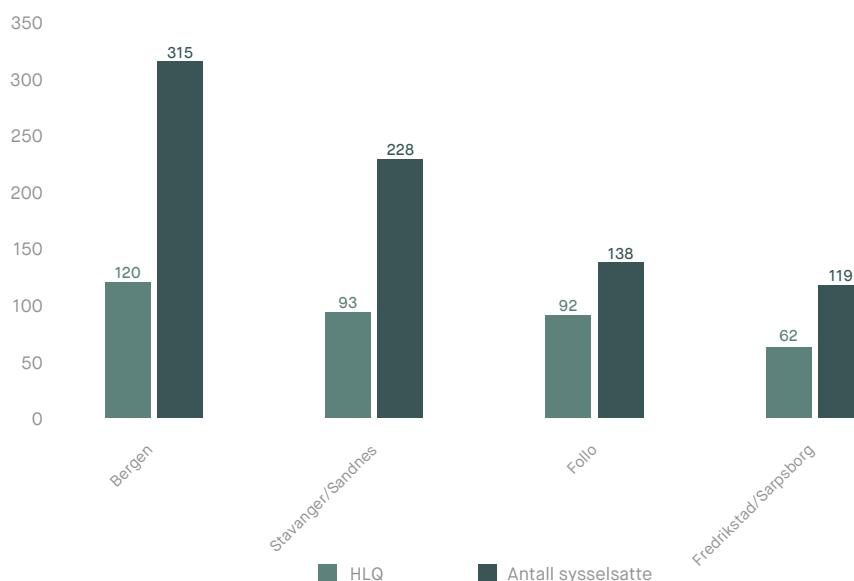
Figur 15 viser at konsentrasjonen av sysselsetting utenfor Oslo i virksomheter som drev med utgivelse av programvare for dataspill var veldig svak. Det var kun tre økonomiske regioner utenfor Oslo som hadde positive HLQ verdier – Bergen, Hamar og Drammen.



Figur 15. Økonomiske regioner utenfor Oslo med HLQ-verdier større enn 50 målt i antall sysselsatte i programvarebransjen i 2016. Kilde: Bisnode.

Spesialiserte designvirksomheter

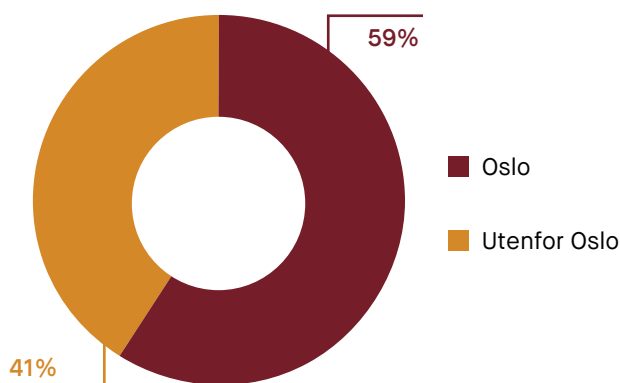
Utenfor Oslo konsentrerte spesialiserte designvirksomheter seg i Bergen, Stavanger/Sandnes og Follo i 2016 (Figur 16). Bergen, Stavanger/Sandnes og Follo hadde henholdsvis 120, 93 og 92 flere sysselsatte sammenlignet med gjennomsnittet av alle de økonomiske regionene utenfor Oslo.



Figur 16. Økonomiske regioner utenfor Oslo med HLQ-verdier større enn 50 målt i antall sysselsatte i spesialiserte designvirksomheter i 2016. Kilde: Bisnode.

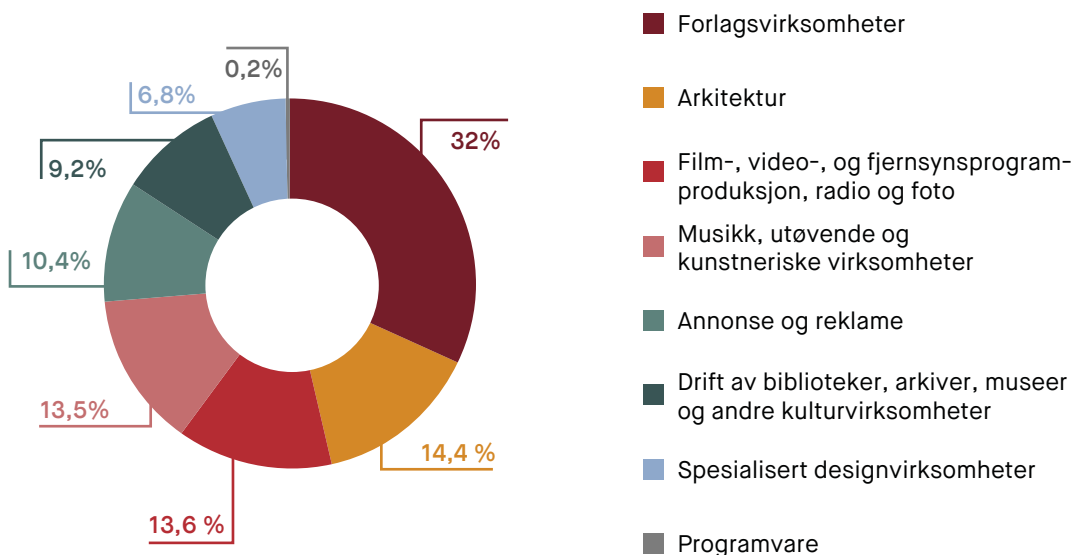
3.4 Verdiskaping

Den totale verdiskapningen i kulturelle og kreative næringer var på 37 milliarder kroner i 2016⁷. Den totale verdiskapningen utenfor Oslo var på 15.2 milliarder kroner og utgjorde 41 prosent av den totale verdiskapningen i disse næringene i 2016 (Figur 17). Det er ikke mulig å sammenligne verdiskapingstallene med tidligere rapporter, da både populasjoner og definisjoner i hver av disse rapportene er forskjellige.



Figur 17. Verdiskaping i kreative og kulturelle næringer etter lokalisering. Norge 2016. Kilde: Bisnode.

Virksomheter i forlagsbransjen bidro mest til verdiskapningen, mens virksomheter som driver med utgivelse av programvarer for dataspill bidro minst til verdiskapningen i kulturelle og kreative næringer utenfor Oslo i 2016 (Figur 18).



Figur 18. Total verdiskaping i kulturelle og kreative næringer utenfor Oslo fordelt etter bransje. Norge 2016. Kilde: Bisnode.

⁷ Beregningen inkluderer kun virksomheter med omsetning på mer enn 50 000 NOK i 2016.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

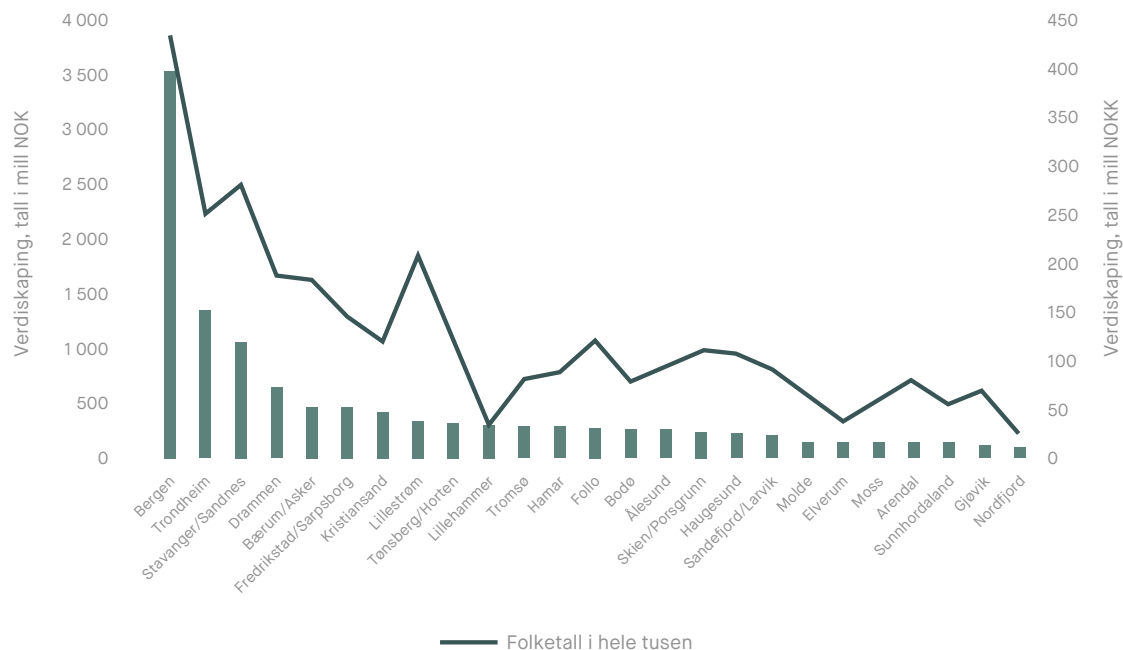
Tabell 6 viser fordeling av verdiskaping, sysselsetting og antall virksomheter i kreative og kulturelle næringer etter antall innbyggere i økonomiske regioner utenfor Oslo i 2016. Av 88 økonomiske regioner utenfor Oslo, hadde 62 (eller 70 prosent) mindre enn 40 000 innbyggere og i 2016 hadde disse regionene 25 prosent av verdiskapingen. Den største verdiskapingen i kreative og kulturelle næringer kom imidlertid fra de tre økonomiske regionene med en befolkning på mer enn 250 000. Selv om befolkningsmessig mindre regioner sliter med å oppnå en kritisk masse av kreative og kulturelle næringer, er forholdet mellom befolkning og verdiskaping likevel ikke lineært. Den største verdiskapingen er registrert i de befolkningsmessig største regionene, som Bergen, etterfulgt av Trondheim, Stavanger/Sandnes og Drammen. Figur 19 viser at befolkningsmengde likevel ikke er den eneste avgjørende faktoren for konsentreringen av kulturelle og kreative næringer.

Tabell 6. Verdiskaping, sysselsetting og antall virksomheter i kreative og kulturelle næringer etter befolkningsmengde i økonomiske regioner utenfor Oslo i 2016. Kilde: Bisnode og SSB.

ANTALL INNBYGGERE	ØKONOMISKE REGIONER		VIRKSOMHETER		SYSSELSETTING		VERDISKAPING	
	ANTALL	%	ANTALL	%	ANTALL	%	SUM I MILL. NOK	%
Mindre enn 10000	9	10.2 %	88	1.5 %	367	1.1 %	138	0.9 %
10001 - 20000	26	29.5 %	452	7.7 %	2434	7.5 %	835	5.5 %
20001 - 30000	16	18.2 %	486	8.3 %	2628	8.1 %	887	5.8 %
30001 - 40000	11	12.5 %	404	6.9 %	2930	9.0 %	1269	8.3 %
40001 - 50000	1	1.1 %	46	0.8 %	253	0.8 %	116	0.8 %
50001 - 60000	3	3.4 %	169	2.9 %	819	2.5 %	356	2.3 %
60001 - 70000	2	2.3 %	136	2.3 %	774	2.4 %	339	2.2 %
70001 - 80000	2	2.3 %	101	1.7 %	458	1.4 %	221	1.5 %
80001 - 90000	3	3.4 %	324	5.5 %	1542	4.8 %	754	5.0 %
90001 - 100000	2	2.3 %	248	4.2 %	1269	3.9 %	580	3.8 %
100001 - 200000	9	10.2 %	1841	31.5 %	7013	21.6 %	3434	22.6 %
200001 - 300000	3	3.4 %	958	16.4 %	5942	18.3 %	2763	18.2 %
Mer enn 300000	1	1.1 %	594	10.2 %	6033	18.6 %	3514	23.1 %

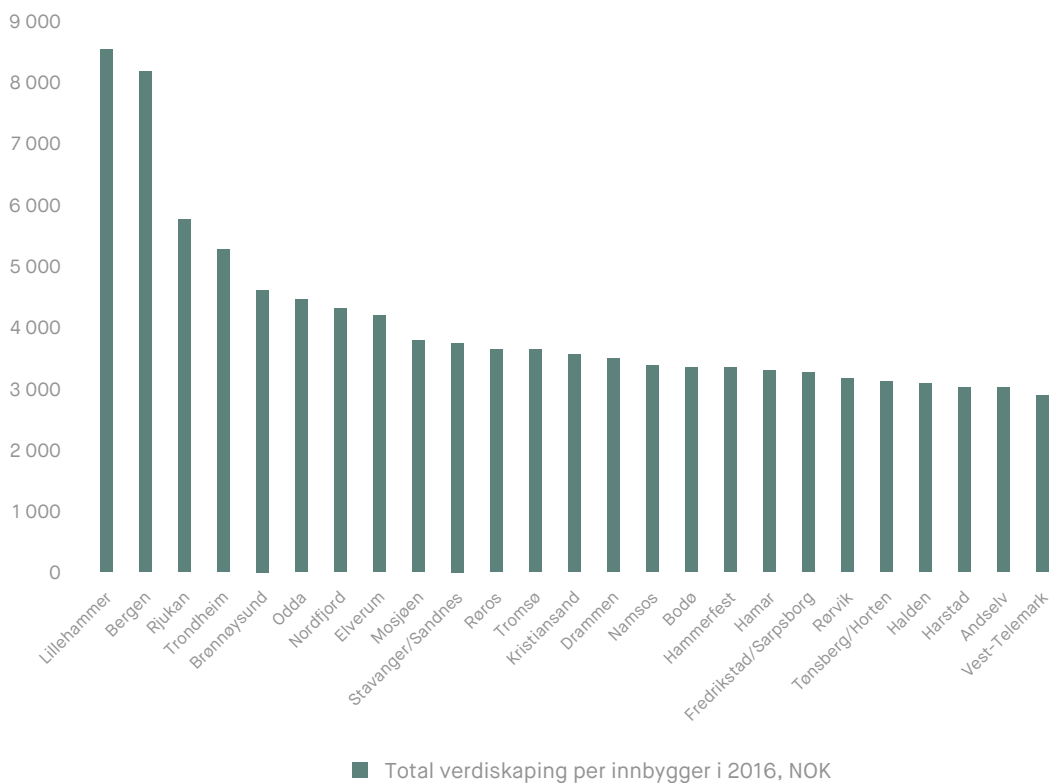
Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo



Figur 19. Verdiskaping og antall innbyggere etter økonomiske regioner i 2016 (reduisert til de 25 største regionene målt i verdiskaping). Kilde: Bisnode og SSB.

Bildet endrer seg noe om vi kontrollerer for befolkningsmengden i økonomiske regioner. Da ser vi at verdiskapingen i kulturelle og kreative næringer pr innbygger var størst i Lillehammer og Bergen av regionene utenfor Oslo i 2016 (Figur 20).

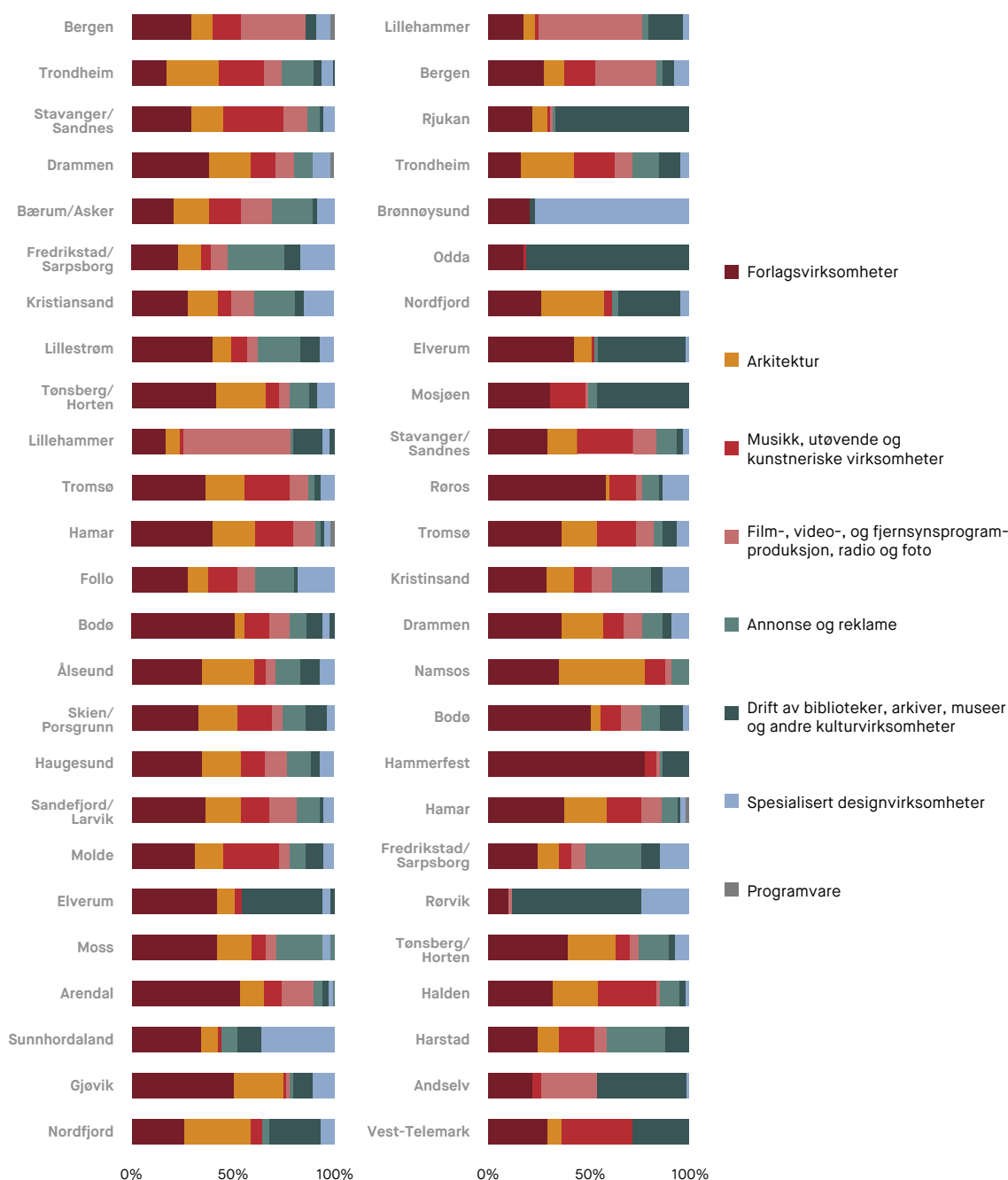


Figur 20. De 25 største regionene utenfor Oslo målt etter verdiskaping per innbygger i 2016. Kilde: Bisnode og SSB.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

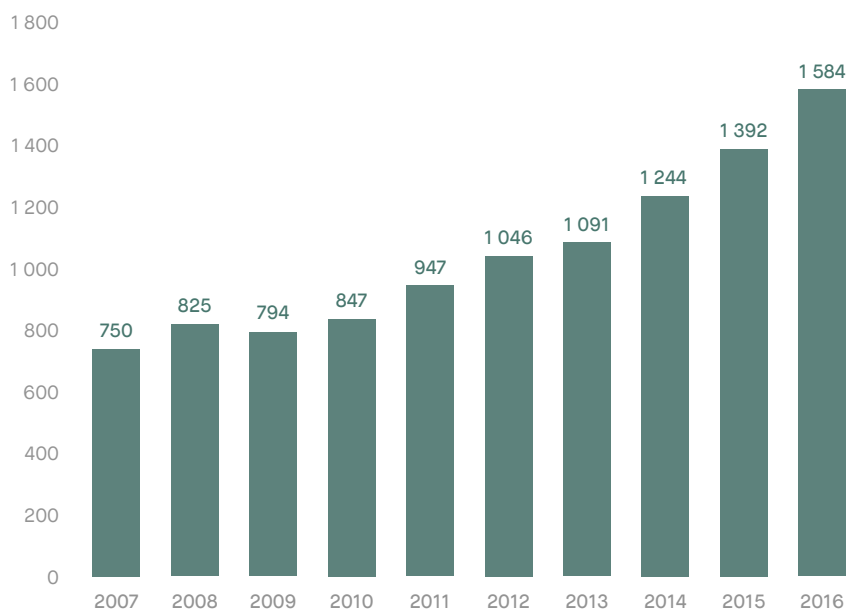
Økonomiske regioner er dessuten heterogene når det gjelder hvilke bransjer innenfor kulturelle og kreative næringer som står for verdiskapingen. Enkelte økonomiske regioner er mer spesialiserte til en bransje, mens andre er mer diversifiserte. Regioner med høy verdiskaping per innbygger tenderer til å være mer spesialiserte, mens regioner som er størst etter produsert total verdiskaping, er mer diversifiserte (Figur 21). De siste er i stor grad sammenfallende med større befolkning, og en mer urban økonomisk profil.



Figur 21. Verdiskaping etter bransje i kreative og kulturelle næringer i 2016, total verdiskaping (venstre side) og verdiskaping per innbyggere (høyre side). Sortert avtakende og begrenset til de 25 største økonomiske regionene. Kilde: Bisnode.

3.4.1 Utvikling i verdiskaping på regionalt nivå i perioden 2007 – 2016.

Verdiskapingen i kulturelle og kreative næringer utenfor Oslo⁸ har i alt hatt en vekst på 62 prosent siden 2007 som tilsvarer 5.8 milliarder kroner (Figur 22).



Figur 22. Verdiskaping i kreative og kulturelle næringer utenfor Oslo i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

I perioden fra 2007 til 2016 var det bare seks økonomiske regioner som ikke hadde registrert vekst i verdiskapingen. Sandnessjøen hadde i 2016 det samme bidraget i verdiskaping i kulturelle og kreative næringer som i 2007, mens Grong (-26 prosent i verdiskaping), Risør (-20 prosent), Røros (-10 prosent), Florø (-7 prosent), Egersund (-1 prosent) og Setesdal (-1 prosent) hadde en reduksjon i verdiskapingen i perioden 2007 – 2016. I Tabell 7 er de 15 økonomiske regioner som hadde relative høyest økning i verdiskaping fra 2007 til 2017 satt opp⁹. Rørvik hadde den største økningen i verdiskaping i kulturelle og kreative næringer i perioden 2007-2016. Dette skyldes den raske veksten i de to selskapene Museet midt IKS og Marin design AS. Museet midt IKS har hatt en økning i verdiskaping fra 0.05 mill. kroner i 2007 til 20.52 mill. kroner i 2016 og Marin design AS fra 1.79 mill. kroner i 2007 til 7.77 mill. kroner i 2016. I Surnadal kan den høye økningen i verdiskapingen tilbakeføres til Amfi Kreative AS og Stiftelsen Geitbåtmuseet. Amfi Kreative er en fullservice reklamebyrå og et selskap i Olav Thongruppen. I 2007 hadde virksomheten en verdiskaping på 2.69 mill. kroner mens denne i 2016 var

⁸ I Oslo har verdiskaping i kulturelle og kreative næringer hatt en vekst på 81 prosent siden 2007.

⁹ Tabell med utviklingstall av verdiskaping i perioden 2007-2016 for alle økonomiske regioner utenfor Oslo er inkludert i Vedlegg C.

økt til 18.84 mill. kroner. Stiftelsen Geitbåtmuseet opplevde også en rask økning i verdiskapingen fra 0.72 mill. kroner i 2007 til 3.45 mill. kroner i 2016. Brønnøysund er rangert på tredje plass med hensyn til vekst i verdiskapingen takket være Akva design AS. Akva Design AS ble stiftet i 2011 og driver med utvikling av lukket merdteknologi innen akvakultur. I 2016 var verdiskapingen allerede på 46.44 mill. kroner.

Tabell 7. Økning i verdiskaping 2007 til 2016 i kulturelle og kreative næringer etter økonomisk region. De 15 økonomiske regionene utenfor Oslo med relativ størst økning i verdiskapingen. Kilde: Bisnode.

RANGERING	ØKONOMISK REGION	ENDRING (2007-2016) (%)
1	Rørvik	383
2	Surnadal	366
3	Brønnøysund	304
4	Rjukan	263
5	Andselv	221
6	Nord-Troms	218
7	Kristiansand	153
8	Moss	146
9	Trondheim	146
10	Nord-Gudbrandsdalen	145
11	Sunnhordland	143
12	Odda	141
13	Nordfjord	119
14	Holmestrand	111
15	Levanger/Verdalsøra	108

3.4.2 Utvikling i verdiskaping på bransjenivå i perioden 2007 – 2016.

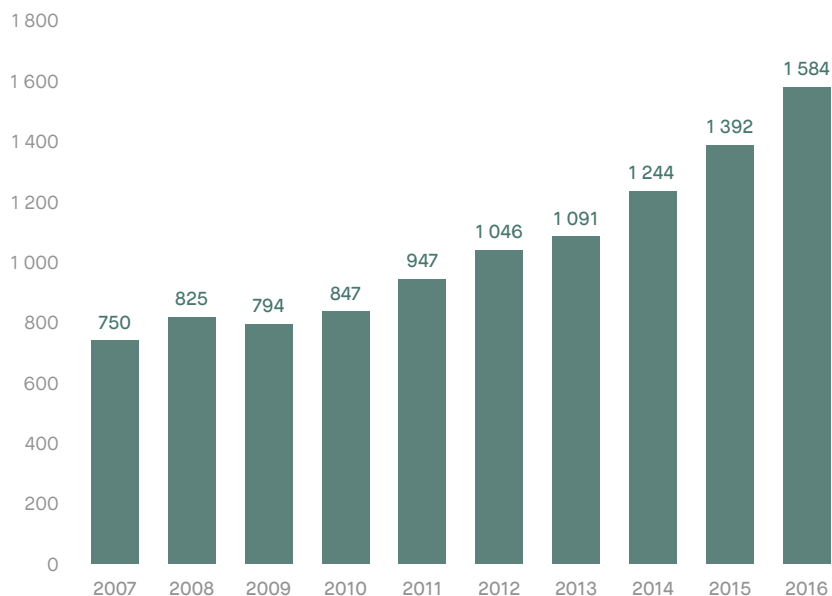
I det følgende vil vi presentere utviklingen når det gjelder verdiskaping i de ulike bransjene innenfor kreative og kulturelle næringer utenfor Oslo i perioden 2007-2016. Bransjene presenteres i alfabetisk rekkefølge.

Annonse- og reklamebransjen

Annonse og reklamebransjen utenfor Oslo har hatt en verdiskapingsvekst på 111 prosent fra 2007 til 2016 (Figur 23).

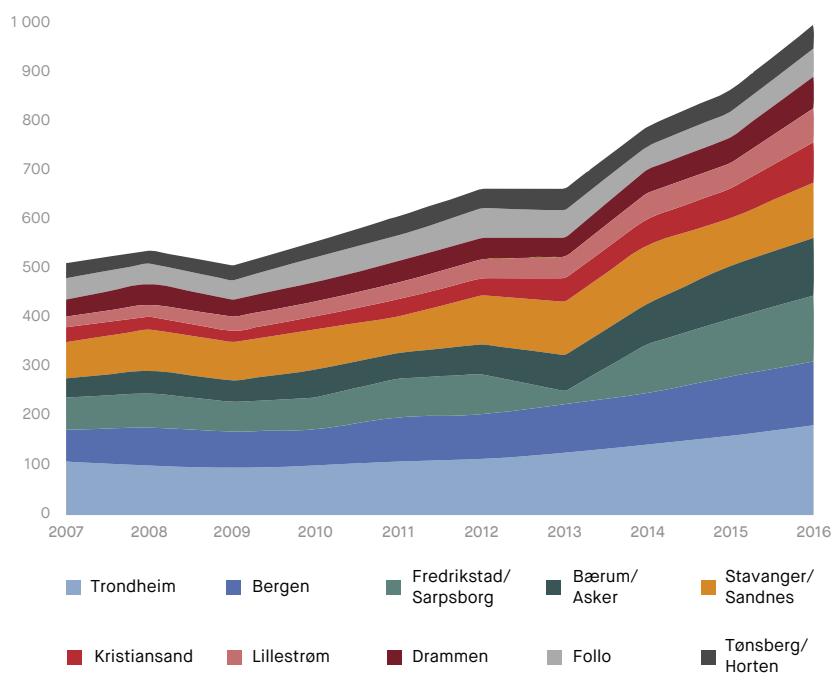
Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo



Figur 23. Verdiskaping i annonse- og reklamebransjen i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK.

Kilde: Bisnode.



Figur 24. Verdiskaping i annonse- og reklamebransjen. De 10 største økonomiske regionene utenfor Oslo 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Trondheim, Bergen, Fredrikstad/Sarpsborg, Bærum/Asker og Stavanger/Sandnes var dominerende økonomiske regioner målt i verdiskaping i denne bransjen i perioden 2007 – 2016 (Figur 24). Verdiskaping har økt ganske jevnt i alle disse regionene fra 2007 til 2016, unntatt i Fredrikstad/Sarpsborg der det ble registrert en rask nedgang i 2013. Det skyldes Fredrikstad Arenareklame AS, som hadde nedgang i verdiskaping på 56 millioner kroner i 2013¹⁰.

¹⁰ Kan ev ha sammenheng med at Fredrikstad fotballklubb rykket ned i 2012.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Bærum/Asker opplevde en ganske rask økning i verdiskaping i 2015 (+34 prosent) da *Switch communication AS* kom inn på markedet. *Switch communication AS* var den største virksomheten og sto for mer enn 20 prosent av total verdiskaping i annonse- og reklamebransjen i 2015 og 2016 i Bærum/Asker. Det er sannsynlig at reklamebransjen i Bærum vil oppleve endringer i de kommende årene fordi Brønnøysundregistrene kunngjorde konkursåpning i *Switch communication AS* i 31.mai i 2018.

Tabellene 8, 9, 10, 11 og 12 viser utviklingen i verdiskaping i de fem største virksomhetene i de fem dominerende økonomiske regionene innenfor annonse- og reklamebransjen utenfor Oslo.

Tabell 8. Verdiskaping innenfor annonse- og reklamebransjen i Trondheim. De 5 største virksomhetene i 2016. Tall i mill. NOK. Sortert avtakende etter verdiskaping i 2016. Kilde: Bisnode.

FRIMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
CENTERTEAM AS	7	6	8	8	9	16	19	24	26	26	33
BENNETT REKLAMEBYRÅ AS	30	19	21	21	21	18	21	22	22	22	23
HK REKLAMEBYRÅ AS	12	12	12	14	19	16	17	17	16	16	19
HEADSPIN ADVERTISING AS	14	15	15	15	12	11	10	11	11	11	16
POSISJON AS	0	4	3	3	3	4	4	6	8	8	106
Sum fem største virksomheter	63	57	59	61	64	64	71	80	82	82	
Total verdiskaping i bransjen i Trondheim	111	102	98	103	110	114	130	147	163	163	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Trondheim	57 %	56 %	60 %	59 %	58 %	56 %	55 %	54 %	50 %	50 %	

Tabell 9. Verdiskaping innenfor annonse- og reklamebransjen i Bergen. De 5 største virksomhetene i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
OKTAN BERGEN AS	6	6	7	6	10	10	11	11	13	14	25
MK NORWAY REKLAMEBYRÅ AS	14	17	13	12	19	18	21	15	13	9	11
ALF GUNDERSEN AS	9	7	5	7	6	7	7	8	8	7	18
MISTROL REKLAMEBYRÅ AS	0	0	0	0	0	0	2	6	7	7	10
INFORMATIV SKILT & DEKOR AS	4	4	4	4	4	7	7	6	7	7	14
Sum fem største virksomheter	33	35	30	29	39	41	47	46	49	44	78
Total verdiskaping i bransjen i Bergen	67	79	73	72	90	94	100	103	121	132	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Bergen	48 %	44 %	40 %	39 %	43 %	44 %	47 %	45 %	40 %	34 %	

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 10. Verdiskaping innenfor annonse- og reklamebransjen i Fredrikstad/Sarpsborg. De 5 største virksomhetene i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
JS NORGE AS	29	26	18	17	18	20	19	23	26	23	43
MARKEDSPARTNER AS	9	5	6	6	7	8	9	10	13	20	40
TDK MEDIA AS	3	1	3	3	6	5	7	12	12	13	156
THE PITCH REKLAMEBYRÅ AS	0	11	9	10	9	9	9	10	11	10	23
OMNICOM AS	5	5	5	5	5	5	7	7	7	9	4
Sum 5 største virksomheter	45	48	40	40	45	48	51	61	69	75	266
Total verdiskaping i bransjen i Fredrik- stad/Sarpsborg	64	68	61	65	77	79	26*	101	117	132	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Fredrik- stad/Sarpsborg	70 %	70 %	66 %	62 %	58 %	61 %	196%	60 %	59 %	57 %	

* Fredrikstad Arena reklame AS hadde negative verdiskaping på 56 millioner kroner i 2013.

Tabell 11. Verdiskaping innenfor annonse- og reklamebransjen i Bærum/Asker. De 5 største virksomhetene i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
SWITCH COMMUNICATION AS	0	0	0	0	0	0	0	0	24	25	0
PEAK MERCH AS	5	9	11	10	12	10	12	9	10	13	53
DESITIN PHARMA AS	4	5	6	9	7	8	7	8	11	13	5
BYRÅSERVICE AS	0	0	0	0	0	9	10	11	8	11	15
PROFILBUREAUET AS	2	2	2	2	2	2	3	5	4	6	1
Sum fem største virksomheter	11	16	19	21	21	29	32	33	58	68	74
Total verdiskaping i bransjen i Bærum/Asker	38	48	44	57	55	64	71	78	105	119	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Bærum/Asker	30 %	33 %	42 %	36 %	38 %	46 %	45 %	43 %	55 %	57 %	

Der ingen skulle tru...

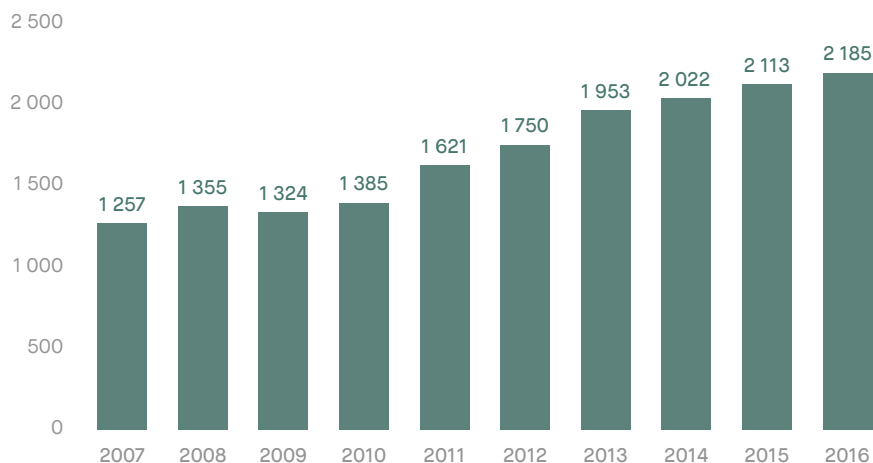
Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 12 Verdiskaping innenfor annonse- og reklamebransjen i Stavanger/Sandnes. De 5 største virksomhetene i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
FASETT AS	11	15	15	16	16	21	25	21	13	16	27
PRO & CONTRA AS	12	12	12	13	16	17	15	17	11	14	16
MELVÆR&CO AS	17	20	17	15	8	12	10	13	10	10	13
DESTINO AS	5	5	4	5	7	7	8	8	7	8	11
ENSIGN AS	5	4	4	4	6	6	6	6	5	6	12
Sum fem største virksomheter	50	55	52	53	54	63	64	65	46	53	79
Total verdiskaping i bransjen i Stavanger/Sandnes	74	83	74	81	72	98	108	123	98	110	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Stavanger/Sandnes	68 %	66 %	70 %	65 %	74 %	64 %	60 %	53 %	47 %	48 %	

Arkitekturbransjen

Arkitekturbransjen utenfor Oslo har hatt en vekst i verdiskaping på 74 prosent i perioden 2007-2016 (Figur 25).



Figur 25. Verdiskaping i arkitekturbransjen i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

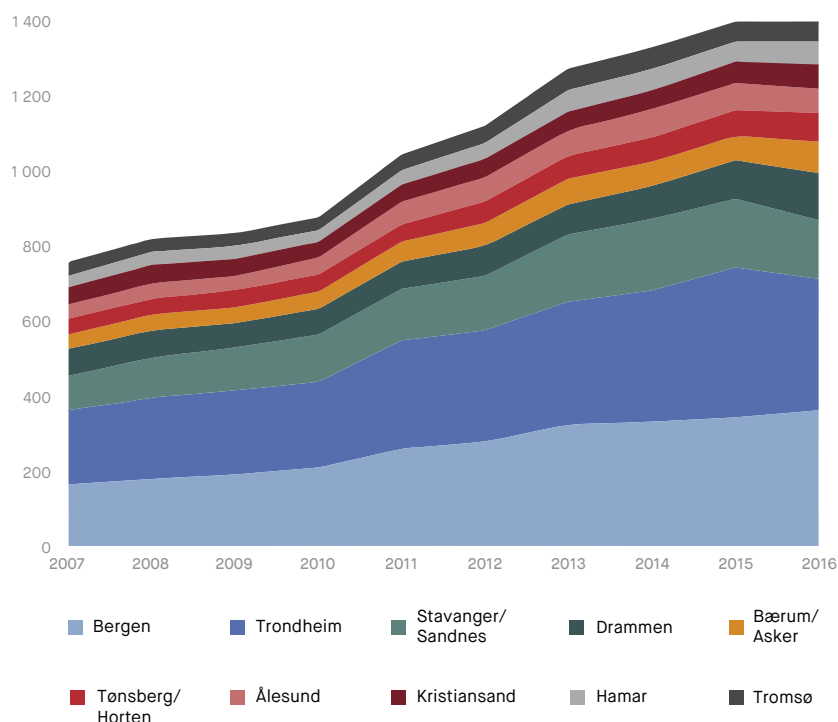
Fra 2007 til 2016 har Bergen, Trondheim og Stavanger/Sandness hatt den største verdiskapingen i arkitekturbransjen utenfor Oslo (Figur 26). I Bergen har verdiskapingen vokst jevnt i disse årene.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

I Trondheim og Stavanger/Sandnes ble det for første gang registrert en nedgang i verdiskapingen i 2016. Ledende virksomheter i arkitekturbransjen i Trondheim var Tegn 3 AS og Per Knudsen arkitektkontor AS (Tabell 28). Selv om samlet verdiskaping i de fem største virksomhetene i 2016 har holdt seg på 2015-nivå, var det en nedgang i verdiskaping i denne sektoren i 2016 i Trondheim. I stor grad kan det forklares av det faktum at Solen Arkitektur AS har hatt en dramatisk nedgang i verdiskaping fra 54 mill. kroner i 2015 til -0.2 mill. kroner i 2016. Dette kan muligens skyldes forhold i forbindelse med overdragelsesprosessen i 2014, da Solem Arkitektur AS ble overtatt av Norconsult.

I Stavanger/Sandnes var det flere virksomheter, også noen av de største, som opplevde en nedgang i verdiskaping i 2016. Det er rimelig å anta at dette har sammenheng med det kraftige fallet i prisen på olje et par år tidligere. Dette gir åpenbart ringvirkninger i en region som er så tett koblet på oljeøkonomien. Det har resultert i nedgang i den totale verdiskapingen i arkitekturbransjen i Stavanger/Sandnes. Tabeller 13, 14 og 15 viser 5 største virksomhetene i de tre dominerende økonomiske regionene i arkitekturbransjen utenfor Oslo.



Figur 26. Verdiskaping i arkitekturbransjen. Utvikling i de 10 største økonomiske regionene utenfor Oslo rangert etter verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 13. De fem største virksomhetene i arkitekturbransjen i Bergen etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
ABO PLAN & ARKITEKTUR AS	19	18	18	22	23	28	34	33	34	36	43
OG ARKITEKTER AS	0	0	0	3	24	25	25	26	24	31	52
OPUS BERGEN AS	11	11	12	14	14	16	21	23	27	22	18
B+B ARKITEKTER AS	0	0	0	0	15	16	18	24	20	20	14
3RW ARKITEKTER AS	4	6	7	8	7	7	8	9	13	19	27
Sum fem største virksomheter	34	35	36	48	84	92	107	114	117	128	154
Total verdiskaping i bransjen i Bergen	165	179	192	209	260	279	323	330	341	363	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Bergen	20 %	19 %	19 %	23 %	32 %	33 %	33 %	35 %	34 %	35 %	

Tabell 14. De fem største virksomhetene i arkitekturbransjen i Trondheim målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
TEGN 3 AS	23	28	40	33	39	39	39	39	47	41	72
PER KNUDSEN ARKITEKTKONTOR AS	21	21	19	16	19	24	28	24	29	34	40
VOLL ARKITEKTER AS	17	16	9	18	22	22	23	18	20	22	25
PIR II AS	0	0	0	2	12	12	15	17	19	21	41
ARC ARKITEKTER AS	10	14	16	16	19	22	22	27	23	21	16
Sum fem største virksomheter	71	79	84	84	113	119	127	124	138	138	194
Total verdiskaping i bransjen i Trondheim	192	216	221	229	286	292	326	348	399	348	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Trondheim	37 %	37 %	38 %	37 %	39 %	41 %	39 %	36 %	35 %	40 %	

Der ingen skulle tru...

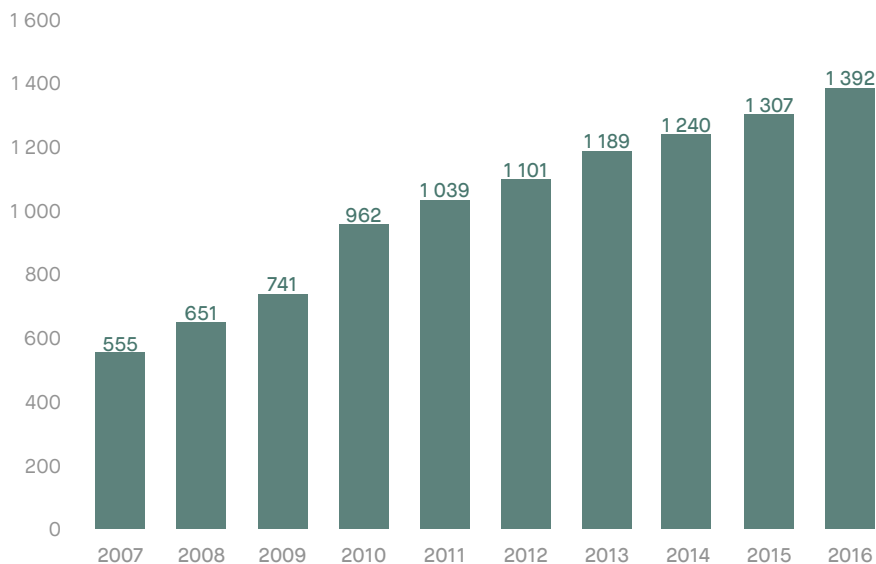
Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 15. De fem største virksomhetene i arkitekturbransjen i Stavanger/Sandnes målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
ARKITEKTFIRMA HELEN & HARD AS	5	6	10	9	10	9	9	12	14	15	30
AROS ARKITEKTER AS	0	0	0	0	0	0	8	15	15	13	17
BRANDSBERG-DAHLS ARKITEKTKONTOR AS	15	16	14	13	13	15	21	19	12	13	12
ARKITEKTKONTORET VEST AS	16	12	12	12	16	15	16	18	19	11	14
LEIV NES ARKITEKTER AS	7	6	7	7	7	10	10	12	13	11	0
Sum fem største virksomheter	42	40	43	41	47	49	65	77	73	63	73
Total verdiskaping i bransjen i Stavanger/Sandnes	96	107	114	122	136	147	178	189	181	152	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Stavanger/Sandnes	44 %	37 %	37 %	33 %	34 %	33 %	37 %	41 %	41 %	41 %	

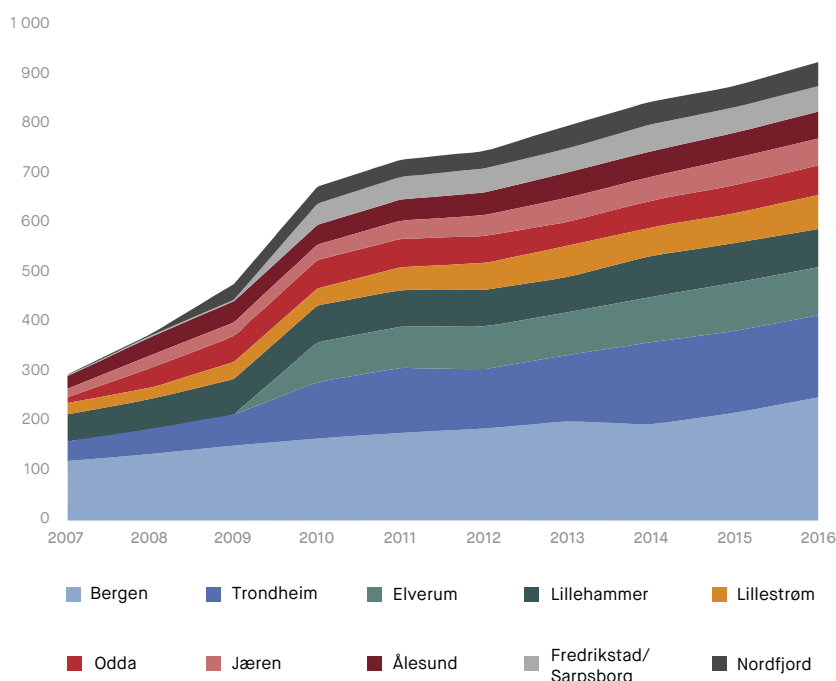
Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter

Innenfor drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter har verdiskapingen økt med 151 prosent i perioden 2007 – 2016 (Figur 27).



Figur 27. Verdiskaping i drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

I Bergen, Trondheim, Elverum og Lillehammer har det vært registrert størst verdiskaping i denne bransjen siden 2010 (Figur 28). Elverum fikk sin lederposisjon først etter 2009, da det ble registrert en stor økning i verdiskapingen fra 0.13 til 61.08 mill. kroner. Denne økningen skyldes konsolideringen av museene, og at Annomuseet i januar 2010 ble stiftet som Hedmark fylkesmuseum. Anno museum består av små og store museer i hele Hedmark. Hovedkontoret ligger i Elverum og all aktivitet blir følgelig registrert der uavhengig av den faktiske geografiske lokaliseringen. I Lillehammer var det kun tre virksomheter i denne bransjen i perioden 2007-2016. Den største var Stiftelsen Lillehammer museum som er overbygningen for museene Bjørnstjerne Bjørnsons hjem Aulestad, Sigrid Undsets hjem Bjerkebæk, Maihaugen, Norges Olympiske Museum, Norges Postmuseum og kunnskapssenteret Norsk Håndverksinstitutt¹¹.



Figur 28. Utvikling i drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter i de 10 største økonomiske regionene utenfor målt etter verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Tabellene 16 og 17 viser de fem største virksomhetene i Bergen og Trondheim når det gjelder drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter. Tabellene 18 og 19 viser de virksomhetene som finnes i denne bransjen i Elverum og Lillehammer.

¹¹ Stiftelsen Lillehammer museum har blitt slått sammen også med Lillehammer kunstmuseum 1.april 2018.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 16. De fem største biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter i Bergen målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
KODE KUNSTMUSEER OG KOMPONISTHJEM	26	26	28	30	32	35	39	43	41	46	121
STIFTELSEN BYMUSEET I BERGEN	23	23	27	27	30	32	32	34	37	38	83
BERGEN VITENSENTER AS	13	12	15	17	17	18	19	10	21	35	79
STIFTINGA MUSEUMS-SENTERET I HORDALAND	13	14	16	19	22	22	23	22	24	25	75
STIFTELSEN MUSEUM VEST	11	12	12	14	16	16	18	20	24	25	127
Sum fem største virksomheter	85	88	98	107	118	123	131	129	146	170	485
Total verdiskaping i bransjen i Bergen	94	106	118	129	139	145	155	152	168	193	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Bergen	91 %	83 %	84 %	83 %	85 %	85 %	84 %	85 %	87 %	88 %	

Tabell 17. De fem største biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter i Trondheim målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
MUSEENE I SØR-TRØNDELAG AS	0	0	1	73	81	80	91	112	113	111	407
VITENSENTERET	5	6	7	8	8	8	9	10	11	11	49
STIFTELSEN NORSK RETTSMUSEUM	1	1	1	1	1	2	2	3	3	3	13
KOMMUNEARKIVINSTITUSJONENES DIGITALE RESSURSSENTER SA	0	0	0	0	1	2	1	2	2	2	11
NORDENFJELDSKE KUNSTINDUSTRI MUSEUM	8	8	8	8	8	-1	0	0	0	1	0
Sum fem største virksomheter	14	16	17	90	99	91	103	126	128	129	480
Total verdiskaping i bransjen i Trondheim	31	40	49	90	100	93	106	128	130	130	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Trondheim	44 %	39 %	36 %	100%	99 %	98 %	98 %	99 %	99 %	99 %	

Tabell 18. Verdiskaping i biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter i Elverum. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
ANNO MUSEUM AS	-	-	-	61	64	65	65	71	74	74	273
Total verdiskaping i bransjen i Elverum	-	-	-	61	64	65	65	71	74	74	

Der ingen skulle tru...

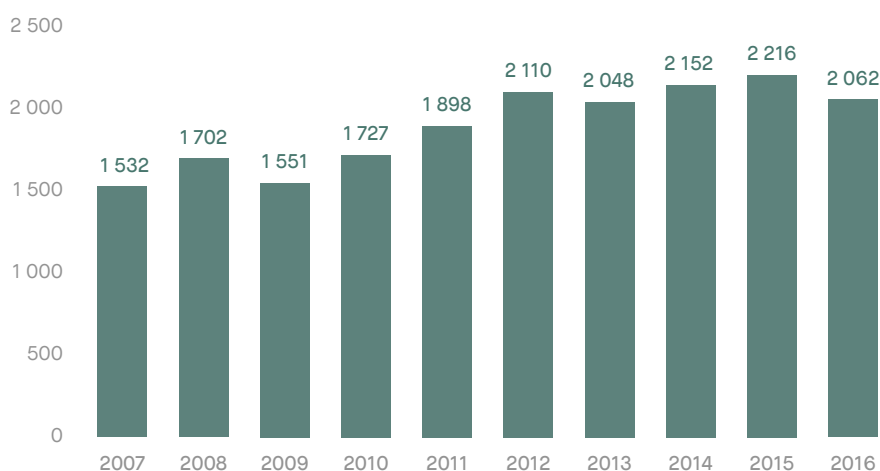
Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 19. Verdiskaping i biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter i Lillehammer. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
STIFTELSEN LILLEHAMMER MUSEUM	37	39	49	51	51	49	49	55	55	53	200
LILLEHAMMER KUNSTMUSEUM	5	5	6	7	6	7	6	8	7	8	2
STIFTELSEN NORSK KJØRETØYHISTORISK MUSEUM	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1
Total verdiskaping i bransjen i Lillehammer	43	45	55	58	58	57	56	63	62	61	

Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio- og fotobransjen

I film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio- og fotobransjen utenfor Oslo er det registrert en liten vekst i verdiskapingen, med 35 prosent i perioden 2007 – 2015 (Figur 29). I 2016 ble det registrert en nedgang i verdiskaping på 7 prosent.

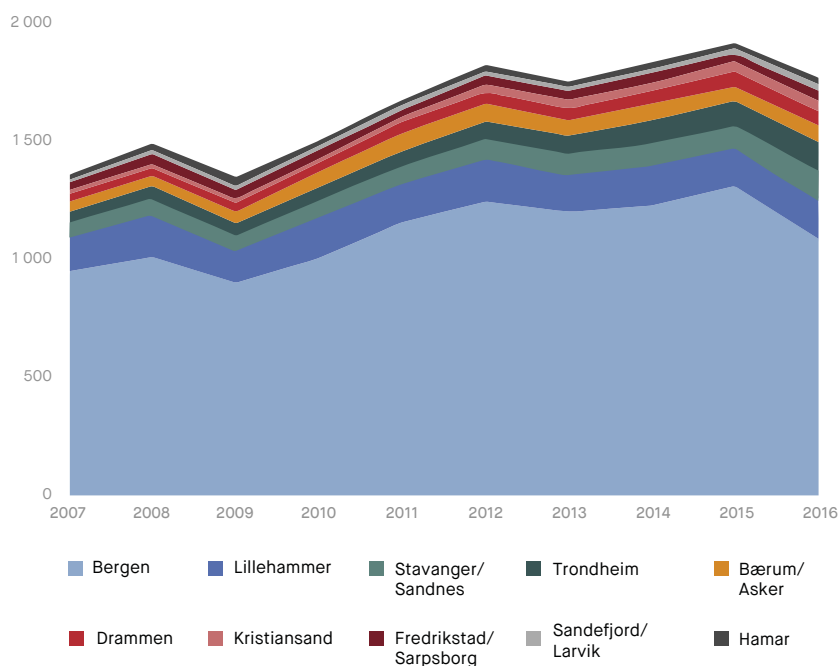


Figur 29. Verdiskaping i film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og fotobransjen i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Bergen har uten tvil hatt den ledende posisjon utenfor Oslo i denne bransjen i perioden 2007 – 2016, og de tre nærmeste regionene – Lillehammer, Stavanger/Sandnes og Trondheim – er ikke i nærheten av den samme verdiskapingen (Figur 30).

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo



Figur 30. Utvikling i film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto bransje i de 10 største økonomiske regionene utenfor målt etter verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

I 2016, sammenlignet med 2015, er verdiskapingen i Bergen imidlertid redusert med 24 prosent. Det kan forklares med 25 prosent nedgang i verdiskapingen for TV2 AS som sto for nesten halvparten av den bransjen i Bergen. Tabell 20 viser de fem største virksomhetene i film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio- og fotobransjen i Bergen etter verdiskaping.

I Lillehammer har P4 Radio hele Norge AS vært den største aktøren (Tabell 21), mens i Stavanger/Sandnes den var SF Kino Stavanger/Sandnes AS (Tabell 22) og i Trondheim – Trondheim kino AS (Tabell 23).

Tabell 20. De fem største virksomhetene i film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio- og fotobransjen i Bergen målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
TV 2 AS	853	901	764	875	1021	1073	1051	1016	1073	804	819
ODEON KINO AS	19	27	32	23	18	23	1	29	38	58	288
ITV STUDIOS NORWAY AS	8	7	7	7	15	19	20	33	36	47	130
TV 2 GRUPPEN AS	19	23	25	24	25	36	39	42	45	47	0
BERGEN KINO AS	22	21	39	35	36	35	31	41	46	47	106
Sum fem største virksomheter	921	978	867	966	1116	1186	1143	1161	1238	1003	1343
Total verdiskaping i bransjen i Bergen	947	1008	902	1005	1157	1242	1202	1226	1309	1086	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Bergen	97 %	97 %	96 %	96 %	96 %	95 %	95 %	95 %	95 %	92 %	

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 21. De fem største virksomhetene i film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio- og fotobransjen i Lillehammer målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
P4 RADIO HELE NORGE AS	147	188	137	174	162	178	156	169	164	160	96
FILMBIN AS	1	0	0	0	0	3	3	1	1	2	5
FILMINVEST AS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3
PARADOX RETTIGHETER AS	0	0	3	2	3	1	-3	1	0	1	7
FOTOGRAF KIRSTI HOVDE AS	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2
Sum fem største virksomheter	148	188	140	177	166	183	157	171	166	165	113
Total verdiskaping i bransjen i Lillehammer	150	189	140	177	166	183	160	174	168	167	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Lillehammer	99 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	99 %	98 %	99 %	99 %	

Tabell 22. De fem største virksomhetene i film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio- og fotobransjen i Stavanger/Sandnes målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
SF KINO STAVANGER/SANDNES AS	15	19	25	25	21	28	24	25	30	36	78
SCREEN STORY AS	1	3	2	3	3	5	8	7	7	16	27
VISCO COMPUTER GRAPHICS AS	1	0	7	7	9	6	8	6	5	9	22
BLÅ MEDIAMENTOR AS	8	6	3	4	4	3	5	4	4	6	5
TV VEST AS	0	0	0	0	0	0	0	1	5	6	13
Sum fem største virksomheter	25	29	37	39	38	42	45	44	51	73	145
Total verdiskaping i bransjen i Stavanger/Sandnes	64	68	64	71	79	89	92	96	93	124	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Stavanger/Sandnes	38 %	42 %	58 %	55 %	48 %	47 %	49 %	46 %	55 %	59 %	

Der ingen skulle tru...

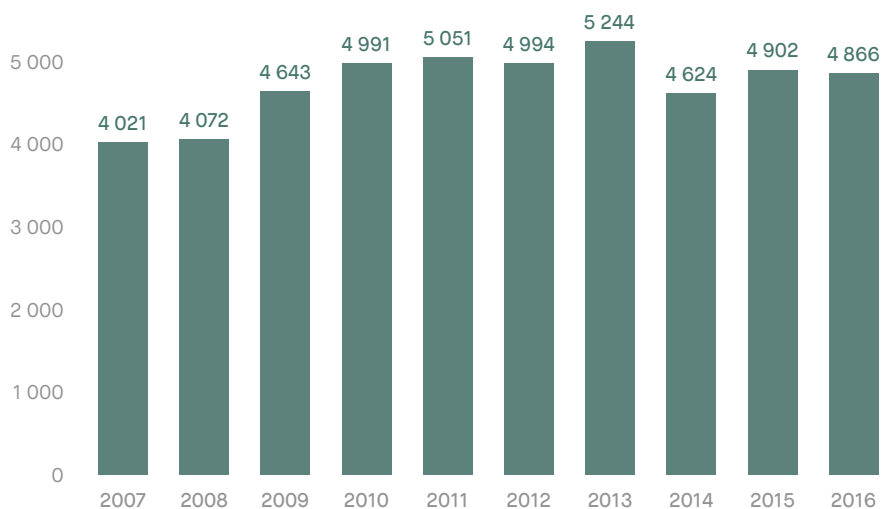
Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 23. De fem største virksomhetene i film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio- og fotobransjen i Trondheim målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
TRONDHEIM KINO AS	17	17	21	19	21	26	23	26	35	38	124
HEADSPIN PRODUCTIONS AS	0	0	0	0	0	0	0	13	13	12	20
STUDIO G AS	4	6	7	8	8	4	5	5	5	6	14
BERRE AS	0	0	0	0	0	0	0	0	4	5	14
IRIS SKOLEFOTO AS	1	1	2	3	2	3	2	3	3	4	6
Sum fem største virksomheter	21	24	30	30	31	34	30	47	60	65	178
Total verdiskaping i bransjen i Trondheim	37	41	46	48	50	65	64	87	100	113	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Trondheim	58 %	59 %	66 %	62 %	62 %	53 %	46 %	54 %	60 %	58 %	

Forlagsbransjen

Forlagsbransjen utenfor Oslo har hatt en vekst i verdiskaping kun på 21 prosent i perioden 2007 – 2016 (Figur 31). I de siste årene har mange ledende avishus i Norge hatt en nedgang i verdiskapingen. Det kan forklares med at stor del av avishusene i Norge har opplevd nedgang i annonseinntektene og inntektene fra papirabonnentene.

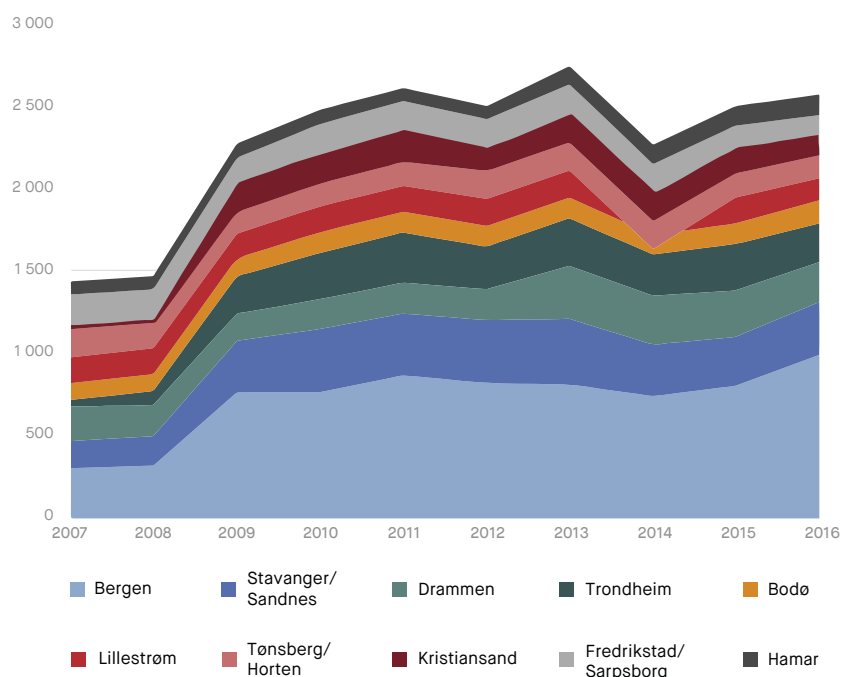


Figur 31. Utvikling i verdiskaping i forlagsbransjen i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

I denne bransjen hadde Bergen den dominerende stillingen etterfulgt av Stavanger/Sandnes, Trondheim og Drammen i perioden 2007 – 2016 (Figur 32). Figur 32 viser at det i Lillestrøm skjedde en veldig rask nedgang i verdiskapingen i 2014, fra 163 mill. kroner til -81 mill. kroner. Dette var allerede i 2015 tilbake på omtrent samme nivå med en registrert verdiskaping på 151 mill. kroner. Den store nedgangen skyldes Amedia Eastern Europe, som opplevde at mediebrukerne flyttet seg fra å være papir abonnenter til i stadig større grad å bli digitale mediebrukere. Det krevde at virksomheten i 2014 måtte tilpasse seg nye rammebetingelser og derfor hadde store engangskostnader knyttet til omstilling (-235 mill i verdiskaping).



Figur 32. Utvikling i forlagsbransje i de 10 største økonomiske regionene utenfor målt etter verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Bergen opplevde en ganske rask økning i verdiskaping i 2009 (+133%). Det skyldes Bergens Tidende AS, som ikke har registrert regnskapstall i 2007 og 2008. Usikkert hvorfor, men det kan være at det ble gjennomført en omorganisering i forbindelse med oppkjøpene av lokalavisene Strilen og Vestnytt, og lokalavistrykkeriet Mediatrykk AS, i 2008 (Tabell 24).

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 24. De fem største virksomhetene i forlagsbransjen i Bergen målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
SCHIBSTED NORGE AS	0	0	0	0	69	50	35	34	81	318	616
BERGENS TIDENDE AS	0	0	391	386	397	376	324	273	230	165	118
VIGMOSTAD & BJØRKE AS	33	33	60	66	63	69	79	102	133	137	214
VB BOK AS	25	29	33	32	44	23	44	34	76	84	363
BERGENSAVISEN AS	70	65	64	63	61	56	59	62	54	53	71
Sum fem største virksomheter	128	127	548	547	635	574	541	506	573	757	1382
Total verdiskaping i bransjen i Bergen	312	327	764	770	866	820	814	744	809	995	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Bergen	41 %	39 %	72 %	71 %	73 %	70 %	66 %	68 %	71 %	76 %	

I Stavanger/Sandnes var Stavanger Aftenblad AS den største aktøren i forlagsbransjen i perioden 2007 – 2016 (Tabell 25). Men siden 2013 har Stavanger Aftenblad AS hatt jevn nedgang i verdiskapingen. I 2016 har en ny aktør, Hero tolk AS, kommet til i forlagsbransjen. Hero tolk AS leverer fremmøtetolkning, telefontolkning og oversettelsestjenester til hele Norge og innenfor alle bransjer. Allerede i 2016 hadde de en registrert verdiskaping på 59 mill. kroner.

Tabell 25. De fem største virksomhetene i forlagsbransjen i Stavanger/Sandnes målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
STAVANGER AFTENBLAD AS	0	0	164	234	244	228	231	177	160	132	117
HERO TOLK AS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	59	14
SANDVIKS AS	39	56	39	36	32	35	49	39	46	44	92
ROGALANDS AVIS AS	35	32	29	26	20	22	22	16	10	11	19
STABENFELDT AS	45	38	35	32	29	40	42	26	20	9	14
Sum fem største virksomheter	118	126	267	329	324	325	344	258	236	256	256
Total verdiskaping i bransjen i Stavanger/Sandnes	162	173	312	381	376	378	396	311	292	314	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Stavanger/Sandnes	73 %	73 %	86 %	86 %	86 %	86 %	87 %	83 %	81 %	82 %	

I Trondheim har det vært én veldig tydelig dominerende aktør i denne bransjen siden 2008. Det er Adresseavisen AS som sto for 86 prosent av verdiskapingen i denne bransjen i 2016 (Tabell 26).

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 26. De fem største virksomhetene i forlagsbransjen i Trondheim målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
ADRESSEAVISEN AS	0	56	210	249	273	225	254	220	243	196	243
TRØNDERBLADET AS	9	9	8	9	9	9	10	9	9	9	10
AUNES OVERSETTELSE AS	4	4	4	4	4	5	5	6	5	6	8
AMCAR AS	0	0	4	4	5	5	5	6	4	5	8
SELBYGGEN AS	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	12
Sum fem største virksomheter	15	72	230	269	293	247	278	243	264	219	281
Total verdiskaping i bransjen i Trondheim	36	82	230	275	304	260	290	251	277	229	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Trondheim	43 %	87 %	100 %	98 %	97 %	95 %	96 %	97 %	95 %	96 %	

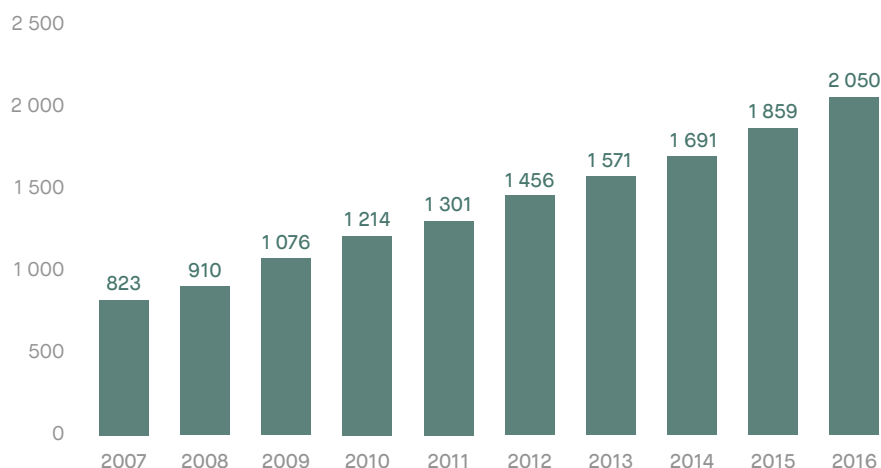
I Drammen var Nye notabene AS og Drammens tidende AS de største aktørene i perioden 2007 – 2016. Men fra 2012 har Drammens tidende AS registrert stadig nedgang i verdiskaping (Tabell 27).

Tabell 27. De fem største virksomhetene i forlagsbransjen i Drammen målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
NYE NOTABENE AS	0	0	0	0	0	0	135	117	143	120	2
DRAMMENS TIDENDE AS	163	150	118	129	126	127	122	115	87	80	64
BYGDEPOSTEN AS	8	7	7	8	9	10	9	10	9	8	9
RØYKEN OG HURUMS AVIS AS	9	9	10	10	10	10	10	8	8	8	6
BYAVISA DRAMMEN AS	0	0	0	6	6	8	7	7	7	5	11
Sum fem største virksomheter	180	166	135	153	152	155	283	256	254	221	92
Total verdiskaping i bransjen i Drammen	210	193	161	178	182	186	318	292	280	244	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Drammen	86 %	86 %	84 %	86 %	83 %	83 %	89 %	88 %	91 %	91 %	

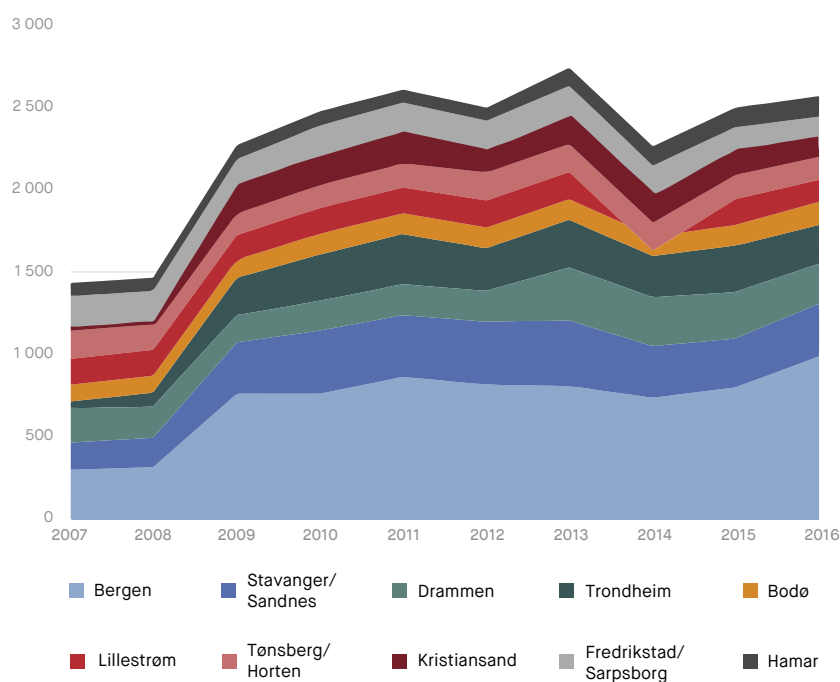
Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter

Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter utenfor Oslo har hatt en vekst i verdiskaping i perioden 2007 – 2016 på 149 prosent (Figur 33).



Figur 33. Utvikling i verdiskaping i musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter i perioden 2007 – 2016, tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

I denne bransjen har Bergen, Stavanger/Sandnes og Trondheim den største verdiskapingen. I tillegg har de opplevd ganske jevn vekst i perioden 2007 – 2016 (Figur 34).



Figur 34. Utvikling av musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter i perioden 2007-2016, fordelt på økonomiske regioner. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

I de siste årene har vært økning i total verdiskaping i musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter i Bergen (Tabell 28). Verdiskapingsøkningen i musikk bransjen etter 2015 skyldes Kygo AS (produsent og EDM-musikker). Kygo AS ble registrert i 2014 og hadde allerede i 2015 en verdiskaping på 13 mill. kroner og i 2016 på 18 mill. kroner. I 2016 var Kygo AS den sjette største virksomheten i verdiskaping i 2016. De to største virksomhetene i denne bransjen er Stiftelsen Musikkelskapet harmonien og AS Den Nationale Scene.

Tabell 28. De fem største musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter i Bergen målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
STIFTELSEN MUSIKK-SELSKAPET HARMONIEN	0	0	71	71	77	84	89	93	98	116	124
AS DEN NATIONALE SCENE	74	82	84	91	93	95	98	103	104	106	219
CARTE BLANCHE AS	16	16	17	20	19	21	22	23	26	25	47
OLE BULL SCENE AS	3	3	3	3	3	3	4	16	15	25	76
STIFTELSEN BERGEN NASJONALE OPERA	5	11	12	13	18	15	18	18	16	19	17
Sum fem største virksomheter	98	112	187	197	210	217	231	254	259	290	483
Total verdiskaping i bransjen i Bergen	153	178	261	277	280	307	336	371	406	482	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Bergen	64 %	63 %	72 %	71 %	75 %	71 %	69 %	68 %	64 %	60 %	

I Stavanger har Stiftelsen Stavanger symfoniorkester og Rogaland teater AS hatt den største verdiskapingen i denne bransjen i perioden 2007 – 2016 (Tabell 29).

Tabell 29. De fem største musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter i Stavanger/Sandnes målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
STAVANGER SYMFONIORKESTER	54	59	65	72	76	82	82	79	82	84	100
STIFTELSE ROGALAND TEATER AS	55	49	58	69	66	68	68	73	75	73	165
STAVANGER KONSERTHUS IKS	15	7	13	21	28	55	38	44	34	38	55
EMPLOY AS	0	0	0	0	3	4	8	12	21	31	121
HOVE WEST AS	5	7	4	8	6	9	7	9	17	19	35
Sum fem største virksomheter	129	122	140	169	180	217	203	218	229	246	476
Total verdiskaping i bransjen i Stavanger/Sandnes	145	135	152	193	202	245	230	251	272	291	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Stavanger/Sandnes	89 %	91 %	92 %	87 %	89 %	89 %	88 %	87 %	84 %	84 %	

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

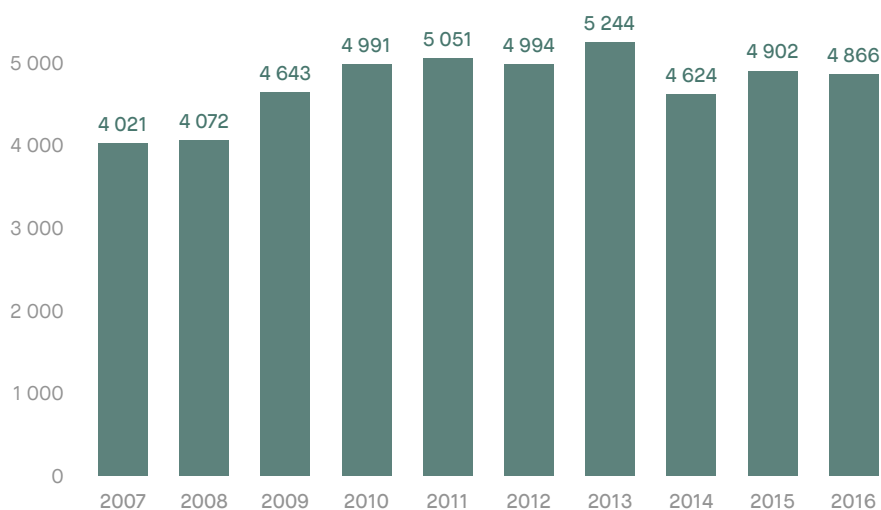
Trondheim symfoniorkester og Trøndelag teater AS hadde den største verdiskapingen i Trondheim (Tabell 30).

Tabell 30. De fem største bedriftene i musikkbransjen i Trondheim etter verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
TRONDHEIM SYMFONIORKESTER	49	55	63	71	76	77	80	90	93	97	110
TRØNDELAG TEATER AS	67	73	75	75	80	80	82	83	89	87	209
ADOLF ØIENS FOND FOR NÆRINGS- UTVIKLING	-1	-3	23	12	-4	12	12	12	4	9	0
STIFTELSEN TRONDHEIMSOLISTENE	3	6	7	7	7	7	7	8	8	8	26
OLAVSFESTDAGENE I TRONDHEIM	4	-2	8	8	8	8	9	9	9	7	7
Sum fem største virksomheter	122	129	176	173	166	185	189	201	203	208	352
Total verdiskaping i bransjen i Trondheim	136	149	203	202	201	227	227	251	257	275	
De fem største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Trondheim	90 %	86 %	87 %	86 %	83 %	81 %	83 %	80 %	79 %	76 %	

Utgivelse av programvare for dataspill

Programvarebransjen utenfor Oslo har hatt en økning i verdiskaping fra 1.6 mill. kroner i 2007 til 34.8 mill. kroner i 2016 (+ 2 024 prosent) (Figur 35).

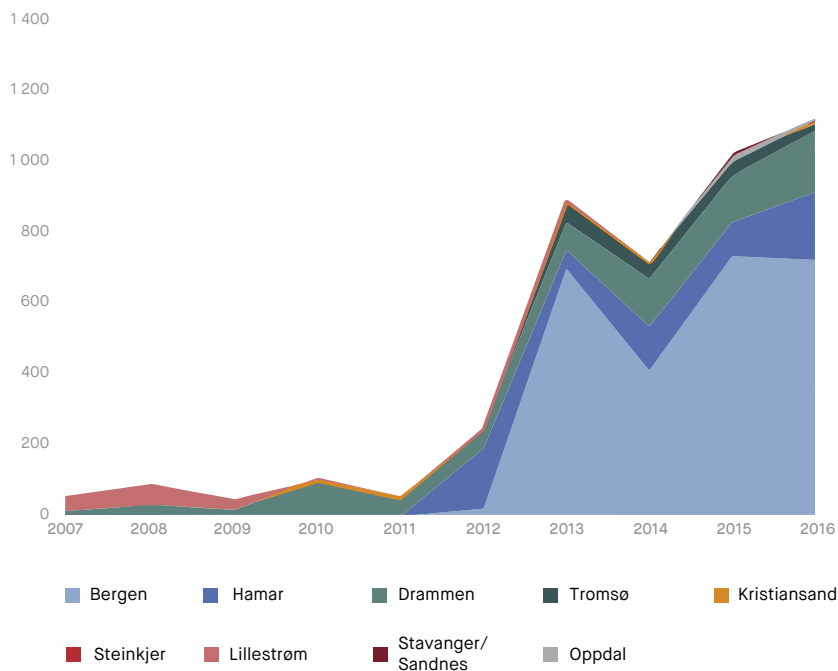


Figur 35. Utvikling i verdiskaping i programvarebransjen i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Virksomheter i programvarebransjen er imidlertid registrert i bare ni økonomiske regioner utenfor Oslo, og utgjør en liten bransje, målt både i verdiskaping og sysselsetting (Figur 36).



Figur 36. Utvikling av programvarebransjen i perioden 2007-2016 fordelt på økonomiske regioner. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Bergen har skapt 23 mill. kroner i verdiskapingen i denne bransjen i 2016. I 2012 var verdiskapingen i Hamar størst med 5 mill. kroner, men data viser at det har ikke vært betydelig økning i verdiskapingen i Hamar siden 2012.

Tabellene 31, 32, og 33 gir oversikt over virksomhetene som driver med utgivelse av programvare til dataspill i Bergen, Hammar og Drammen.

Tabell 31. Virksomheter som driver med programvare for dataspill i Bergen. Tall i mill. NOK.

Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
DIRTYBIT AS	0	0	0	0	0	0	21	12	19	21	13
RAIN AS	0	0	0	0	8	1	0,5	1	4	2	18
Total verdiskaping i bransjen i Bergen	0	0	0	0	8	1	22	13	23	23	

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 32. Virksomheter som driver med programvare for dataspill i Hamar. Tall i mill. NOK.
Kilde: Bisnode.

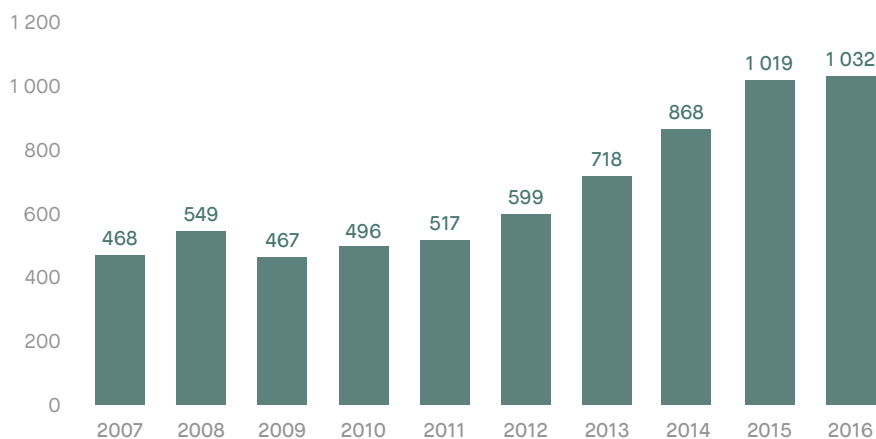
FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
KRILLBITE STUDIO AS	0	0	0	0	0	5	2	4	3	6	10
Total verdiskaping i bransjen i Hamar	0	0	0	0	0	5	2	4	3	6	

Tabell 33. Virksomheter som driver med programvare for dataspill i Drammen. Tall i mill. NOK.
Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
RAVN STUDIO AS	0	1	1	3	1	2	2	4	4	5	8
Total verdiskaping i bransjen i Drammen	0	1	1	3	1	2	2	4	4	5	

Spesialiserte designvirksomheter

Spesialiserte designvirksomheter utenfor Oslo har registret vekst i verdiskapingen på 120 prosent i perioden 2007 – 2016 (Figur 37).

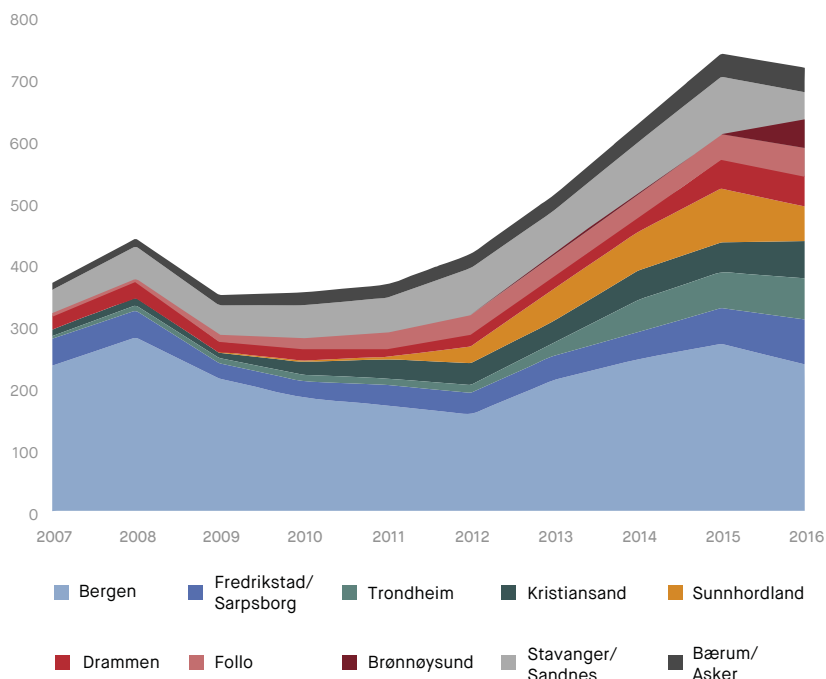


Figur 37. Utvikling i verdiskaping i spesialiserte designvirksomheter i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Virksomheter i Bergen har registrert størst verdiskaping i denne bransjen i perioden 2007 – 2016. I 2016 har det Brønnøysundbaserte selskapet Aquadesign AS ført til at det også i Brønnøysund er registrert stor vekst i verdiskapingen i 2016 (Figur 38).

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo



Figur 38. Utvikling av spesialiserte designvirksomheter i perioden 2007-2016, fordelt på økonomiske regioner. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Selv om Bergen fortsatt er ledende i denne bransjen utenfor Oslo, er nedgangen i verdiskaping de siste årene blitt merkbar (Tabell 34). I Bergen var to virksomheter som drev med industridesign de største aktørene i perioden 2007 – 2016. De virksomhetene var PHE Holding AS og WEMA System AS. PHE Holding AS er en verdensomspennende organisasjon med base i Norge. Med sin lange historie med innovasjon har de fått en posisjon som verdensledende designer, produsent og leverandør av nedsenket pumpe-løsninger for shipping, offshore og olje- og gassindustrien. Fra 2012 til 2015 har virksomheten opplevd en økning i verdiskapingen, men i 2016 fikk man nedgang i verdiskapingen med 23 prosent. Wema System AS har en registrert jevn nedgang i verdiskaping siden 2013.

Tabell 34. De fem største spesialiserte designvirksomhetene i Bergen målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
PHE HOLDING AS	168	201	169	109	79	72	105	132	155	120	10
WEMA SYSTEM AS	46	53	20	50	62	51	70	60	50	37	59
MIR AS	4	5	4	4	7	10	10	13	13	12	16
ANTI BERGEN AS	0	0	0	0	2	2	3	4	6	7	9
MEKATRONIKK AS	0	0	0	0	0	0	0	6	7	7	25
Sum 5 største virksomheter	218	259	194	164	151	135	188	215	231	184	119
Total verdiskaping i bransjen i Bergen	239	284	217	186	174	159	215	247	273	240	
De 5 største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Bergen	91 %	91 %	89 %	88 %	87 %	85 %	87 %	87 %	85 %	77 %	

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

For spesialiserte designvirksomheter i Fredrikstad/Sarpsborg, er situasjonen litt annerledes enn i Bergen. Her har vært en merkbar økning i verdiskaping i 2015 og i 2016. Det forklares ved at den største aktøren i bransjen - Eker design AS - har hatt en økning i verdiskaping fra 16 mill. kroner i 2014 til 32 mill. kroner i 2016 (Tabell 35). I tillegg har en ny aktør - Wik & Walsøe AS - kommet inn på markedet i 2014 og allerede i 2016 registrerte en verdiskaping på 12 mill. kroner.

Tabell 35. De fem største spesialiserte designvirksomhetene i Fredrikstad/Sarpsborg målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
EKER DESIGN AS	19	30	15	11	15	14	16	16	23	32	34
WIK & WALSTØE AS	0	0	0	0	0	0	0	7	8	12	14
DAMSLET SKILT AS	4	3	3	3	4	4	5	3	5	5	10
EKER GROUP AS	7	0	-2	-1	-1	1	2	1	3	3	10
GRIFF	2	2	2	3	4	5	4	3	3	3	6
KOMMUNIKASJON AS											
Sum 5 største virksomheter	33	35	18	17	23	24	27	31	42	54	74
Total verdiskaping i bransjen i Fredrikstad/Sarpsborg	42 %	45 %	24 %	26 %	32 %	34 %	40 %	45 %	58 %	73 %	
De 5 største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Fredrikstad/Sarpsborg	78 %	79 %	74 %	64 %	73 %	71 %	67 %	69 %	72 %	74 %	

I Trondheim er det observert en forholdsvis rask økning i verdiskaping i spesialiserte designvirksomheter siden 2014. Det kan primært tilbakeføres til Inventas AS (Tabell 36). Inventas AS er et designbyrå som tilbyr designtjenester innen innovasjon, produktdesign, tjenstedesign, produktutvikling, simulering og produksjon. Fra 2013 til 2014 har de økt verdiskapingen med 700 prosent, fra 5 mill. kroner til 35 mill. kroner.

Der ingen skulle tru...

Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo

Tabell 36. De fem største spesialiserte designvirksomhetene i Trondheim målt etter total verdiskaping i 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

FIRMANAVN	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	ANTALL ANSATTE I 2016
INVENTAS AS	0	1	2	2	2	3	5	35	35	37	54
UREDD DESIGNKONTOR AS	1	1	2	2	2	2	3	3	4	4	9
ULVAN INTERIØR AS	0	0	0	1	1	1	2	3	2	2	3
NICE INDUSTRIDESIGN AS	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	6
COVERT VECTOR AS	0	0	0	0	0	1	0	2	1	2	1
Sum 5 største virksomheter	1	2	3	4	5	7	11	43	43	48	73
Total verdiskaping i bransjen i Trondheim	5	8	9	11	10	14	19	53	59	67	
De 5 største bedriftenes andel av total verdiskaping i bransjen i Trondheim	18 %	29 %	37 %	35 %	44 %	48 %	57 %	82 %	74 %	71 %	

Tabeller med verdiskapingstall for hver bransje fordelt etter økonomiske regioner i perioden 2007 – 2016 er inkludert i vedlegg D – K.



Referanser

- Bell, D., & Jayne, M. (2010). The creative countryside: Policy and practice in the UK rural cultural economy. *Journal of Rural Studies*, 26(3), 209–218.
- Boschma, R. (2005). Proximity and innovation: a critical assessment. *Regional Studies*, 39(1), 61–74.
- Cairncross, F. (1997). The death of distance: *How the communications revolution will change our lives*. Boston, Mass: Harvard Business School Press.
- Clare, K. (2013). The essential role of place within the creative industries: Boundaries, networks and play. *Cities*, 34, 52–57.
- Department for Digital, Culture, Media and Sport. (2001). Creative Industries Mapping Documents 2001. Hentet fra <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
- ECBN. (2015). *European creative industries summit* (p. 33). Brussels: European creative business network. Hentet fra <http://ecbnetwork.eu/wp-content/uploads/2015/09/ECIS2015.pdf>
- Escalona-Orcao, A. I., Escolano-Utrilla, S., Sáez-Pérez, L. A., & García, B. S.-V. (2016). The location of creative clusters in non-metropolitan areas: A methodological proposition. *Journal of Rural Studies*, 45, 112–122.
- Fingleton, B., Camargo Iglori, D., & Moore, B. (2004). Employment growth of small high-technology firms and the role of horizontal clustering: evidence from computing services and R&D in Great Britain, 1991-2000. *Urban Studies*, 41(4), 773–799.
- Gibson, C. (2002). Rural transformation and cultural industries: popular music on the New South Wales Far North Coast. *Geographical Research*, 40(3), 337–356.
- Gran, A.-B., Torp, Ø., & Theie, M. G. (2016). *Kreativ næring i Norge 2008 – 2014* (Rapport No. 1). Oslo: BI Centre for Creative Industries. Hentet fra <https://centreforcreativeindustries.files.wordpress.com/2016/02/kreativ-nc3a6ring-i-norge-2008-2014.pdf>
- Jakob, D., & Van Heur, B. (2015). Taking matters into third hands: Intermediaries and the organization of the creative economy. *Regional Studies*, 49(3), 357–361.

Kneafsey, M. (2001). Rural cultural economy: Tourism and social relations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 762–783.

Naldi, L., Nilsson, P., Westlund, H., & Wixe, S. (2015). What is smart rural development? *Journal of Rural Studies*, 40, 90–101.

O'Brien, R. (1992). *Global financial integration: The end of geography*. London: Pinter Publishers.

Ohmae, K. (1990). *The borderless world: Power and strategy in the interlinked economy*. London: Fontana.

Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition* (Vol. 76, No.6, pp.77–90). Harvard Business Review Boston.

Power, D., & Spilsbury, M. (2017). *Putting people at the centre: Dynamic mapping of Norway's cultural and creative economy* (Rapport No. 10). Kunskapsverket. Hentet fra file:///C:/Users/IM/Downloads/dynamicok%20(2).pdf

Regjeringen. (2017). Kultur og næring. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/tema/kultur-idrett-og-frivillighet/innsiktsartikler/kultur-og-naring/id2409002/>

Smit, A. J. (2011). The influence of district visual quality on location decisions of creative entrepreneurs. *Journal of the American Planning Association*, 77 (2), 167–184.

Statistisk sentralbyrå. (2017). Kulturstatistikk 2016. Hentet fra <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/kulturstatistikk-2016>

VEDLEGG A

LQ målt i antall sysselsatte¹³ i kulturelle og kreative næringer etter økonomiske regioner i 2016 (kilde: Bisnode)

Økonomisk region	Alle bransjer	Annonse og reklame	Arkitektur	Biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	Forlagsvirksomheter	Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter	Programvare	Spesialiserte designvirksomheter
Alta	1.24	0.36	1.18	1.78	0.83	1.15	1.99	0.00	0.80
Andselv	0.88	0.00	0.08	2.47	1.98	0.73	0.10	0.00	0.12
Arendal	0.70	0.50	0.55	0.36	0.46	0.89	1.34	0.00	0.42
Askim/Mysen	0.69	0.64	1.13	0.04	0.27	0.75	1.26	0.00	0.83
Bergen	1.84	0.79	1.50	0.94	3.74	2.27	1.81	5.90	1.33
Bodø	0.82	0.57	0.37	1.12	0.93	1.12	0.62	0.00	0.54
Brekstad	0.30	0.00	0.00	0.11	0.00	0.98	0.22	0.00	0.13
Brønnøysund	0.52	0.00	0.00	0.95	0.09	1.16	0.07	0.00	0.80
Bærum/Asker	0.89	2.19	0.93	0.21	0.97	0.41	1.19	0.00	1.13
Drammen	0.90	1.22	0.98	0.81	1.08	0.47	1.02	4.15	1.20
Egersund	0.60	0.71	0.68	1.17	0.20	0.80	0.08	0.00	0.18
Elverum	1.80	0.03	0.91	6.05	0.03	2.34	0.07	0.00	1.40
Finnsnes	0.30	0.25	0.00	0.00	0.52	0.74	0.04	0.00	0.31
Flekkefjord	0.91	1.66	1.45	0.00	0.14	1.98	0.16	0.00	0.61
Florø	0.21	0.16	0.00	0.00	0.00	0.38	0.05	0.00	1.26
Follo	0.84	1.20	0.80	0.66	0.78	0.71	0.35	0.00	2.47
Fredrikstad/Sarpsborg	1.06	3.30	0.68	0.76	0.70	0.70	0.59	0.00	1.70
Frøya/Hitra	0.37	1.53	0.00	0.00	0.10	0.64	0.08	0.00	0.18
Førde	0.55	0.44	0.59	0.00	0.17	0.86	1.07	0.00	0.42

¹³ En LQ større enn 1 indikerer at andelen sysselsetting i en gitt bransje i en gitt region er høyere enn tilsvarende andel i landsgjennomsnitt unntatt Oslo. Fargeskalaen indikerer følgende: grønn – en LQ større enn 1 i alle næringer og rød – en LQ større enn 1 per bransje.

Økonomisk region	Alle bransjer	Annonse og reklame	Arkitektur	Biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	Forlagsvirksomheter	Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter	Programvare	Spesialiserte designvirksomheter
Gjøvik	0.61	0.07	0.83	0.61	0.09	0.57	0.98	0.00	1.34
Grong	0.11	0.00	0.00	0.00	0.88	0.00	0.00	0.00	0.00
Hadeland	0.64	0.22	0.06	2.03	0.46	0.71	0.12	0.00	0.27
Halden	0.96	0.48	1.30	0.00	0.44	1.11	2.33	0.00	0.64
Hallingdal	0.63	0.64	0.96	0.07	0.39	1.11	0.29	0.00	1.11
Hamar	0.88	0.77	1.28	0.11	0.73	1.08	1.36	9.55	0.53
Hammerfest	1.32	0.32	0.21	0.66	0.33	4.12	0.53	0.00	0.37
Harstad	1.00	2.26	0.51	0.91	0.62	0.49	1.92	0.00	0.06
Haugesund	0.64	0.68	0.58	0.60	0.59	0.83	0.43	0.00	0.69
Holmestrand	0.45	0.47	0.00	0.00	1.19	0.80	0.16	0.00	0.38
Hønefoss	1.46	0.62	0.59	5.38	0.00	0.94	0.14	0.00	2.22
Høyanger	0.33	0.00	0.00	0.10	0.81	0.72	0.20	0.00	0.00
Jæren	0.92	0.83	0.97	2.75	0.39	0.67	0.02	0.00	0.58
Kirkenes	0.96	0.00	0.00	0.00	0.00	3.46	0.76	0.00	0.00
Kongsberg	0.43	0.70	0.24	0.61	0.11	0.12	0.67	0.00	0.88
Kongsvinger	0.88	1.60	0.74	0.12	1.68	1.18	0.47	0.00	0.19
Kragerø	0.70	0.00	3.13	0.00	0.00	1.09	0.66	0.00	0.00
Kristiansand	0.79	1.51	0.89	0.44	1.24	0.53	0.28	0.68	1.54
Kristiansund	0.71	0.70	0.36	0.77	0.19	0.61	1.50	0.00	0.45
Levanger/Verdalsøra	1.32	1.28	0.34	2.36	2.50	0.51	1.72	0.00	0.05
Lillehammer	1.62	0.67	1.42	3.74	2.99	0.90	0.24	0.00	1.73
Lillesand	0.83	0.00	1.27	0.00	0.85	0.36	2.63	0.00	0.75
Lillestrøm	0.62	0.99	0.41	0.67	0.69	0.57	0.34	0.00	0.88
Lofoten	2.39	1.49	0.22	8.99	0.95	1.74	0.44	0.00	0.80

Økonomisk region	Alle bransjer	Annonse og reklame	Arkitektur	Biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	Forlagsvirksomheter	Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter	Programvare	Spesialiserte designvirksomheter
Lyngdal/Farsund	0.64	0.51	0.65	0.00	0.00	2.03	0.18	0.00	0.00
Mandal	0.82	0.39	1.78	1.08	1.34	0.47	0.04	0.00	1.63
Midt-Gudbrandsdalen	0.90	0.20	1.33	0.00	0.00	0.81	2.69	0.00	1.26
Mo i Rana	0.64	0.22	0.94	0.00	0.40	0.58	1.86	0.00	0.23
Molde	0.76	1.26	0.54	0.49	0.47	0.79	0.98	0.00	0.86
Mosjøen	2.44	0.84	0.00	11.19	0.39	1.17	0.68	0.00	0.00
Moss	1.13	2.29	1.35	0.00	0.68	1.51	1.35	0.00	0.65
Namsos	0.97	1.04	3.07	0.00	0.48	1.07	1.19	0.00	0.19
Narvik	0.60	0.09	0.25	1.33	0.20	0.54	0.91	0.00	0.43
Nordfjord	1.88	0.16	3.36	5.82	0.04	1.29	0.55	0.00	1.68
Nord-Gudbrandsdalen	1.32	0.58	0.00	1.88	0.30	0.88	3.88	0.00	0.31
Nord-Troms	0.74	0.49	0.00	1.01	0.11	1.55	0.76	0.00	0.00
Notodden/Bø	0.63	0.06	1.25	0.00	0.00	0.83	0.68	0.00	2.50
Odda	1.44	0.00	0.00	7.38	0.00	0.54	0.21	0.00	0.33
Oppdal	0.71	0.00	0.00	0.64	0.73	2.07	0.09	0.00	0.00
Orkanger	0.45	0.11	1.67	0.00	0.15	0.64	0.08	0.00	1.14
Risør	0.49	0.16	0.00	0.00	0.29	1.37	0.00	0.00	1.51
Rjukan	2.43	0.50	1.98	11.20	0.92	0.61	0.00	0.00	0.00
Røros	1.24	2.87	0.33	0.00	0.39	2.52	0.20	0.00	2.55
Rørvik	1.10	0.00	0.00	4.13	0.11	0.97	0.24	0.00	1.52
Sande/Svelvik	0.22	0.00	0.33	0.00	0.13	0.50	0.00	0.00	0.71
Sandefjord/Larvik	0.69	1.24	0.81	0.03	0.56	0.62	1.09	0.00	0.71
Sandnessjøen	0.48	0.00	0.18	0.00	1.78	0.91	0.00	0.00	0.26
Setesdal	0.29	0.15	0.83	0.00	0.00	0.64	0.00	0.00	0.47

Økonomisk region	Alle bransjer	Annonse og reklame	Arkitektur	Biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	Forlagsvirksomheter	Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter	Programvare	Spesialiserte designvirksomheter
Skien/Porsgrunn	0.67	0.90	0.84	0.76	0.26	0.59	0.75	0.00	0.71
Sogndal/Årdal	0.90	0.59	2.02	0.76	1.16	0.93	0.52	0.00	0.45
Stavanger/Sandnes	1.07	0.92	0.96	0.75	0.97	0.80	1.85	0.55	1.39
Steinkjer	0.71	1.47	0.83	0.00	0.34	1.18	0.56	0.00	0.47
Stjørdalshalsen	0.72	1.10	0.49	0.07	0.18	1.93	0.00	0.00	0.54
Sunndalsøra	0.43	0.00	0.00	0.00	0.00	1.76	0.08	0.00	0.00
Sunnhordland	0.81	0.57	0.64	0.70	0.02	1.43	0.37	0.00	2.01
Surnadal	1.00	4.64	0.28	0.95	0.46	0.00	0.52	0.00	1.62
Tromsø	0.88	0.29	1.63	0.73	0.69	0.84	1.32	0.00	0.59
Trondheim	1.33	1.23	2.37	1.40	1.17	0.77	1.69	0.00	1.14
Tynset	0.93	0.80	0.63	3.80	0.00	0.39	0.06	0.00	0.39
Tønsberg/Horten	0.94	1.87	1.45	0.21	0.40	0.85	1.11	0.00	1.30
Ullensaker/Eidsvoll	0.27	0.71	0.18	0.10	0.37	0.26	0.19	0.00	0.18
Ulsteinvik	0.45	0.00	0.82	0.32	0.08	0.83	0.00	0.00	1.38
Vadsø	0.83	0.08	0.79	1.06	0.14	2.07	0.00	0.00	0.62
Valdres	1.10	0.45	0.36	2.43	0.76	1.47	0.71	0.00	0.41
Vesterålen	0.87	0.62	0.09	1.66	0.30	1.70	0.31	0.00	0.07
Vest-Telemark	2.16	0.00	0.68	6.12	0.40	1.22	4.16	0.00	0.00
Voss	0.84	0.29	0.90	0.20	0.07	1.48	1.44	0.00	0.93
Ørsta/Volda	1.12	0.69	0.35	3.65	0.57	0.97	0.43	0.00	0.10
Ålesund	0.94	1.13	1.33	0.99	0.40	1.40	0.31	0.00	0.92

VEDLEGG B

HLQ målt i antall sysselsatte¹⁴ i kulturelle og kreative næringer etter økonomiske regioner i 2016 (kilde: Bisnode)

Økonomisk region	Alle bransjer	Annonse og reklame	Arkitektur	Biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	Forlagsvirksomheter	Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter	Programvare	Spesialiserte designvirksomheter
Alta	79	-10	7	31	0	15	38	0	0
Andselv	7	-11	-9	32	17	-3	-14	0	-6
Arendal	-62	-20	-15	-42	-24	8	46	-1	-15
Askim/Mysen	-36	-6	8	-35	-19	-5	20	0	0
Bergen	3337	-12	230	68	1220	1137	547	27	120
Bodø	1	-19	-30	32	8	45	-22	-1	-13
Brekstad	-55	-10	-9	-13	-11	4	-11	0	-5
Brønnøysund	-26	-8	-7	2	-8	7	-11	0	0
Bærum/Asker	105	237	17	-155	28	-146	93	-2	34
Drammen	91	55	20	-2	40	-101	40	6	32
Egersund	-35	-2	-2	9	-12	-1	-20	0	-7
Elverum	261	-25	2	237	-27	97	-34	0	11
Finnsnes	-70	-9	-11	-19	-5	-3	-18	0	-5
Flekkefjord	9	11	7	-16	-10	32	-13	0	-2
Florø	-67	-9	-9	-15	-11	-12	-14	0	3
Follo	15	34	-1	-22	-4	-21	-62	-1	92
Fredrikstad/Sarpsborg	233	280	-14	-11	-15	-29	-39	-1	62
Frøya/Hitra	-35	6	-7	-11	-7	-3	-10	0	-4
Førde	-63	-10	-6	-32	-19	2	10	0	-7

¹⁴ Positive HLQ-verdier indikerer tilstedeværelse av klynger. Fargeskalaen indikerer følgende: grønn – en HLQ større enn 0 i alle næringer og rød – en HLQ større enn 0 per bransje.

Økonomisk region	Alle bransjer	Annonse og reklame	Arkitektur	Biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	Forlagsvirksomheter	Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter	Programvare	Spesialiserte designvirksomheter
Gjøvik	-109	-45	0	-18	-47	-31	14	-1	19
Grong	-25	-3	-3	-5	0	-7	-5	0	-2
Hadeland	-27	-11	-12	32	-7	-4	-18	0	-6
Halden	26	-8	9	-27	-9	14	50	0	-3
Hallingdal	-31	-4	2	-21	-9	11	-15	0	3
Hamar	35	-4	31	-79	-8	40	60	9	-14
Hammerfest	93	-11	-12	-5	-12	148	-9	0	-6
Harstad	40	38	-7	3	-6	-18	42	0	-13
Haugesund	-141	-12	-19	-29	-23	1	-50	-1	-7
Holmestrand	-27	-3	-6	-10	3	0	-8	0	-2
Hønefoss	166	-6	-6	202	-27	7	-31	0	26
Høyanger	-29	-6	-5	-7	0	-2	-6	0	-3
Jæren	34	0	5	118	-20	-13	-49	0	-6
Kirkenes	11	-7	-7	-11	-8	49	-1	0	-5
Kongsberg	-111	-4	-17	-10	-26	-48	-7	0	1
Kongsvinger	15	26	-3	-34	32	25	-17	0	-13
Kragerø	-10	-8	19	-11	-8	5	-2	0	-5
Kristiansand	-32	73	7	-59	48	-64	-84	0	48
Kristiansund	-28	-3	-12	-2	-20	-12	28	0	-7
Levanger/Verdalsøra	130	14	-13	68	56	-19	40	0	-14
Lillehammer	256	-6	20	158	88	6	-32	0	21
Lillesand	0	-9	4	-13	0	-10	28	0	0
Lillestrøm	-260	25	-54	-33	-22	-76	-104	-2	5
Lofoten	271	13	-11	239	3	38	-11	0	0

Økonomisk region	Alle bransjer	Annonse og reklame	Arkitektur	Biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	Forlagsvirksomheter	Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter	Programvare	Spesialiserte designvirksomheter
Lyngdal/Farsund	-24	-5	-2	-19	-14	39	-15	0	-8
Mandal	0	-8	15	7	10	-13	-20	0	9
Midt-Gudbrandsdalen	7	-6	5	-12	-9	0	28	0	3
Mo i Rana	-42	-17	3	-33	-13	-14	42	0	-10
Molde	-28	25	-14	-27	-21	-4	13	-1	1
Mosjøen	197	0	-10	214	-7	10	-3	0	-7
Moss	111	62	20	-50	-7	59	32	0	-4
Namsos	22	4	34	-21	-7	9	9	0	-7
Narvik	-43	-17	-11	17	-15	-13	3	0	-6
Nordfjord	226	-17	56	181	-21	24	-10	0	13
Nord-Gudbrandsdalen	65	-4	-11	24	-9	2	69	0	-5
Nord-Troms	-6	-3	-6	2	-6	12	-1	0	-4
Notodden/Bø	-29	-14	7	-22	-16	0	-4	0	19
Odda	52	-8	-7	94	-9	-6	-9	0	-3
Oppdal	-7	-6	-5	-2	-1	19	-8	0	-4
Orkanger	-58	-13	14	-22	-13	-7	-20	0	4
Risør	-18	-4	-5	-8	-4	7	-8	0	3
Rjukan	55	-1	4	60	0	-2	-5	0	-2
Røros	25	14	-3	-8	-3	24	-6	0	7
Rørвик	20	-7	-6	41	-7	3	-7	0	4
Sande/Svelvik	-35	-6	-3	-8	-5	-5	-8	0	0
Sandefjord/Larvik	-97	35	-1	-97	-25	-35	32	-1	-6
Sandnessjøen	-36	-10	-7	-15	13	2	-15	0	-4
Setesdal	-31	-5	0	-8	-6	-3	-8	0	-1

Økonomisk region	Alle bransjer	Annonse og reklame	Arkitektur	Biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	Forlagsvirksomheter	Musikk, utøvende og kunstneriske virksomheter	Programvare	Spesialiserte designvirksomheter
Skien/Porsgrunn	-114	7	1	-8	-55	-42	-9	-1	-6
Sogndal/Årdal	16	-6	27	-2	9	5	-11	0	-6
Stavanger/Sandnes	552	27	33	-27	44	-13	398	-1	93
Steinkjer	-26	18	0	-32	-14	20	-11	0	-6
Stjørdalshalsen	-19	6	-6	-23	-15	48	-25	0	-4
Sunndalsøra	-29	-7	-6	-10	-8	16	-9	0	-4
Sunnhordland	-6	-11	-7	-8	-39	55	-29	0	32
Surnadal	12	30	-4	1	-3	-13	-4	0	4
Tromsø	44	-45	61	-11	-13	4	62	-1	-13
Trondheim	1039	97	329	202	91	-26	301	-3	48
Tynset	12	0	-2	54	-11	-11	-14	0	-3
Tønsberg/Horten	89	92	49	-79	-40	6	36	-1	26
Ullensaker/Eidsvoll	-303	-7	-37	-68	-32	-74	-59	-1	-26
Ulsteinvik	-75	-19	0	-17	-19	0	-28	0	8
Vadsø	1	-10	0	5	-10	33	-15	0	-2
Valdres	37	-6	-6	36	-1	21	-3	0	-4
Vesterålen	9	-5	-15	29	-14	43	-18	0	-11
Vest-Telemark	132	-10	-1	89	-5	9	56	0	-6
Voss	1	-7	1	-13	-11	19	12	0	1
Ørsta/Volda	41	-2	-7	66	-4	5	-9	0	-7
Ålesund	89	26	38	21	-39	103	-64	-1	5

VEDLEGG C

Økonomiske regioner utenfor Oslo etter utvikling av verdiskaping i kreative og kulturelle næringer.

Rangering	Økonomisk region	Endring (2007-2016)	Rangering	Økonomisk region	Endring (2007-2016)	Rangering	Økonomisk region	Endring (2007-2016)
1.	Rørvik	383 %	31.	Sandefjord/Larvik	63 %	61.	Frøya/Hitra	22 %
2.	Surnadal	366 %	32.	Midt-Gudbrandsdalen	61 %	62.	Oppdal	22 %
3.	Brønnøysund	304 %	33.	Molde	60 %	63.	Hadeland	21 %
4.	Rjukan	263 %	34.	Tynset	60 %	64.	Kristiansund	20 %
5.	Andselv	221 %	35.	Drammen	58 %	65.	Hammerfest	19 %
6.	Nord-Troms	218 %	36.	Hallingdal	58 %	66.	Ålesund	19 %
7.	Kristiansand	153 %	37.	Bærum/Asker	54 %	67.	Lofoten	18 %
8.	Moss	146 %	38.	Jæren	53 %	68.	Førde	17 %
9.	Trondheim	146 %	39.	Alta	51 %	69.	Steinkjer	16 %
10.	Nord-Gudbrandsdalen	145 %	40.	Mandal	51 %	70.	Lillehammer	16 %
11.	Sunnhordland	143 %	41.	Mo i Rana	49 %	71.	Skien/Porsgrunn	15 %
12.	Odda	141 %	42.	Vest-Telemark	48 %	72.	Halden	14 %
13.	Nordfjord	119 %	43.	Tromsø	41 %	73.	Lyngdal/Farsund	14 %
14.	Holmestrand	111 %	44.	Lillestrøm	39 %	74.	Haugesund	8 %
15.	Levanger/Verdalsøra	108 %	45.	Mosjøen	36 %	75.	Sunndalsøra	7 %
16.	Høyanger	100 %	46.	Follo	36 %	76.	Brekstad	7 %
17.	Notodden/Bø	100 %	47.	Vesterålen	34 %	77.	Namsos	6 %
18.	Elverum	94 %	48.	Kirkenes	34 %	78.	Lillesand	5 %
19.	Narvik	94 %	49.	Fredrikstad/Sarpsborg	33 %	79.	Finnsnes	4 %
20.	Hønefoss	93 %	50.	Voss	33 %	80.	Orkanger	3 %
21.	Hamar	89 %	51.	Kragerø	29 %	81.	Valdres	2 %
22.	Ørsta/Volda	83 %	52.	Sande/Svelvik	28 %	82.	Sandnessjøen	0 %
23.	Stavanger/Sandnes	82 %	53.	Harstad	28 %	83.	Setesdal	-1 %
24.	Bergen	78 %	54.	Stjørdalshalsen	27 %	84.	Egersund	-1 %
25.	Ullensaker/Eidsvoll	76 %	55.	Vadsø	26 %	85.	Florø	-7 %
26.	Flekkefjord	76 %	56.	Gjøvik	26 %	86.	Røros	-10 %
27.	Bodø	76 %	57.	Sogndal/Årdal	25 %	87.	Risør	-20 %
28.	Kongsvinger	73 %	58.	Arendal	25 %	88.	Grong	-26 %
29.	Ulsteinvik	65 %	59.	Askim/Mysen	24 %			
30.	Kongsberg	64 %	60.	Tønsberg/Horten	22 %			

VEDLEGG D

Verdiskaping i annonse- og reklamebransjen fordelt etter økonomiske regioner i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alta	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
Andselv	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Arendal	5	8	13	14	15	18	18	16	13	16
Askim/Mysen	2	3	3	5	5	3	3	3	4	3
Bergen	67	79	73	72	90	94	100	103	121	132
Bodø	5	6	7	10	13	13	15	17	18	25
Bærum/Asker	38	48	44	57	55	64	71	78	105	119
Drammen	36	41	36	41	44	45	43	50	52	65
Egersund	0	1	0	1	1	1	1	1	1	2
Elverum	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Finnsnes	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1
Flekkefjord	4	4	4	5	4	4	5	6	8	8
Florø	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
Follo	39	39	39	50	53	58	54	46	54	54
Fredrikstad/Sarpsborg	64	68	61	65	77	79	26	101	117	132
Frøya/Hitra	1	2	2	1	2	2	3	3	3	5
Førde	3	4	4	5	5	7	7	7	5	5
Gjøvik	0	0	0	0	0	1	2	2	0	1
Hadeland	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
Halden	3	6	6	7	11	9	9	7	7	6
Hallingdal	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
Hamar	13	14	13	12	14	14	17	20	21	25
Hammerfest	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Harstad	18	18	16	16	19	20	24	23	28	28
Haugesund	17	22	20	18	20	23	20	25	26	31
Holmestrand	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hønefoss	2	4	4	4	3	4	3	3	4	5
Jæren	10	14	13	13	11	17	16	18	16	17
Kirkenes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kongsberg	4	5	4	4	4	4	4	4	4	6
Kongsvinger	2	2	4	5	7	7	21	22	26	22
Kragerø	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kristiansand	29	27	24	24	33	36	48	52	59	82
Kristiansund	1	2	2	4	5	6	7	8	9	9
Levanger/Verdalsøra	7	8	7	7	8	10	12	14	14	15
Lillehammer	3	3	5	8	8	7	5	7	7	10
Lillestrøm	22	26	30	32	36	36	41	49	50	69
Lofoten	8	7	6	8	8	9	9	9	9	11
Lyngdal/Farsund	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mandal	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2
Midt-Gudbrandsdalen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mo i Rana	0	0	0	0	1	1	1	1	2	1
Molde	-3	-8	15	-3	3	19	30	22	38	24
Mosjøen	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3
Moss	18	16	15	16	21	20	25	30	38	48
Namsos	6	6	5	5	6	6	5	5	6	6
Narvik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nordfjord	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3
Nord-Gudbrandsdalen	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
Nord-Troms	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
Notodden/Bø	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
Orkanger	1	2	1	2	2	2	3	2	1	1
Risør	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rjukan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Røros	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2
Sandefjord/Larvik	23	29	26	22	25	25	26	28	32	38
Sandnessjøen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Setesdal	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
Skien/Porsgrunn	13	17	13	12	13	15	17	21	40	43
Sogndal/Årdal	5	6	5	4	5	5	6	5	5	5
Stavanger/Sandnes	74	83	74	81	72	98	108	123	98	110
Steinkjer	6	6	5	9	9	7	7	8	10	13
Stjørdalshalsen	0	0	0	1	1	2	3	3	3	7
Sunnhordland	0	0	0	3	5	7	8	8	9	13
Surnadal	3	5	6	9	11	13	15	20	19	19
Tromsø	5	5	3	4	5	5	9	10	11	13
Trondheim	111	102	98	103	110	114	130	147	163	184
Tynset	2	2	2	2	3	3	4	5	4	4
Tønsberg/Horten	31	29	28	31	38	42	45	42	43	48
Ullensaker/Eidsvoll	13	25	13	14	16	20	15	14	22	31
Ulsteinvik	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Vadsø	1	2	3	3	4	5	5	3	3	1
Valdres	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3
Vesterålen	2	3	3	3	4	3	4	5	5	4
Vest-Telemark	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voss	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Ørsta/Volda	0	0	0	0	0	0	1	1	1	3
Ålesund	22	25	24	24	27	25	23	24	28	30
Totalsum	750	825	794	847	947	1046	1091	1244	1392	1584

VEDLEGG E

Verdiskaping i arkitekturbransjen fordelt etter økonomiske regioner i perioden 2007 – 2016.

Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alta	7	6	5	3	7	7	8	9	12	12
Andselv	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Arendal	12	11	11	12	18	18	18	15	17	19
Askim/Mysen	15	15	15	17	14	18	19	19	13	14
Bergen	165	179	192	209	260	279	323	330	341	363
Bodø	13	16	11	12	11	14	13	14	15	14
Bærum/Asker	38	43	42	47	54	60	70	66	64	81
Drammen	70	70	65	68	71	78	77	88	103	128
Egersund	1	1	1	1	0	1	1	6	6	6
Elverum	4	4	4	4	3	4	4	5	4	14
Flekkefjord	10	10	10	9	10	11	12	10	10	11
Follo	14	15	14	16	17	19	24	22	24	28
Fredrikstad/Sarpsborg	24	21	19	22	30	34	36	38	41	49
Førde	4	5	5	5	6	6	3	10	8	9
Gjøvik	10	12	10	13	15	17	33	32	30	30
Hadeland	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1
Halden	17	15	13	12	13	16	15	15	17	21
Hallingdal	0	8	4	5	4	5	3	3	5	6
Hamar	29	31	33	31	39	42	56	57	52	60
Hammerfest	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Harstad	7	9	6	5	6	8	8	9	10	10
Haugesund	39	44	43	39	40	40	39	37	40	42
Hønefoss	1	7	6	6	6	8	10	11	12	12
Jæren	15	15	14	16	19	20	23	22	23	21
Kongsberg	6	11	9	5	6	6	6	7	8	8
Kongsvinger	5	6	6	5	5	5	4	6	6	7
Kragerø	6	9	9	9	12	14	13	12	11	13
Kristiansand	47	52	44	41	47	50	50	51	57	62
Kristiansund	0	1	3	4	3	4	3	3	3	4
Levanger/Verdalsøra	6	6	5	6	5	5	8	7	6	6
Lillehammer	19	17	16	18	23	20	27	26	24	20
Lillesand	9	7	4	7	7	7	6	6	8	9
Lillestrøm	19	17	15	15	24	23	27	26	20	31
Lofoten	1	2	2	2	1	4	2	1	0	0
Lyngdal/Farsund	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1
Mandal	1	1	1	0	2	5	5	6	10	13
Midt-Gudbrandsdalen	7	7	5	6	8	8	8	9	10	10
Mo i Rana	6	7	6	6	5	10	11	15	16	15
Molde	28	34	29	27	28	27	32	28	27	25

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mosjøen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Moss	14	13	10	11	10	13	17	19	23	26
Namsos	18	16	15	15	19	21	21	25	28	28
Narvik	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
Nordfjord	18	23	19	27	31	31	34	38	43	39
Notodden/Bø	7	7	7	6	9	12	11	10	10	12
Orkanger	10	10	13	11	10	15	15	16	14	16
Rjukan	2	3	2	1	2	2	2	3	3	2
Røros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sande/Svelvik	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
Sandefjord/Larvik	22	22	18	17	21	23	27	30	33	38
Sandnessjøen	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
Setesdal	4	4	3	5	5	4	3	4	4	3
Skien/Porsgrunn	34	39	35	38	49	41	37	33	38	46
Sogndal/Årdal	16	16	17	16	20	19	21	21	21	20
Stavanger/Sandnes	96	107	114	122	136	147	178	189	181	152
Steinkjer	8	8	8	10	9	10	11	10	10	15
Stjørdalshalsen	5	6	6	7	6	5	8	6	7	6
Sunnhordland	10	7	9	8	10	13	19	13	10	14
Surnadal	2	3	3	2	2	3	3	0	1	2
Tromsø	37	33	33	33	42	47	58	56	53	57
Trondheim	192	216	221	229	286	292	326	348	399	348
Tynset	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Tønsberg/Horten	42	41	43	46	46	55	60	64	68	77
Ullensaker/Eidsvoll	5	4	5	4	5	6	5	3	4	5
Ulsteinvik	6	8	7	9	9	12	12	14	12	11
Vadsø	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2
Valdres	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
Vesterålen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Vest-Telemark	3	3	5	5	3	4	1	1	2	3
Voss	4	3	4	4	3	6	6	7	6	6
Ørsta/Volda	2	2	3	4	5	5	4	5	5	5
Ålesund	38	39	41	44	58	65	69	74	70	65
Totalsum	1257	1355	1324	1385	1621	1750	1953	2022	2113	2185

VEDLEGG F

Verdiskaping i biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter fordelt etter økonomiske regioner i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alta	0	0	0	0	0	0	9	10	14	14
Andselv	12	14	14	13	15	15	19	19	18	20
Arendal	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4
Askim/Mysen	0	3	0	0	1	1	1	-1	1	0
Bergen	94	106	118	129	139	145	155	152	168	193
Bodø	17	18	21	23	26	25	29	31	35	33
Brekstad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Brønnøysund	-1	0	0	-1	0	0	0	1	1	1
Bærum/Asker	1	3	2	8	0	-1	0	3	0	3
Drammen	20	21	24	23	24	31	26	29	33	35
Egersund	4	4	4	5	4	5	5	5	6	6
Elverum	0	0	0	61	64	65	65	71	74	74
Flekkefjord	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Florø	0	-1	-1	-2	0	0	0	0	0	0
Follo	4	4	4	4	4	4	6	6	7	9
Fredrikstad/Sarpsborg	1	2	1	31	35	38	39	42	40	40
Frøya/Hitra	3	3	4	0	0	0	1	0	1	0
Førde	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gjøvik	9	12	12	14	14	15	17	18	17	20
Hadeland	9	11	11	12	11	12	13	13	13	14
Halden	0	0	-19	0	-3	-1	-2	0	-3	-2
Hallingdal	4	5	5	5	5	5	5	-1	-1	-1
Hamar	0	0	0	0	0	1	1	2	3	3
Hammerfest	6	6	6	7	8	9	8	8	8	10
Harstad	0	6	8	11	11	11	13	12	12	12
Haugesund	7	13	15	15	17	18	21	22	23	24
Holmestrand	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hønefoss	-1	-1	0	-1	0	0	0	27	28	28
Høyanger	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jæren	13	19	23	25	29	33	36	38	41	44
Kongsberg	12	10	11	13	13	15	14	15	17	15
Kongsvinger	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3
Kristiansand	48	22	16	17	20	14	20	20	21	26
Kristiansund	7	7	8	9	11	11	10	11	11	10
Levanger/Verdalsøra	28	22	24	28	30	30	32	32	32	35
Lillehammer	43	45	55	58	58	57	56	63	62	61
Lillesand	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Lillestrøm	17	17	27	28	36	42	47	45	46	53
Lofoten	4	5	6	6	5	8	7	11	15	18

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mandal	2	2	2	4	3	4	4	5	5	6
Molde	9	13	10	10	12	9	12	12	11	14
Mosjøen	15	17	20	21	24	24	26	27	27	28
Namsos	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Narvik	0	8	11	13	13	16	14	17	20	22
Nordfjord	1	2	25	28	26	27	36	35	34	37
Nord-Gudbrandsdalen	1	2	6	8	9	8	10	11	11	10
Nord-Troms	0	0	0	0	0	0	5	5	8	4
Notodden/Bø	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Odda	7	33	39	43	44	43	39	42	45	45
Oppdal	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Orkanger	7	7	7	-1	1	1	1	1	1	1
Rjukan	0	7	7	7	8	9	12	17	18	23
Røros	7	8	10	10	12	12	13	-3	0	1
Rørвик	0	10	11	14	14	16	18	18	18	21
Sandefjord/Larvik	0	0	2	2	1	2	3	2	1	4
Sandnessjøen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Skien/Porsgrunn	13	14	16	15	16	17	19	21	23	25
Sogndal/Årdal	3	4	4	4	4	3	4	4	5	6
Stavanger/Sandnes	9	16	16	33	41	56	60	25	31	28
Steinkjer	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Stjørdalshalsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sunnhordland	4	4	4	6	7	12	6	18	6	17
Surnadal	1	1	1	2	3	2	3	4	5	3
Tromsø	10	11	14	15	16	18	19	17	26	26
Trondheim	31	40	49	89	100	93	106	128	130	130
Tynset	3	3	3	3	4	5	6	4	6	4
Tønsberg/Horten	7	6	5	10	12	10	9	8	9	9
Ullensaker/Eidsvoll	0	0	1	2	0	1	0	1	3	5
Ulsteinvik	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1
Vadsø	0	0	0	0	3	5	8	7	7	7
Valdres	5	7	8	11	10	6	9	13	11	10
Vesterålen	12	12	16	18	21	26	28	27	26	30
Vest-Telemark	6	6	6	6	8	9	10	10	10	11
Voss	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ørsta/Volda	6	6	7	8	9	11	12	12	13	14
Ålesund	21	28	32	32	34	36	40	40	41	41
Totalsum	555	651	741	962	1039	1101	1189	1240	1307	1392

VEDLEGG G

Verdiskaping i film-, video- og fjernsynsprogram produksjon, radio- og fotobransjen fordelt etter økonomiske regioner i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alta	2	-2	0	0	-1	4	-3	9	3	-4
Andselv	1	3	3	3	3	2	2	3	5	13
Arendal	8	9	8	11	13	17	17	17	19	24
Askim/Mysen	5	5	5	4	5	5	5	5	5	6
Bergen	947	1008	902	1005	1157	1242	1202	1226	1309	1086
Bodø	11	13	18	15	16	18	20	20	25	26
Brekstad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Brønnøysund	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bærum/Asker	45	45	45	68	76	77	66	70	60	74
Drammen	33	32	39	39	50	49	50	57	60	57
Egersund	0	0	0	0	0	0	1	2	2	2
Elverum	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Finnsnes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
Flekkefjord	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Florø	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Follo	19	26	20	21	20	24	25	22	20	26
Fredrikstad/Sarpsborg	36	46	41	37	30	36	35	44	30	40
Frøya/Hitra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Førde	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Gjøvik	0	2	3	2	2	2	2	2	2	2
Grong	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hadeland	2	1	1	2	2	2	3	2	1	1
Halden	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1
Hallingdal	2	1	1	2	2	2	3	3	3	3
Hamar	20	30	40	24	22	24	24	24	23	28
Hammerfest	0	1	0	1	2	1	2	2	1	1
Harstad	8	7	6	5	4	4	5	4	5	6
Haugesund	18	18	16	13	18	20	23	22	21	23
Holmestrand	0	0	0	0	-5	0	1	0	4	3
Hønefoss	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
Høyanger	0	0	0	1	1	1	2	1	1	2
Jæren	4	6	2	6	3	4	3	4	4	5
Kirkenes	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Kongsberg	1	2	2	3	4	9	7	7	5	0
Kongsvinger	1	1	1	1	2	2	2	2	3	3
Kragerø	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kristiansand	14	17	15	15	23	32	41	33	48	47
Kristiansund	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
Levanger/Verdalsøra	2	4	4	6	4	6	4	6	8	9

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Lillehammer	150	189	140	177	166	183	160	174	168	167
Lillesand	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
Lillestrøm	12	35	37	54	50	74	73	77	41	16
Lofoten	1	1	1	1	1	2	2	3	3	4
Lyngdal/Farsund	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mandal	7	6	6	5	4	6	5	5	5	5
Mo i Rana	2	2	3	2	2	3	3	3	4	4
Molde	4	4	6	3	5	6	9	7	8	8
Mosjøen	0	0	1	1	2	1	1	2	3	2
Moss	5	5	4	5	6	5	5	5	5	5
Namsos	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Narvik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nordfjord	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nord-Gudbrandsdalen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nord-Troms	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Oppdal	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Orkanger	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Risør	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rjukan	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
Røros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Rørvik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sande/Svelvik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sandefjord/Larvik	11	13	11	14	18	19	15	18	22	29
Sandnessjøen	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Setesdal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Skien/Porsgrunn	4	4	3	4	4	6	7	6	7	12
Sogndal/Årdal	2	2	2	3	3	3	3	3	5	5
Stavanger/Sandnes	64	68	64	71	79	89	92	96	93	124
Steinkjer	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0
Stjørdalshalsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sunnhordland	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Surnadal	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Tromsø	9	10	10	11	13	20	17	21	23	26
Trondheim	37	41	46	48	50	65	64	87	100	113
Tønsberg/Horten	10	9	7	8	7	7	10	11	14	16
Ullensaker/Eidsvoll	0	1	0	1	2	2	4	4	7	10
Ulsteinvik	0	0	0	1	0	0	2	1	1	1
Vadsø	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Valdres	5	7	5	3	1	4	2	4	3	0
Vesterålen	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3
Vest-Telemark	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0
Voss	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ørsta/Volda	2	2	3	2	2	2	1	1	1	2
Ålesund	9	11	12	11	11	11	12	16	17	14
Totalsum	1532	1702	1551	1727	1898	2110	2048	2152	2216	2062

VEDLEGG H

Verdiskaping i forlagsbransjen fordelt etter økonomiske regioner i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alta	23	25	26	28	26	25	25	23	22	23
Andselv	0	10	9	10	12	12	11	11	10	10
Arendal	90	94	86	90	93	95	84	81	92	84
Askim/Mysen	38	38	35	41	38	42	43	45	40	38
Bergen	312	327	764	770	866	820	814	744	809	995
Bodø	100	101	108	123	125	123	125	113	128	140
Brekstad	15	16	15	15	16	16	18	18	17	16
Brønnøysund	16	17	18	16	15	11	15	14	13	13
Bærum/Asker	163	157	139	165	147	132	141	141	122	101
Drammen	210	193	161	178	182	186	318	292	280	244
Egersund	26	29	25	26	30	30	61	17	17	14
Elverum	79	83	78	81	81	83	78	68	71	70
Finnsnes	19	20	19	20	21	20	20	17	17	17
Flekkefjord	10	10	10	11	10	9	9	9	15	22
Florø	11	11	11	10	10	11	11	11	9	9
Follo	130	90	79	85	87	92	86	80	90	86
Fredrikstad/Sarpsborg	189	180	147	181	179	167	179	166	133	120
Frøya/Hitra	9	9	9	10	10	10	11	11	11	10
Førde	41	46	39	38	35	36	39	39	34	34
Gjøvik	82	78	69	71	70	74	72	61	70	63
Grong	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Hadeland	19	18	17	17	17	19	18	16	16	16
Halden	48	50	45	41	46	34	36	33	32	33
Hallingdal	22	22	22	24	25	25	26	25	24	24
Hamar	78	81	80	87	84	84	112	117	118	118
Hammerfest	58	61	62	62	59	66	70	70	69	65
Harstad	35	36	35	38	33	30	31	29	27	25
Haugesund	134	156	110	119	115	118	101	105	100	87
Holmestrand	7	7	7	8	9	10	9	8	9	10
Hønefoss	48	50	50	52	49	49	42	41	38	41
Høyanger	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5
Jæren	34	35	30	32	32	34	37	38	36	31
Kirkenes	10	10	11	13	13	12	12	12	7	11
Kongsberg	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2
Kongsvinger	56	50	49	57	59	53	54	82	81	74
Kragerø	12	12	11	13	11	12	12	12	11	11
Kristiansand	20	24	181	181	183	144	171	172	156	125
Kristiansund	41	42	42	43	44	45	44	38	33	31
Levanger/Verdalsøra	2	2	2	3	3	3	3	3	12	18

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Lillehammer	69	77	66	69	67	69	69	63	60	60
Lillesand	7	7	6	6	6	6	7	5	5	5
Lillestrøm	154	156	147	156	153	163	163	-81	151	137
Lofoten	32	32	31	29	32	32	32	31	30	30
Lyngdal/Farsund	21	22	21	23	25	21	24	18	21	23
Mandal	16	15	16	17	17	16	18	14	17	16
Midt-Gudbrandsdalen	6	6	6	6	7	6	6	6	7	7
Mo i Rana	34	41	27	30	38	41	42	35	32	31
Molde	65	59	55	52	53	54	53	52	54	53
Mosjøen	30	26	24	24	25	27	28	26	22	19
Moss	25	25	24	29	31	31	33	32	72	70
Namsos	26	27	27	28	29	29	30	28	24	24
Narvik	25	22	21	22	23	24	24	24	21	22
Nordfjord	33	33	33	34	34	36	33	34	35	32
Nord-Gudbrandsdalen	7	8	8	8	9	10	9	10	10	10
Nord-Troms	5	6	6	5	5	6	6	8	8	8
Notodden/Bø	16	16	14	16	18	20	18	18	17	15
Odda	14	14	14	14	8	10	10	9	9	10
Oppdal	5	6	6	6	7	7	6	7	6	7
Orkanger	21	21	19	19	19	18	21	20	20	18
Risør	9	9	8	8	8	8	7	7	7	7
Rjukan	6	7	7	7	8	8	9	9	9	8
Røros	19	19	24	22	15	15	16	19	16	16
Rørвик	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3
Sande/Svelvik	6	6	5	5	5	6	6	5	5	5
Sandefjord/Larvik	74	67	80	76	72	73	59	46	90	83
Sandnessjøen	14	14	14	14	14	15	15	14	14	13
Setesdal	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6
Skien/Porsgrunn	130	126	101	118	117	124	121	104	102	84
Sogndal/Årdal	27	27	24	23	22	25	25	24	22	23
Stavanger/Sandnes	162	173	312	381	376	378	396	311	292	314
Steinkjer	63	68	61	65	65	55	64	63	67	57
Stjørdalshalsen	20	18	19	24	21	20	20	21	17	17
Sunndalsøra	12	13	12	12	12	12	13	12	12	12
Sunnhordland	50	60	55	55	54	57	59	60	60	58
Tromsø	120	108	110	121	117	116	117	109	98	115
Trondheim	36	82	229	275	304	260	290	251	277	229
Tynset	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Tønsberg/Horten	175	151	134	139	149	168	165	171	149	135
Ullensaker/Eidsvoll	25	24	22	23	22	26	23	22	22	21
Ulsteinvik	20	24	22	24	25	24	23	22	24	25
Vadsø	20	18	17	18	18	17	17	16	15	13
Valdres	30	25	23	20	-19	21	19	18	18	18
Vesterålen	27	26	25	25	24	24	23	24	21	20

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Vest-Telemark	8	9	9	9	9	11	11	11	11	12
Voss	20	23	23	23	23	23	25	23	24	23
Ørsta/Volda	15	14	15	15	15	15	13	14	15	16
Ålesund	118	130	102	113	112	116	113	106	100	94
Totalsum	4021	4072	4643	4991	5051	4994	5244	4624	4902	4866

VEDLEGG I

Verdiskaping i musikk, utøvende og kunstnerisk virksomheter fordelt etter økonomiske regioner i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alta	9	11	11	12	13	16	14	15	16	16
Andselv	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Arendal	11	11	12	13	13	11	13	13	16	13
Askim/Mysen	0	3	4	3	1	5	6	5	5	7
Bergen	153	178	261	277	280	307	336	371	406	482
Bodø	10	10	12	15	20	23	26	26	27	30
Brekstad	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Brønnøysund	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bærum/Asker	21	19	23	35	26	39	49	59	62	72
Drammen	21	12	16	26	41	53	53	56	60	67
Egersund	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0
Elverum	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Finnsnes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Flekkefjord	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
Florø	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0
Follo	4	16	15	6	18	26	36	28	31	44
Fredrikstad/Sarpsborg	4	3	4	7	12	11	15	16	24	27
Frøya/Hitra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Førde	15	15	17	21	20	20	22	25	25	23
Gjøvik	1	1	2	2	8	2	2	3	6	3
Hadeland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Halden	16	21	20	21	24	23	23	23	24	31
Hallingdal	0	0	0	0	1	1	1	3	3	4
Hamar	20	24	22	41	40	44	45	52	55	56
Hammerfest	5	4	5	5	11	10	8	9	9	5
Harstad	9	9	10	10	13	14	14	13	16	17
Haugesund	14	14	16	19	15	18	26	20	28	30
Holmestrand	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hønefoss	0	2	2	3	2	2	3	4	4	5
Høyanger	0	0	0	0	-1	0	0	1	0	1
Jæren	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kirkenes	1	1	2	3	2	2	2	3	2	3
Kongsberg	1	11	7	6	8	6	7	7	9	10
Kongsvinger	0	1	2	1	2	3	3	2	5	6
Kragerø	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
Kristiansand	5	4	6	4	9	10	16	15	19	33
Kristiansund	14	16	17	21	16	17	18	19	18	18
Levanger/Verdalsøra	2	2	1	10	13	13	14	17	16	15
Lillehammer	1	2	2	3	2	2	3	3	4	4

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Lillesand	10	11	7	4	5	6	8	6	11	9
Lillestrøm	12	11	10	13	16	15	17	20	20	28
Lofoten	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2
Lyngdal/Farsund	0	0	2	0	1	0	0	0	1	1
Mandal	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Midt-Gudbrandsdalen	10	6	5	8	7	6	7	11	10	18
Mo i Rana	18	21	21	22	24	28	28	30	33	35
Molde	4	21	21	22	27	29	41	41	48	44
Mosjøen	0	0	0	0	1	1	1	1	4	10
Moss	4	8	4	6	4	4	8	11	13	12
Namsos	7	5	8	8	10	3	8	9	8	7
Narvik	2	3	2	4	3	5	6	5	7	6
Nordfjord	4	5	5	4	5	6	7	6	9	6
Nord-Gudbrandsdalen	0	0	0	1	1	1	1	2	2	4
Nord-Troms	0	0	0	2	2	3	4	5	5	4
Notodden/Bø	2	2	3	1	7	6	7	7	8	8
Odda	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1
Oppdal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Orkanger	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Risør	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rjukan	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Røros	2	1	2	2	2	2	3	4	4	4
Rørvik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sande/Svelvik	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Sandefjord/Larvik	9	13	17	16	23	26	24	23	30	31
Sandnessjøen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Setesdal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Skien/Porsgrunn	32	34	30	36	37	40	40	45	39	45
Sogndal/Årdal	2	3	4	4	4	4	4	6	7	9
Stavanger/Sandnes	145	135	152	193	202	245	230	251	272	291
Steinkjer	5	5	6	6	6	9	12	11	12	11
Stjørdalshalsen	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Sunnalsøra	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Sunnhordland	1	1	1	1	1	2	3	3	6	2
Surnadal	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Tromsø	39	44	42	50	47	54	53	54	57	62
Trondheim	136	149	203	202	201	227	227	251	257	275
Tynset	1	1	1	1	1	0	0	2	3	3
Tønsberg/Horten	6	5	7	7	13	14	21	20	27	26
Ullensaker/Eidsvoll	6	4	3	5	5	4	8	9	13	14
Ulsteinvik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Vadsø	1	1	0	0	0	1	1	1	2	3
Valdres	0	0	1	1	2	4	2	4	4	5
Vesterålen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Vest-Telemark	10	9	9	10	10	5	12	12	12	14
Voss	4	5	4	6	5	4	6	7	9	6
Ørsta/Volda	0	7	6	3	3	4	5	7	8	7
Ålesund	6	4	4	1	7	6	7	6	15	13
Totalsum	823	910	1076	1214	1301	1456	1571	1691	1859	2050

VEDLEGG J

Verdiskaping i virksomheter som driver med utgivelse av programvare for dataspill fordelt etter økonomiske regioner i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Bergen	0	0	0	0	0	1	22	13	23	23
Drammen	0	1	1	3	1	2	2	4	4	5
Hamar	0	0	0	0	0	5	2	4	3	6
Kristiansand	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lillestrøm	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0
Oppdal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Stavanger/Sandnes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Steinkjer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tromsø	0	0	0	0	0	0	2	1	2	1
Totalsum	2	3	1	3	2	8	28	22	31	35

VEDLEGG K

Verdiskaping i spesialiserte designvirksomheter fordelt etter økonomiske regioner i perioden 2007 – 2016. Tall i mill. NOK. Kilde: Bisnode.

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alta	3	3	3	3	3	2	3	3	3	5
Andselv	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
Arendal	2	3	2	2	1	3	3	2	3	3
Askim/Mysen	1	2	4	5	5	5	7	6	7	8
Bergen	239	284	217	186	174	159	215	247	273	240
Bodø	1	1	1	1	1	2	4	5	8	9
Brekstad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Brønnøysund	0	0	0	0	0	0	0	1	1	46
Bærum/Asker	11	14	16	22	20	23	24	29	39	39
Drammen	21	25	18	21	16	22	23	22	49	50
Egersund	0	0	0	0	0	0	0	-1	-1	0
Elverum	0	0	3	2	2	2	2	2	3	3
Finnsnes	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Flekkefjord	0	0	1	1	1	1	1	2	2	2
Florø	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Follo	7	6	11	18	25	33	34	39	42	49
Fredrikstad/Sarpsborg	42	45	24	26	32	34	40	45	58	73
Frøya/Hitra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Førde	0	0	1	1	1	2	2	2	1	2
Gjøvik	3	4	6	6	6	6	6	8	11	12
Hadeland	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Halden	1	2	3	5	5	4	5	5	6	7
Hallingdal	0	0	0	0	0	1	0	5	5	6
Hamar	1	1	3	3	2	4	4	5	8	8
Hammerfest	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
Harstad	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
Haugesund	1	2	3	5	7	7	7	9	10	14
Holmestrand	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Hønefoss	3	3	3	5	5	6	7	6	12	15
Jæren	2	3	3	3	5	6	9	9	7	2
Kirkenes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kongsberg	0	0	0	1	1	1	1	4	4	4
Kongsvinger	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
Kristiansand	9	12	8	21	32	36	37	47	49	59
Kristiansund	2	2	2	1	1	1	1	2	3	4
Levanger/Verdalsøra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lillehammer	1	1	1	1	2	5	5	7	9	10
Lillesand	0	0	0	0	1	1	1	1	1	3
Lillestrøm	19	13	11	18	9	15	16	16	13	23

Økonomiske region	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Lofoten	0	0	0	0	0	0	0	0	-4	-9
Mandal	3	6	4	3	6	6	1	3	3	5
Midt-Gudbrandsdalen	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1
Mo i Rana	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
Molde	3	3	3	3	4	7	9	8	11	8
Moss	0	0	0	0	0	0	1	2	3	4
Namsos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Narvik	0	0	0	1	1	1	1	1	2	2
Nordfjord	1	1	1	1	2	3	2	1	3	7
Nord-Gudbrandsdalen	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Notodden/Bø	0	0	0	3	8	6	13	17	14	14
Odda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Orkanger	0	0	0	0	0	0	0	1	2	4
Risør	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Røros	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
Rørvik	2	3	3	2	3	4	3	4	4	8
Sande/Svelvik	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2
Sandefjord/Larvik	3	3	3	3	4	5	7	9	12	10
Sandnessjøen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Setesdal	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1
Skien/Porsgrunn	2	2	2	2	2	2	3	8	11	8
Sogndal/Årdal	0	0	0	1	2	1	2	2	2	2
Stavanger/Sandnes	35	48	47	50	55	73	70	84	89	42
Steinkjer	0	0	1	0	1	1	1	1	2	1
Stjørdalshalsen	2	2	1	1	2	3	2	2	3	2
Sunnhordland	1	3	2	2	4	26	52	63	87	56
Surnadal	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2
Tromsø	5	5	8	10	9	9	9	11	15	17
Trondheim	5	8	9	11	10	14	19	53	59	67
Tynset	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
Tønsberg/Horten	7	9	9	13	13	16	21	20	20	27
Ullensaker/Eidsvoll	1	1	1	1	2	3	5	4	4	3
Ulsteinvik	2	3	4	2	3	5	7	9	10	9
Vadsø	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3
Valdres	0	0	1	1	2	1	2	2	3	3
Vesterålen	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Vest-Telemark	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voss	1	2	3	3	3	4	4	3	3	4
Ørsta/Volda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ålesund	18	17	15	14	15	15	14	15	15	17
Totalsum	468	549	467	496	517	599	718	868	1019	1032

