

# Nullpunktanalyse

*Kulturell og kreativ næring*

*Atle Hauge, Karin Ibenholt, Birgitta Ericsson, Göran Hallin*



## BIDRAGSYTERE



**Atle Hauge**, professor i serviceinnovasjon ved Høgskolen i Innlandet, har en spesiell forskningsinteresse for kulturnæringene, og er leder for Kunnskapsverket – nasjonalt kunnskapssenter for kulturnæringer.



**Karin Ibenholt**, Samfunnsøkonomisk analyse, er samfunnsøkonom og daglig leder i SØA. Ibenholt har lang erfaring med evalueringer av offentlige virkemidler og med næringsanalyser, spesielt rettet mot kulturelle næringer og tilgrensende næringer som for eksempel reiseliv og kulturminner.



**Birgitta Ericsson**, Østlandsforskning, er forsker 1 og samfunnsplanlegger med geografi, regional- og bedriftsøkonomi i fagkretsen. Hun har vært ansatt i ØF i perioden 1986–1990 og fra 2001. Fra 2014 var hun sentral i Kunnskapsverket. Ericssons forskning er primært rettet mot innovasjon, regionaløkonomiske og andre samfunnsmessige konsekvenser av næringsvirksomhet.



**Göran Hallin**, Kontigo, er fil.dr. i kulturgeografi fra Uppsala universitet og University of Durham. Han var en av grunnleggerne av Kontigo AB i 2010, og har siden vært seniorkonsulent og eier i virksomheten. Hallin har mer enn 20 års erfaring fra evalueringer av kompliserte prosjekt og program, og han har bidratt til utviklingen av følgeforskningen som metode.

AV ATLE HAUGE, KARIN IBENHOLT,  
BIRGITTA ERICSSON OG GÖRAN HALLIN

# Nullpunktanalyse

---

*Kulturell og kreativ næring*



KULTURRÅDET  
Arts Council  
Norway

Copyright © 2020 by  
Norsk kulturråd / Arts Council Norway  
All Rights Reserved  
Utgitt av Kulturrådet i kommisjon hos Vigmostad & Bjørke AS

ISBN: 978-82-7081-194-6

Grafisk produksjon: John Grieg, Bergen  
Sideombrekking: Bøk Oslo AS  
Omslagsdesign: ved forlaget  
Forsidebilde: Heidi Bjørgan, NY1–18, 2018, installasjon vist i utstillingen  
Converging Bodies: Contemporary Norwegian Ceramics ved Patrick Parrish  
Gallery. © Heidi Bjørgan / BONO 2020  
Foto: Clemens Kois for Patrick Parrish Gallery.

Spørsmål om denne boken kan rettes til:  
Fagbokforlaget  
Kanalveien 51  
5068 Bergen  
Tlf: 55 38 88 00 Faks: 55 38 88 01  
E-post: fagbokforlaget@fagbokforlaget.no  
www.fagbokforlaget.no

Materialet er vernet etter åndsverkloven. Uten uttrykkelig samtykke er  
eksemplarframstilling bare tillatt når det er hjemlet i lov eller avtale med  
Kopinor.

For mer informasjon om Kulturrådet og Kulturrådets utgivelser:  
[www.kulturradet.no](http://www.kulturradet.no)

Kulturrådet  
Postboks 4808 Nydalen  
0422 Oslo  
Tlf: +47 21 04 58 00  
E-post: [post@kulturradet.no](mailto:post@kulturradet.no)

Kulturrådets utgivelser omfatter forsknings- og utredningsarbeider med  
relevans for Kulturrådet, for norsk kulturliv og for forskere på kulturfeltet.  
De vurderinger og konklusjoner som kommer til uttrykk i utgivelsene, står for  
den enkelte forfatters regning og avspeiler ikke nødvendigvis Kulturrådets  
oppfatninger.

Redaktør for Kulturrådets rapportserie: Øyvind Prytz

# Forord

---

Denne rapporten utgjør den første rapporten i følgeevalueringen av regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring, og utgjør slik sett en nullpunktanalyse for selve evalueringen. Satsingen ble implementert i 2017, slik at rapporten også gir noen foreløpige vurderinger av satsingen så langt.

Oppdragsgiver for følgeevalueringen er Kulturrådet, og rapporten er en del av Kulturrådets publiseringer. Det har vært tett og god kontakt med oppdragsgiver og informanter fra feltet som evalueres, men det understrekes at forskningen er

fri og uavhengig. Følgeevalueringen gjennomføres av Østlandsforskning/Høgskolen i Innlandet i samarbeid med Samfunnsøkonomisk analyse og Kontigo/WSP.

Lillehammer/Oslo, medio mai 2019

Tonje Lauritzen  
Instituttleder Østlandsforskning

Atle Hauge  
Prosjektleder



# Innhold

---

|    |                                                           |
|----|-----------------------------------------------------------|
| 3  | FORORD                                                    |
| 6  | OPPSUMMERING                                              |
| 10 | KAPITTEL 1<br>INNLEDNING                                  |
| 13 | KAPITTEL 2<br>BESKRIVELSE AV KULTURELL OG KREATIV NÆRING  |
| 17 | KAPITTEL 3<br>VIRKEMIDLER FOR KULTURELL OG KREATIV NÆRING |
| 26 | KAPITTEL 4<br>KULTURELL OG KREATIV NÆRING I DAG           |
| 34 | KAPITTEL 5<br>SATSINGEN SÅ LANGT                          |
| 58 | KAPITTEL 6<br>FØLGEEVALUERINGEN: VIDERE ARBEID            |
| 68 | REFERANSELISTE                                            |
| 71 | VEDLEGG 1<br>NÆRINGSINNDELING KULTURELL OG KREATIV NÆRING |
| 74 | VEDLEGG 2<br>OMTALE I STATSBUDSJETTET                     |

# Oppsummering

---

Denne rapporten er nullpunktanalysen for en følgeevaluering av regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring. Helt innledningsvis er det noen hovedpunkter som vi har notert oss så langt, og som vil være blant de momenter som følges opp i følgeevalueringen. De enkelte punktene er mer omtalt både senere i denne oppsummeringen og i selve rapporten:

- Overordnet innsatslogikk for satsingen på kulturell og kreativ næring virker god og sammenhengende, dvs. at tiltakene som er etablert i satsingen, er logiske for å oppnå målene.
- De overordnede målbare målene mangler imidlertid kvantifisering («hvor mange») og tidfesting («når»), hvilket kan gjøre det vanskelig å vurdere i hvor stor grad målene nås.
- For å få et situasjonsbilde av status på kulturell og kreativ næring har vi gjort en landsdekkende kartlegging. Bildet som viser seg, er ikke overraskende at Oslo dominerer, både når det gjelder sysselsetting og verdiskaping. Like fullt finner vi mange næringsvirksomheter i kulturell og kreativ næring også utenfor hovedstaden, og i flere regioner har de en tydelig plass, og vi ser en viss grad av regional spesialisering.
- Før satsingen har det vært relativt få virksomheter innenfor kulturell og kreativ næring som har brukt virkemiddelapparatet for næringsrettet støtte, og det er kun virksomheter innenfor design som bruker alle sider ved virkemiddelapparatet.
- Foreløpig ser det ut til at Kulturrådets tilskuddsordning for næringsutvikling klarer å nå nye virksomheter og dekke et «hull» i de tidligere ordningene for næringsutvikling.

## Kulturdepartementets satsing på kulturell og kreativ næring

I 2017 iverksatte regjeringen en ny satsing på kulturell og kreativ næring, med den hensikt å skape

vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i denne næringen. Satsingen omfatter en samlet økning i bevilgningene til kulturell og kreativ næring med 70 millioner kroner (Kulturdepartementet 2016). Drøye 50 millioner kroner av satsingen går til forskjellige tiltak som forvaltes av Innovasjon Norge (IN), Norsk Kulturråd (NKR) og Norwegian Arts Abroad (NAA), og er det som omfattes av denne evalueringen. Alle tiltakene finansieres gjennom Kulturdepartementets budsjett.

Satsingen på kulturell og kreativ næring skal bl.a. bidra til økte inntekter i de enkelte bransjene, gjennom tilskuddsordninger og kompetanseoppbygging. Flere av tiltakene innenfor satsingen søker å «bygge bransjer», dvs. at det går utover den enkelte kunstneren / det skapende leddet. Ideen er at om systemet blir mer profesjonalisert, også hos dem som støtter / leverer tjenester til det skapende leddet, vil økonomien i bransjen bli bedre. Dette vil i sin tur også være nyttig, både økonomisk og på annen måte, for det skapende leddet.

Den kulturelle og kreative næringen omfatter følgende bransjer: visuell kunst, utøvende kunst, musikk, litteratur, film, dataspill, TV og radio, trykte medier, arkitektur, design og reklame.

## Nullpunktanalyse av satsingen

I denne rapporten presenteres en nullpunktanalyse for en følgeevaluering av denne satsingen, som vi heretter benevner KKN-satsingen. Samtidig er det kanskje mer korrekt å kalle analysen for et *øyeblikksbilde* all den tid den spesifikke satsingen vi evaluerer, allerede har virket i to år, og oppmerksomhet fra myndigheter og virkemiddelapparat mot denne næringen kan spores rundt 20–25 år tilbake i tid.

Nullpunktanalysen består av:

- Beskrivelse av tiltakene som inngår i satsingen
- Økonomiske nøkkeltall for de berørte bransjene

- Beskrivelse av hvordan de berørte virkemiddelaktørene har arbeidet med satsingen i 2017 og 2018
- Utvikling av en programteori for satsingen

Rapporten baseres på flere typer data og metoder, både kvalitative og kvantitative, i tillegg til dokumentstudier av sentrale dokumenter, inkludert forsknings- og utredningsarbeider. For å beskrive økonomisk verdiskaping og bruk av næringsrettede virkemidler baserer vi oss på to datakilder: regnskapsdata fra Brønnøysundregistrene og Samspillsdatabasen. Samspillsdatabasen er en database over alle mottakere av støtte fra det offentlige, næringsrettede virkemiddelapparatet.

## Kulturell og kreativ næring i dag

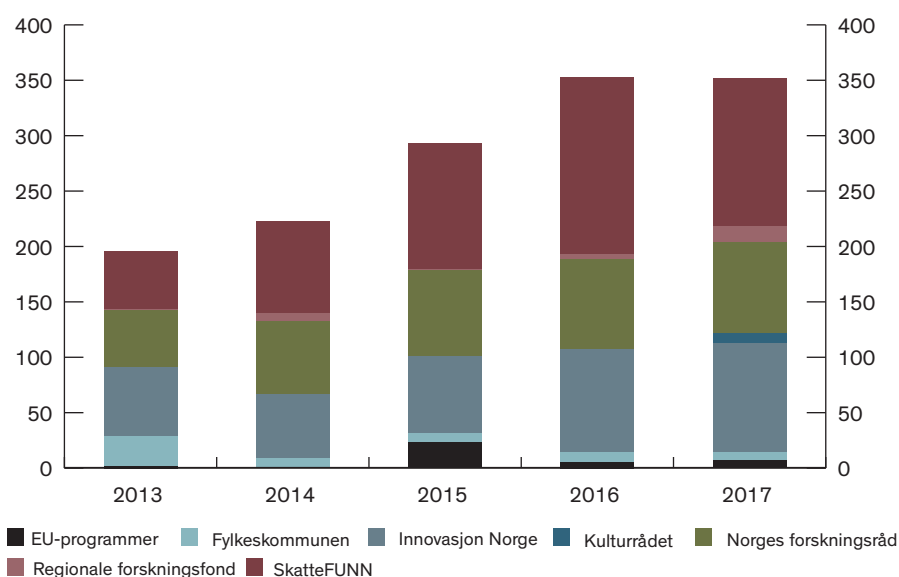
Mye av næringsaktiviteten i de nevnte bransjene er konsentrert til Oslo, og virksomhetene i Oslo sto for 60 prosent av verdiskapingen i næringen i 2016. Samtidig er over to tredjedeler av virksomhetene lokalisert utenfor Oslo, og disse sto for halvparten av sysselsettingen og 40 prosent av verdiskapingen i 2016.

Verdiskapingen i kulturell og kreativ næring i Norge var på 37,3 milliarder kroner i 2016. Verdiskapingen i Oslo var på 21,6 milliarder kroner og utgjorde dermed 59 prosent av den totale verdiskapingen i disse næringene i 2016. Bransjemesig var det virksomheter i bokbransjen/litteratur

som sto for den største verdiskapingen, med 30 prosent, mens virksomheter som driver med dataspill, sto for mindre enn 1 prosent.

Det er relativt få virksomheter i kulturell og kreativ næring som har fått næringsrettet støtte i perioden 2013–2017. De klart fleste bedrifter som har mottatt tilskudd, finner en innenfor bransjen design, og dette gjelder for alle typer virkemidler. Mottakere i øvrige bransjer har enten fått ulike former for tilskudd eller rådgivningstjenester, mens lån og garantier brukes i svært begrenset grad. SkatteFUNN, som er en ordning hvor man får skattefradrag for utgifter til forskning og utvikling, er imidlertid relativt utbredt i samtlige bransjer i næringen.

Selv om det er begrenset bruk av næringsrettede virkemidler, er det store forskjeller mellom de enkelte bransjene i denne bruken. Det er de mest kommersielle bransjene, dvs. design og dataspill, som har størst erfaring med bruk av næringsrettede virkemidler. Drift av biblioteker og museer er litt i en særstilling, da de mottar relativt mye forskningsmidler (og regionale profileringsmidler), men de har liten erfaring med øvrige virkemidler. Arkitektur skiller seg også ut, da dette er en kommersiell bransje som faller utenfor de kulturpolitiske virkemidlene, men som heller ikke fanges opp av de næringsrettede. Arkitektbransjen ble imidlertid i 2017 gjenstand for eksportprogrammet «Ut i verden» som er en del av KKN-satsingen.



Figur 1. Tilskudd til kreativ og kulturell næring. Millioner kroner. Løpende priser. 2013–2017 fordelt på virkemiddelaktør. Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse.

## Innovasjon Norge

Innenfor KKN-satsingen forvaltet Innovasjon Norge i 2017 om lag 30 millioner kroner, med en målsetting om å styrke mulighetene for entreprenørskap i kultursektoren og iverksette en rekke tiltak rettet mot bedrifter med vekstpotensial. For 2018 og 2019 var tilsvarende sum 32 millioner kroner. Tilskuddet fordeles på fem tiltak og administrasjon og gjennomføring av satsingen.

De igangsatte tiltakene er:

- Låneordninger, med 10 millioner kroner pr. år.
- Eksportprogrammet «Ut i verden», som i 2017 var rettet mot arkitektbedrifter (samlet ramme 10 millioner kroner), i 2018 mot litterære agenter (samlet ramme 5 millioner kroner) og i 2019 rettet mot uavhengige musikkprodusenter og -studioer (samlet ramme 8 millioner kroner).
- Bedriftsnettverk og klyngeprogram, med 4 millioner kroner til bedriftsnettverk i 2017, og 10 millioner kroner til bedriftsnettverk og klyngeprogram i 2018 og 2019, hvorav 2 millioner kroner er øremerket kultur og reiseliv hvert av årene 2018 og 2019.
- Kompetanseprogrammet Bygg Bedrift, med en ramme på 2 millioner kroner i 2017. I 2018 ble dette tiltaket overført til Kulturrådet.
- Investorprogram med en ramme på 0,6 millioner kroner pr. år.
- Profilerings tiltaket Powered by Culture med en ramme på 3 millioner kroner i 2018.

I de to tilskuddsordningene «Ut i verden» og «Bedriftsnettverk» gikk omtrent 40 prosent til etablerte bedrifter (eldre enn 3 år) og 60 prosent til gründere (yngre enn 3 år) i 2017. Av de 36 virksomhetene som har fått denne type tilskudd i 2017 og 2018, var 13 nye for Innovasjon Norge, mens 9 ikke tidligere har brukt noen av de næringsrettede virkemidlene som er registrert i Samspillsdatabasen. Totalt ga Innovasjon Norge tilsagn om tilskudd til kulturell og kreativ næring på drøyt 78,5 millioner kroner innenfor sine ordinære ordninger i 2017, dvs. at KKN-satsingen utgjorde en mindre andel (38 prosent) av den totale støtten til denne næringen.

## Kulturrådet

Innenfor KKN-satsingen fikk Kulturrådet i oppdrag å etablere et kontor utenfor Oslo (i denne fasen kalt Kreativt Norge, en benevnelse Kulturrådet fra 2018 har gått bort fra, og enheten er nå en del av seksjon for kunstnerøkonomi) med

det mål å styrke enkeltkunstnernes muligheter for økte inntekter og legge til rette for mindre virksomheter som utgjør støtteapparatet rundt utøvende og skapende virksomhet regionalt. Det ble etablert to tilskuddsordninger: Regional bransjeutvikling (med lik fordeling av midler til Nord-Norge, Midt-Norge, Vestlandet, Sørlandet og Østlandet) samt ordningen Næringsutvikling. Disse to søkbare ordningene ble etablert i 2017, og videreført i 2018 og 2019. Virkemidlene administreres av ny seksjon for kunstnerøkonomi ved kontoret i Trondheim.

Kompetanseprogrammet Ovasjon og kuraterte møteplasser er to virkemidler som springer ut av utvidelsen av Kulturrådets oppdrag fra departementet, og for ytterligere å følge opp satsingen etablerer Kulturrådet i 2018 et 3-årig utviklingsprosjekt med arbeidstittel Kulturøkonomi. Det overordnede målet med prosjektet er å styrke verdikjedene i hele kulturøkonomien, og bidra til at kunst- og kulturuttrykkene når et større marked og et bredere publikum.

Det er for tidlig å trekke noen konklusjoner, men det kan synes som ordningene i Kulturrådet dekker et «hull» i virkemiddelapparatet. Av totalt 112 mottakere i 2017 og 2018 er det hele 72 som ikke har fått støtte gjennom noen andre næringsrettede ordninger (som er registrert i Samspillsdatabasen) tidligere. Det betyr at 65 prosent av mottakerne er «nye» for dette virkemiddelapparatet, hvilket er et tegn på at man her har klart å «nå» nye virksomheter.

## NAA

*Norwegian Arts Abroad* er en paraplysamenslutning av sju bransjeorganisasjoner som samarbeider om å fremme norsk kunst internasjonalt og nasjonalt. Disse organisasjonene er Music Norway, NORLA (Norwegian Literature Abroad), Norsk filminstitutt, OCA (Office for Contemporary Art Norway), Norwegian Crafts, PAHN (Performing Arts Hub Norway) og DOGA. Innenfor KKN-satsingen har disse, med unntak av DOGA, fått tildelt 1 million kroner hver for å styrke aktører som arbeider med internasjonalisering, markedsføring og salg av medlemsorganisasjonenes kunst og kultur. Ordningen er mindre enn de andre ordningene som blir evaluert, men er mer spisset mot de enkelte næringene og mot økt eksport. De forskjellige NAA-ene har brukt midlene på forskjellige måter, enten i form av å styrke allerede eksisterende tilskuddsordninger eller gjennom å etablere nye tilskudd.

I intervjuer med organisasjonene innenfor NAA er tilbakemeldingene med hensyn til effekten variert. For noen er dette et veldig kjærkomment tilskudd i en trang økonomi, og betyr at de kan gjennomføre prosjekter og tiltak som ellers hadde vært vanskelig. For andre NAA-er er det ikke like lett å se hva dette har ført til. Det har bl.a. vært noen utfordringer med å finne hva disse midlene kan brukes til innenfor føringene fra Kulturdepartementet. For de to minste NAA-ene er bransjen så vidt liten, og de profesjonelle ledene utover det skapende (kunstneren) er mangelfullt utviklet i Norge. Det er dermed mindre spillerom og færre aktører der disse midlene kan komme til nytte. I føringene fra Kulturdepartementet gis begrensninger i hvor direkte man kan gå inn i verdikjeden og selv agere som aktør. For den største NAA-en har tilskuddet tendert til å «drukne» i øvrige ordninger.

## Programteori

Å vurdere og videreutvikle programteorien for satsingen på kulturell og kreativ næring er en sentral del av følgeevalueringen. Programteorien består av de utfordringer som den kulturelle og kreative næringen har, og en hypotese om hvordan KKN-satsingen kan bidra til – helt eller delvis – å overkomme disse hindringene (innsatslogikken).

På et overordnet nivå ser det ut til å være en god og sammenhengende innsatslogikk. Hensik-

ten med satsingen er økt vekst, økt verdiskaping og nye arbeidsplasser innen kulturell og kreativ næring. Dette overgripende målet er brutt ned i tre målsettinger: økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester; økt kunnskap om kultur som næring og hvordan virkemiddelinnsett kan koordineres; samt flere vekstkraftige bedrifter og økt verdiskaping innen kulturell og kreativ næring. Målene knyttet til investeringer, omsetning, verdiskaping og arbeidsplasser kan brytes ned ytterligere og måles med indikatorer som: totalomsetningen i bransjene, antall sysselsatte, antall bedrifter og størrelsen på investeringer. De overordnede målene kan dermed beskrives som definerte og målbare, med unntak av «økt kunnskap om kultur som næring og hvordan virkemiddelinnsett kan koordineres». Sistnevnte er typisk mer kvalitative vurderinger, men disse kan eventuelt delvis avledes av de kvantitative målingene. De målbare målene er imidlertid ikke kvantifiserte, dvs. det oppgis ikke hvor stor tilveksten eller økningen i antall arbeidsplasser skal være. Det er heller ikke tidfestet, dvs. at det ikke er oppgitt når en kan forvente at økningen skal inntreffe.

Bak dette ligger også en arbeidsdeling mellom de tre aktørene, som både handler om hvilken type tiltak man tilbyr, og hvilke målgrupper man henvender seg til. Vi vurderer det slik at dette er en arbeidsdeling som er godt tilpasset den overordnede programlogikken.

# Innledning

---

I 2017 iverksatte regjeringen en ny satsing på kulturell og kreativ næring, med den hensikt å skape vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i disse næringene. Denne er senere fulgt opp, og i Prop. 1 S (2018–2019) fra Kulturdepartementet heter det:

Den kulturelle og kreative næringen kan bidra til vekst, verdiskaping og sysselsetting – og til nyskaping og innovasjon i øvrig næringsliv. Regjeringen vil vektlegge kulturens næringspotensial, styrke kultursektorens økonomiske bærekraft og legge til rette for at flere kunst- og kulturarbeidere kan skape sine egne arbeidsplasser.

Satsingen omfatter en samlet økning i bevilningene til kulturell og kreativ næring med 70 millioner kroner (Kulturdepartementet 2016). Kulturdepartementet har tre hovedmålsettinger med satsingen:

- Økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester
- Økt kunnskap om kultur som næring og hvordan virkemiddelinnsett kan koordineres
- Flere vekstkraftige bedrifter og økt verdiskaping innen kulturell og kreativ næring

Satsingen består av flere tiltak som forvaltes av Innovasjon Norge, Norsk kulturråd og Norwegian Arts Abroad (NAA).

## 1.1 Følgeevaluering av satsingen

Kulturrådet har, på oppdrag fra Kulturdepartementet, igangsatt en følgeevaluering av ordningen som har til hensikt å kvalitetssikre satsingen, legge til rette for god måloppnåelse og bidra til økt kunnskap om kultur som næring.

Følgeevalueringen startet opp høsten 2018 og skal pågå frem til 2022. Den består av et par

separate evalueringer som til sammen skal belyse satsingen på flere forskjellige måter. Følgeevalueringen skal også kunne bistå i utformingen av satsingen, dvs. at det kan skje en utvikling og tilpasning av satsingen basert på resultatene fra de enkelte analysene/evalueringene.

Evalueringer kan ha forskjellig formål og utgå fra forskjellige perspektiver, se for eksempel Sverdrup (2014) og Norad<sup>1</sup>. En følgeevaluering vil typisk omfatte flere av disse, og kan være beslutningsorientert, prosessorientert og/eller brukerorientert. Den kan også ha elementer av å være såkalt målfri, dvs. en tilnærming hvor man er åpen for å se etter resultater som oppdragsgiver og forsker ikke på forhånd har kunnskap om. I denne følgeevalueringen inngår samtlige av disse perspektiver.

I den beslutningsorienterte delen legger vi vekt på satsingens grad av måloppnåelse, herunder bruken av de enkelte virkemidlene. Denne delen består av ulike former for effektmålinger. Evalueringen skal bidra til å si noe om satsingens måloppnåelse og forbedringstiltak. Det er satsingens og de enkelte virkemidlenes effektivitet og nytte ut fra definerte mål som gjøres til gjenstand for evalueringen.

I den prosessorienterte delen av evalueringer har vi fokus på innsikt, forståelse og læring, og hvordan satsingen kan forbedres underveis. Det er prosessen og iverksettingen av den som evalueres, herunder organiseringen av satsingen. Dette er en sentral del av følgeevalueringen.

Målgruppen for satsingen er gjenstand for den brukerorienterte delen. Her er det brukernes (dvs. virksomhetene som har fått støtte og bransjene i stort) interesse som er i fokus, dvs. målgruppens mål, forventninger og behov.

---

1 <https://norad.no/evaluering/om-evaluering/ulike-typer-evalueringer/>

Følgeevaluering starter med en nullpunkt-analyse (dvs. denne rapporten), og vil videre bestå av en midtveiseevaluering i 2020 og en sluttevaluering i 2022.

Følgeevalueringen utgår fra en programteori, dvs. en hypotese om hvorfor de igangsatte tiltakene vil bidra til å løse det problemet eller utnytte den muligheten som er utgangspunktet (grunnen til at satsingen er etablert). I følgeevaluering av satsingen er det fem ulike momenter som står sentralt:

1. Evaluering av satsingens innsatslogikk – programteori
2. Evaluering av porteføljen av prosjekt/tiltak innenfor satsingen
3. Evaluering av de aktiviteter som ansvarlige virksomheter gjennomfører
4. Evaluering av resultater og effekter, hos deltakende bedrifter/organisasjoner og på bransjenivå
5. Etablere systematisk tilbakekopling av resultatene i de fire stegene

I gjennomføringen av evalueringen baserer vi oss på vedtatte veiledere for evalueringer, se for eksempel DFØ (2007) og OECDs evalueringsmodell. Denne modellen er spesielt utviklet for å evaluere offentlige programmer og tiltak, etter deres relevans, effekt og effektivitet.

Følgeevalueringen baseres på flere typer data og metoder, både kvalitative og kvantitative, i tillegg til dokumentstudier av sentrale dokumenter, inkludert forsknings- og utredningsarbeider.

## 1.2 Nullpunktanalysen

I denne rapporten presenteres en nullpunktanalyse for følgeevalueringen. Det er imidlertid viktig å påpeke at det ikke er en reell nullpunktanalyse for satsingen, da den ideelt sett burde ha vært utført før satsingen ble etablert. Nå har den allerede virket i to år. Videre har det de siste tiår vært flere satsinger på næringsutvikling i kulturell og kreativ næring, som har påvirket disse næringene, og som også utgjør et fundament for den pågående satsingen.

I mandatet for følgeevalueringen er kravene til nullpunktanalysen:

Nullpunktstudiet skal være utgangspunktet for kunnskapsutvikling og evaluering av resultater gjennom følgeevalueringens prosjektsyklus. Rapporten skal presentere grunnlagsdata, programteori og analysemodeller for følgeevalueringen. Den skal

gi en oversikt over satsingens tiltak/innsats, målgrupper, handlingslinjer og støttede aktiviteter. Videre skal det utvikles resultatindikatorer og kilder til verifisering av måloppnåelse. Om det blir funnet nødvendig, skal det gis anbefalinger om styrking av tiltakenes monitorerings- og resultatrapporteringsrutiner. Datagrunnlaget for rapporten skal baseres på sekundærkilder; dokumenter, tilgjengelige registre/tall og rapporter samt kvalitative intervjuer med et begrenset tilfang av intervjuobjekter.

Basert på denne kravspesifikasjonen består nullpunktanalysen av

- en beskrivelse av tiltakene som inngår i satsingen, herunder begrunnelsen for å iverksette satsingen (innsatslogikken) og et kort historisk tilbakeblikk på tidligere satsinger,
- en kartlegging av status for de berørte bransjene, i form av verdiskaping og sysselsetting og i hvor stor grad disse bransjene tidligere har vært brukere av næringsrettede virkemidler,
- en beskrivelse av hvordan de berørte virkemiddelaktørene har arbeidet med satsingen så langt, og hvordan midlene er brukt, og
- utvikling av en programteori for satsingen som skal ligge til grunn for den videre følgeevalueringen, herunder utvikling av indikatorer for å følge med på resultater og effekter.

I nullpunktanalysen vurderes også om det er behov for noen endringer i satsingen, for eksempel knyttet til forvaltningen av ordningene, og den gir – basert på dette – innspill til eventuelle endringer i satsingen.

I nullpunktanalysen har vi ikke gjort egne analyser av mottakerne av støtte. Det er imidlertid utviklet et rammeverk for hvordan disse skal følges opp utover i følgeevalueringen, for eksempel gjennom indikatorer.

### 1.2.1 Metoder for etablering av et nullpunkt

I nullpunktanalysen har vi benyttet oss av flere metoder og datagrunnlag, som kort beskrives nedenfor.

#### Sekundærkilder/dokumentanalyse

Nullpunktstudien er basert på flere sekundærkilder, inkludert offentlige dokumenter som beskriver ordningen og begrunnelse, tildelingsbrev o.l., aktørenes årsrapporter og tidligere analyser av kulturell og kreativ næring.

Dokumentstudiet i nullpunktstudien tjener to formål: dels å sette den pågående satsingen inn i et historisk perspektiv og være et viktig bidrag i forståelsen av ordningene, og dels å bidra til teori og kunnskapsoppbygging om kulturell og kreativ næring.

### Registerstatistikk og undersøkelser

For å beskrive den kulturelle og kreative næringen i form av økonomisk verdiskaping og næringens bruk av næringsrettede virkemidler baserer vi oss på to datakilder: regnskapsdata fra Brønnøysundregistrene og Samspillsdatabasen.

Regnskapsdata, som vi har tilgang til gjennom bedriftsdatabasen Bisnode, inkluderer for eksempel omsetning, lønnsutgifter og driftsresultat. Bedriftsdatabasen omfatter alle regnskapspliktige selskaper i Norge.

Samspillsdatabasen er en database over alle mottakere av støtte fra det offentlige virkemiddelapparatet, utviklet av Samfunnsøkonomisk analyse.<sup>2</sup> Databasen gir unike muligheter for å identifisere virksomheter som har mottatt støtte fra ulike deler av virkemiddelapparatet, eller som deltar i ulike former for formalisert samarbeid med forskningsinstitusjoner og andre virksomheter.<sup>3</sup>

De aller fleste statistikker som er brukt i nullpunktanalysen, strekker seg frem til 2017,<sup>4</sup> med unntak av tallene for enkelttildelninger fra Innovasjon Norge og Kulturrådet. Grunnen til dette er at data for 2018 ikke foreligger når denne rapporten skrives (våren 2019).

### Kontrollgruppe

Målet med følgeevalueringen er å kvalitetssikre arbeidet med satsingen på kulturell og kreativ næring, og å legge til rette for god måloppnåelse. Hovedfokus er de oppnådde effektene og

utviklingen i og for de virksomheter som oppnår støtte og/eller deltar i tiltakene i den følgeevaluerte satsingen. For å vurdere i hvilken grad registrerte effekter kan være et resultat av satsingen eller helt andre forhold, det kan være forhold som for eksempel gjelder næringen spesielt eller næringslivet mer generelt, er det nødvendig å ha en «kontrollgruppe». Til dette bruker vi offentlig tilgjengelig statistikk, der vi ser på status og utvikling i næringen som helhet, ikke bare virksomheter som har fått støtte. Denne statistikken kan nærings- og bransjeoperasjonaliseres ved hjelp av såkalte NACE-koder. Disse NACE-kodene brukes kun for å følge utviklingen i *hele næringen*, og har ingen betydning for evalueringen av de enkelte tiltakene.

Evalueringen av de enkelte tiltakene gjøres (kun) med utgangspunkt i de virksomhetene som faktisk har fått ulike typer støtte, uavhengig av hvilken næringskode virksomheten er registrert med.

### Intervjuer

Intervjuer er en viktig metode i følgeevalueringen, og vil inngå i alle faser av prosjektet og dekke de aller fleste aktørgruppene i satsingen. Intervjuer er spesielt godt egnet for å avdekke komplekse sammenhenger og kausalitet.

Dybdeintervjuene gjennomføres som semi-strukturelle intervjuer. Det vil si at intervjuene gjennomføres etter en forberedt intervjuguide, men hvor det også gis rom for å følge intervjuobjektets tankerekker og følge opp spor som viser seg viktigere enn først antatt.

I nullpunktanalysen har vi intervjuet representanter for Kulturdepartementet, og de involverte virkemiddelaktørene (Kulturrådet, Innovasjon Norge, Norwegian Arts Abroad). Disse intervjuene har foregått som åpne samtaler, og har hatt til hensikt å få informasjon om hvordan disse aktørene arbeider med sine ordninger. Det har ikke vært dybdeintervjuer i den forstand at de har fulgt en strikt intervjuguide.

### Dialogseminar

Et utkast av nullpunktanalysen ble presentert for de involverte virkemiddelaktørene på dialogseminar 4. april 2019. I forbindelse med seminaret fikk aktørene anledning til å gi kommentarer til utkastet og videre plan for følgeevalueringen. Disse har blitt brukt i utformingen av den endelige rapporten.

2 Samfunnsøkonomisk analyse forvaltet denne databasen frem til og med 2018, men fra 2019 er det SSB som har tatt over ansvaret for å oppdatere og utvikle databasen.

For følgeevalueringen kan det bety at data fra denne databasen må kjøpes fra SSB i midtveis- og sluttevalueringen.

3 Databasen har fokus på næringsrettede virkemidler. Kulturrådet er ikke med i denne databasen, da Kulturrådets virkemidler som regel er kulturpolitisk begrunnede. Tilskuddsmottakere fra Kulturrådet innenfor KKN-satsingen er imidlertid lagt til databasen til bruk i følgeevalueringen.

4 Det siste årstallet for verdiskaping er 2016.

# Beskrivelse av kulturell og kreativ næring

Kulturell og kreativ næring dekker et bredt spekter av bransjer, og det kommersielle potensialet varierer i stor grad mellom disse. Noen bransjer er svært avhengige av offentlig støtte, og ofte er denne støtten kunstnerisk og kulturfaglig begrunnet. Andre deler av den kulturelle og kreative næringen har et stort kommersielt potensial og behov som ikke vesentlig skiller seg fra de fleste andre næringer. Generelt gjelder imidlertid at de aller fleste kulturvirksomhetene har en blandingsekonomi som består av offentlig støtte og markedsinntekter, og hos mange virksomheter spiller frivillig arbeid en svært viktig rolle.

En måte å tenke på denne næringen er illustrert i figur 2.1. Her er bransjene delt opp basert på det kommersielle potensialet, med aktører som er avhengige av offentlig støtte (som museer og biblioteker) lengst til venstre og de mest kommersielle bransjene lengst til høyre. De bransjene som kanskje er mest interessante når man diskuterer virkemidler som skal utløse et kommersielt potensial, er de som befinner seg i midten.

## 2.1 Definisjon av kulturell og kreativ næring

Den kulturelle og kreative næringen kan defineres på flere forskjellige måter.<sup>5</sup> I Kulturmeldinga, Meld. St. 8 (2018–2109), er næringen definert slik:

Kulturell og kreativ næring er ei samlenemning på næringsverksemd basert på framstilling av kulturelle uttrykk som primært kommuniserer gjennom estetiske verkemid-

del som symbol, teikn, bilete, fargar, rørsler, former, lydar og forteljingar.

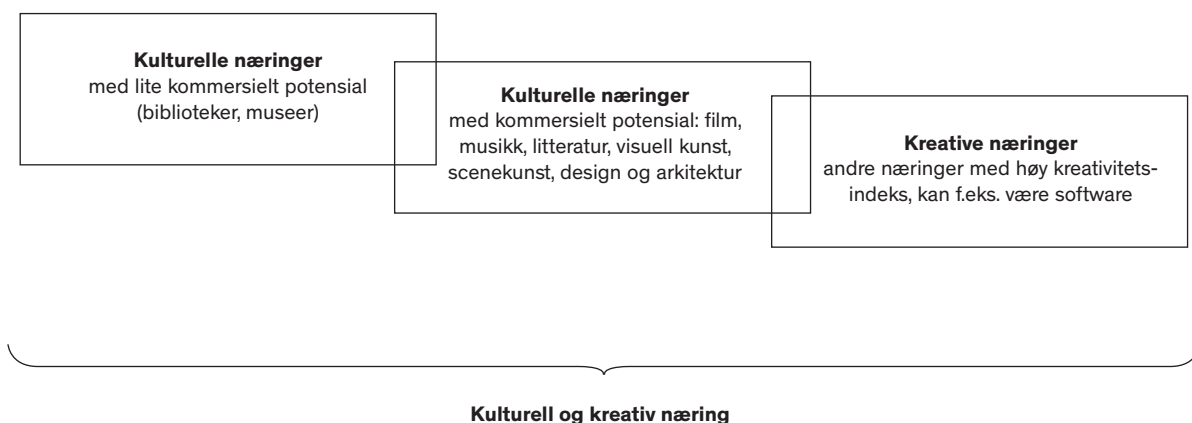
I nemninga kulturell og kreativ næring inngår visuell kunst, utøvande kunst, musikk, litteratur, film, spel, tv, radio, trykte medium, arkitektur, design, reklame og kulturarv. Omgrepet kulturell næring omfattar kunstnarisk næringsverksemd knytt til å skape, produsere og utøve kulturelle uttrykk, medan omgrepet kreativ næring omfattar næringsverksemd som nyttar kulturelle uttrykk som innsatsfaktor i verksemda.

I den offentlige statistikken er næringen spredt utover flere næringsgrupperinger, og utgjør i flere tilfeller også bare en delmengde av en næring i denne statistikken. Hvilke bransjer man velger å ta med i definisjonen av kulturell og kreativ næring, har selvsagt betydning når man ser på utviklingen, men i følgeevalueringen er det viktigst at man har en konsistent definisjon som følges gjennom hele prosjektet, og som best mulig treffer de virksomheter som satsingen er ment å treffe (dvs. målgruppen).

I den nasjonale delen av virkemiddelapparatet, for eksempel Innovasjon Norge og regjeringen (KUD) og Kulturrådet, bruker man en omforent definisjon av næringen. Denne finner vi igjen i eksempelvis Meld. St. 8 (2018–2019) *Kulturens kraft – Kulturpolitikk for framtida*. Der defineres kulturell og kreativ næring som følgende 12 bransjer: visuell kunst, utøvende kunst, musikk, litteratur, film, dataspill, TV og radio, trykte medier, arkitektur, design, reklame og kulturarv.

Utviklingen i kulturell og kreativ næring følges i form av næringsdefinisjonen som er spesifisert i blant annet Meld. St. 8 (2018–2019) og i Kulturrådets kravspesifikasjon (18/6391) til følgeevalueringen. Siden disse dokumentene ikke inneholder en operasjonalisert liste over hvilke næringskoder som konkret omfattes, har vi brukt tidligere analyser og andre kilder til en bransje-

5 For en diskusjon og gjennomgang av ulike tilnærminger samt historisk bakgrunn, se <https://kunnskapsverket.org/nyheter/whats-word1>



Figur 2.1. Kulturell og kreativ næring (Ibenholt mfl. 2015).

oppdeling som vist nedenfor<sup>6</sup> (se også vedlegg 1 for kategorisering etter NACE-koder)<sup>7</sup>. Det viktige med operasjonaliseringen er altså at den er konsistent gjennom følgevalueringen, og at den måler en virksomhetsgruppe som er mest mulig konsistent med målgruppen for satsingen (vedlegg 1). Slik vi vurderer det, er alle de 12 bransjene med i vår operasjonalisering:

- *Bokbransjen/litteratur*: forfattere, bokhandel, forlag mv., tidsskrifter og periodiske publikasjoner, nyhetsbyråer (Litteratur og Trykte medier)
- *Musikk*: lydinnsplinger, publisering, komponister, tekstforfattere, butikkhandel med musikk, live orkestre, støttende tjenester/impresariovirksomhet (Musikk)
- *Dataspill*: utviklere, forleggere, salgssteder, distribusjon (Dataspill)
- *Film, video, TV, radio og foto*: innspilling og filmproduksjon, programproduksjon, fotograferingsvirksomhet, postproduksjon, distribusjon, tilhørende kreative aktører (Film, TV og radio, Visuell kunst)
- *Arkitektur*: arkitektbyråer (Arkitektur)
- *Annonse og reklame*: reklamebyråer (Reklame)

- *Designvirksomhet*: industridesign, produktdesign, interiørdesign, grafisk og visuell design (Design)
- *Utøvende og kunstnerisk virksomhet*: scenekunstnere, teatre mv., undervisning i kunsthøgskole/kultur (Utøvende kunst)
- *Bibliotek, museer, arkiver og andre kulturvirksomheter*: drift av museer, arkiver, historiske steder og bygninger (Litteratur, Kulturarv)

## 2.2 Hva kjennetegner næringen og de enkelte bransjene

Den kulturelle og kreative næringen består av en rekke bransjer, som har noen felles trekk og utfordringer, men som også skiller seg vesentlig fra hverandre. Noen vil også hevde at de har trekk som skiller dem fra andre næringer. I den grad dette er tilfellet, vil det ha implikasjoner for hvordan virkemidler kan og bør utformes for denne næringen, og hvorvidt generelle (næringsnøytrale) virkemidler er hensiktsmessige eller ikke.

### Både kulturelle virksomheter og næringsvirksomheter

Mange av virksomhetene i kulturell og kreativ næring vil ha ett ben i kulturfeltet og ett ben i en næringsvirksomhet. Dette viser seg bl.a. gjennom at en del av virksomheten er finansiert over offentlige budsjetter og en del finansiert gjennom inntekter som produktet generer (billetter, salg, m.m.). For eksempel viste en spørreundersøkelse blant norske forlag at 60 prosent av respondentene mente at man primært er en kulturell virksomhet, mens 40 prosent mente at man primært er en næringsvirksomhet (Ibenholt 2017). Andre kulturelle næringer som design, arkitektur, store deler av mediesektoren og markedskommunikasjon er mer «rene» næringsaktører. Noen av bransjene preges av en kombinasjon av offentlig

6 Denne bransjeinndelingen stammer blant annet fra Creative Industries Mapping Documents 2001, utgitt av Department for Digital, Culture, Media and Sport i Storbritannia.

7 EY (EY 2014) har en noe mer finfordelt næringsinndeling, og skiller for eksempel TV, film og radio i tre kategorier. Vår kategorisering kan ved behov splittes opp tilsvarende. Gran mfl. (2016), som er den siste kartleggingen av kulturell og kreativ næring i Norge, bruker omtrent samme inndeling som EY (2014), men har også med utdanning og undervisning innenfor kulturelle og kreative yrker.

finansierte og private markedsaktører, for eksempel TV-bransjen med NRK, TV 2 og TVNorge. I andre bransjer er det kun private aktører. Kulturell og kreativ næring består med andre ord av mange svært forskjellige virksomheter og bransjer som opererer under svært forskjellige betingelser og i svært forskjellige kontekster.

### Høye investeringskostnader

En rekke bransjer innen kulturell og kreativ næring opererer i et marked karakterisert av relativt høye initialkostnader knyttet til utvikling, produksjon og lanseringsvirksomhet, mens virksomheten deretter er relativt enkelt skalerbar (se f.eks. Bakhshi og Cunningham 2016). Dette gjelder for eksempel bransjer som musikk, litteratur og scenekunst. Formidlings- og dupliseringsskostnadene er i mange tilfeller lave etter lansering, og blir ytterligere redusert med økende innslag av digitalisering. Samtidig er det få sikre indikatorer eller markedsdata tilgjengelig som kan brukes som underlag for å forutsi økonomisk resultat og kommersiell suksess. Dette medfører at produsentene tar en relativt høy økonomisk risiko, og foretar betydelige investeringer det ikke er gitt at de tjener inn igjen. På den andre siden kan inntjeningspotensialet være svært stort om man lykkes i markedet. Risikoaspektet følger av at det er vanskelig å forutsi med sikkerhet hvilke «produkter» som vil ha en inntjening som dekker investeringskostnader og genererer overskudd.

Dette aspektet av «risiko» har blitt beskrevet av Caves (2000) som «Nobody Knows», dvs. at ingen nøyaktig kan forutsi økonomisk inntjening for et kulturelt produkt gjennom rasjonell planlegging eller tiltak. Mesteparten av innsatsfaktorene og ressursene, så vel menneskelige som økonomiske, brukes før produktet presenteres for publikum. Påløpte kostnader er å betrakte som irreversible kostnader. Store aktører, som store bokforlag eller plateselskaper, kan kompensere for uvisshet og risiko gjennom parallelle investeringer i mange forfattere/musikere og produkter. Noen av disse investeringene kan forventes å bli en suksess, som ikke bare tjener inn egne kostnader, men i tillegg har en fortjenestemargin som kompenserer for tap man har hatt knyttet til prosjekter som ikke lyktes kommersielt. Kretschmer, Klimis og Choi (1999) beskriver dette strukturelle aspektet som «10:90 prosentligningen», der i underkant av 10 prosent av de kulturelle produkter som produseres, står for 90 prosent av inntjeningen i markedet. Denne situasjonen favoriserer store foretak med tilgjengelig investeringskapital, som kan dra nytte av stordriftsfordeler (Garn-

ham 2005:19) fordi investeringskostnadene som kreves, er betydelige beløp. Denne type forhold påvirker konkurransesituasjonen i bransjen.

### Nettverksbaserte organisasjoner

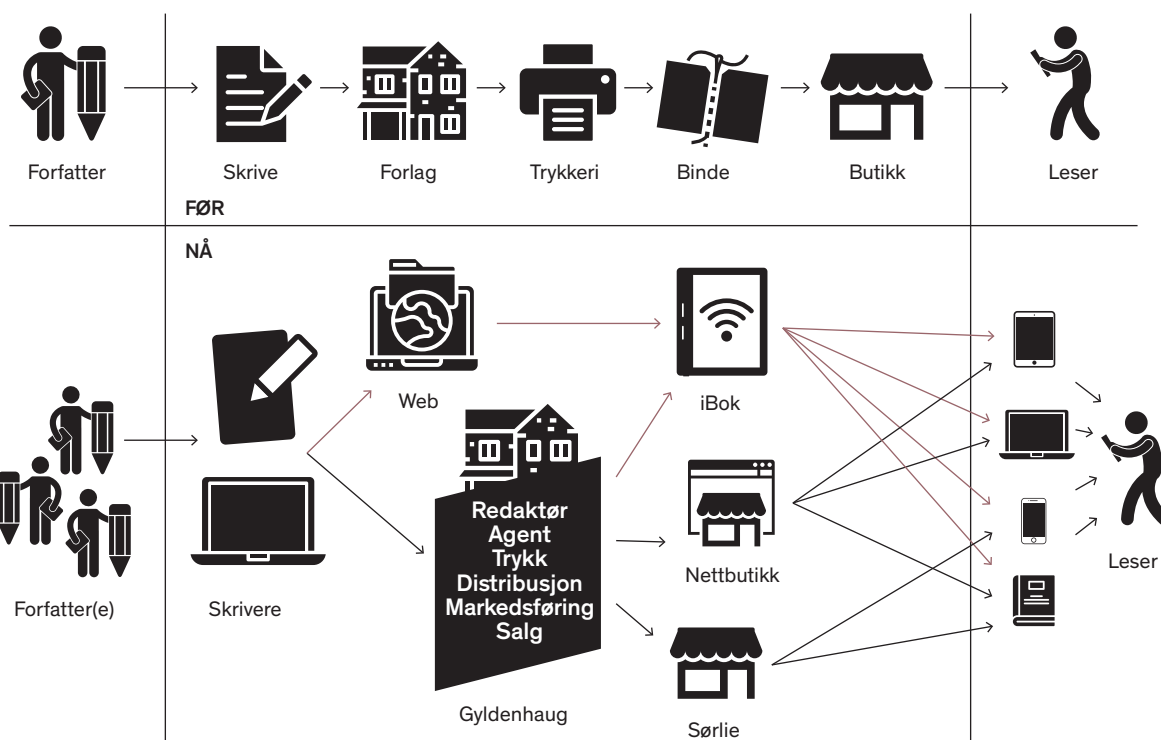
Mange av bransjene opererer i markeder som preges av raske endringer i konsumentenes preferanser. Markedene er med andre ord uforutsigbare, usikre og karakteriseres av korte produkttykluser. Sammen med høye produktutviklingskostnader medfører dette at det er svært krevende å opprettholde og videreutvikle konkurransefortrinn. For å møte utfordringene må foretak, nettverk av foretak og hele bransjer utvikle strategier for risikohåndtering, arbeids- og organisasjonskulturer og institusjoner som er skreddersydde for raske produktendringer og innovasjoner (se for eksempel Power og Halencreutz 2007; Christophers 2008; Hauge og Overvåg 2009).

En vanlig strategi er at arbeidsprosessen organiseres i prosjekter, midlertidige organisasjoner, systemer eller klynger (se for eksempel Haraldsen mfl. 2008; Power og Jansson 2008). Nettverkene er ofte personlige, uformelle og basert på tillit der individer og foretak bindes sammen i prosjekter og næringssystemer. Kunnskaps- og informasjonsutveksling samt behovet for raske beslutninger krever ofte intens og hyppig personlig kommunikasjon som fremmes av geografisk (men i økende grad også virtuell) nærhet mellom partene. Både nærhet og relasjoner har dermed stor betydning for aktører og virksomheter innen de fleste bransjene i kulturell og kreativ næring.

### Komplekse verdikjeder

De ulike bransjene har til dels svært varierende verdikjeder som også varierer i kompleksitet, noe som har sammenheng med de enkelte kulturelle uttrykks egenart. Man kan skille mellom «enkle» og mer «komplekse» kulturelle produkter, hvor en roman eller et maleri i denne sammenheng kan betraktes som «enkle» produkter i den betydning at verdikjeden forutsetter involvering av et relativt begrenset antall aktører. En forfatter kan selv stå for publisering av sine romaner, eller ha kontrakt med et forlag som utfører denne delen av arbeidet (mangfoldiggjøring, distribusjon og salg papir/digitalt). Digitalisering har medført at verdikjeden for å utgi en bok har blitt noe mer kompleks, i form av at den kan involvere flere mer eller mindre selvstendige aktører (se figur 2.2).

Billedkunstneren kan selv selge sine malerier, men kan også involvere aktører som gallerister, eller selge til offentlige myndigheter i forbindelse



Figur 2.2. Eksempel på verdikjede i bokbransjen. Kilde NOU 2013: 2.

med utsmykningsoppdrag. Mer «komplekse» produkter er for eksempel en operaforestilling eller en film, hvor et stort antall aktører med forskjellig kunstnerisk, teknisk og organisatorisk kompetanse er involvert.

Flere mener for øvrig at kreativ og kulturell næring bedre beskrives som et verdinettverk enn som den mer tradisjonelle verdikjeden. I større grad ser man i denne næringen at samhandlingen mellom roller og verdi skapes gjennom et nettverk av aktiviteter. Det skapende, produserende og utøvende leddet kan forstås som en samhandlende skapelsesprosess der de ulike rollene gjerne er involvert i flere ledd (Rønshaugen og Hauge 2018). Dette er spesielt relevant i en tid der digitaliseringen visker ut tradisjonelle skiller mellom skaper og publikum, markedsføring og forbruk.

Europakommisjonen (2017) ser på verdikjedene i kulturell og kreativ næring, og spesielt på hvordan digitaliseringen påvirker disse. Ifølge denne rapporten har digitaliseringen ikke medført noen drastisk restrukturering av verdikjedene i betydningen at noen aktører har forsvunnet, men de er blitt mer komplekse i og med at flere aktører har kommet med, og at én og samme

aktør kan ha flere roller. Mer komplekse verdikjeder vil selvsagt ha betydning for hvor tiltak bør settes inn (målgruppen), og for effekten av tiltakene. Det kan ikke utelukkes at økt kompleksitet kan utfordre treffsikkerheten til eksisterende virkemidler.

### Den kulturelle og kreative næringens interaksjon med det øvrige næringslivet

Når det gjelder relasjoner og interaksjon mellom foretak og andre aktører, viser studier av enkelte kulturelle og kreative bransjer med komplekse verdikjeder at de baserer seg på input fra mange forskjellige næringer – også andre virksomheter innenfor kulturell og kreativ næring (Ericsson 2017). Dette betyr at de enkelte bransjene innenfor kulturell og kreativ næring kan fungere som markeder for hverandre og dermed forsterke hverandres vekst- og utviklingspotensial. Dette gir grunnlag for nye krysskoplinger som går på tvers av bransjene og som åpner for nye produkter og opplevelser. Innenfor innovasjonsforskningen vil dette representere nye «produkter» skapt gjennom nye kombinasjoner av eksisterende kunnskap og produkter (interaktiv læring).

# Virkemidler for kulturell og kreativ næring

Kunnskap om hvordan virksomheter i kulturell og kreativ næring bruker næringspolitiske virkemidler, er et viktig grunnlag for vurdering av hvilke behov og utfordringer disse virkemidlene skal dekke.

## 3.1 Hvorfor virkemidler?

Næringspolitiske virkemidler er begrunnet ut fra ønsket om å sikre en effektiv allokering av samfunnets ressurser og korrigere for ulike typer av markedssvikt, dvs. forhold som bidrar til at markedet ikke fungerer optimalt. Kulturpolitiske virkemidler bygger på den samme begrunnelsen, men hvor korrigeringen av markedssvikt handler om at kunst og kultur er offentlige fellesgoder som skal være tilgjengelige for alle. Samfunnsmålet for den norske kulturpolitikken er

eit levande demokrati der alle er frie til å ytre seg, og der mangfold, skaparkraft og kreativitet er høgt verdsett. Eit inkluderande samfunn der kunst og kultur av ypparste kvalitet inspirerer, samlar og lærer oss om oss sjølv og omverda

herunder bl.a.

eit fritt og uavhengig kulturliv som skaper kunst- og kulturuttrykk av ypparste kvalitet og fremjar danning og kritisk refleksjon (Kulturdepartementet 2018).

Forskjellen mellom kulturpolitikken og næringspolitikken formål er at kulturpolitikken er forankret i kulturens egenverdi og har som formål å fremme kulturelle verdier. Næringspolitikken har som formål å styrke økonomisk verdiskaping, og skal i prinsippet tilstrebe næringsnøytralitet, dvs. at ikke enkelte næringer får fordeler eller «eksklusiv» tilgang til virkemidler. Med et slikt næringspolitisk utgangspunkt er det sentralt at det er lønnsomme næringer som evner å omstille seg i markedet, som politikken skal legge til rette for.

Næringspolitiske virkemidler begrunnes i ulike former for markedssvikt som bidrar til at allokeringen av ressurser ikke blir samfunnsøkonomisk optimal, for eksempel at det produseres mindre eller mer av en vare eller tjeneste enn optimal ressursutnyttelse skulle tilsi. Det eksisterer også en annen type barrierer, dvs. barrierer opplevd av markedsaktører selv. Slike barrierer reduserer ikke den samlede samfunnsøkonomiske lønnsomheten, men kan medføre omfordeling av verdier.

### Markedsimperfeksjoner

Det finnes flere former for markedsimperfeksjoner, herunder:

- Eksterne virkninger
- Informasjonsmangel eller asymmetrisk informasjon
- Mangel på effektiv konkurranse
- Fellesgoder
- Naturlig monopol (omtales ikke her)

*Eksterne virkninger* er virkninger av en produksjon eller et produkt som produsenten av varen eller tjenesten ikke tar hensyn til når produksjonsvolumet bestemmes. Disse virkningene kan være positive eller negative. Miljødeleggelse ved produksjon er en klassisk *negativ ekstern effekt*, og så lenge denne markedssvikten ikke korrigeres, vil det produseres for mye av det aktuelle produktet. En *positiv ekstern effekt* betyr at det er optimalt for samfunnet at det produseres mer av det aktuelle produktet enn hva markedsaktørene selv vil velge, dvs. at markedet ikke er villig til å betale den pris som er nødvendig for å dekke kostnadene og realisere fordelene ved produksjonen. Dette er da en oppgave som samfunnet ved hjelp av virkemiddelapparatet kan kompensere for. Et typisk eksempel er forskning og utvikling, hvor samfunnet på grunn av kunnskapslekkasje har en nytte av den aktiviteten som de enkelte bedriftene gjennomfører. Kunnskapslekkasje betyr at kunn-

skapen bedriften genererer, også kommer andre til gode, for eksempel gjennom at ansatte bytter arbeidsplass. I og med at bedriften ikke kan sikre seg mot at andre får del av kunnskapen, blir insentivene til å investere i forskning og utvikling lavere enn hva en samfunnsmessig optimal tilpasning tilsier. Denne markedssvikten omtales også som en kunnskapseksternalitet. Kulturelle produkter kan inkorporere ideer, konsepter og tema som inspirerer, utvikles og imiteres av andre uten at opphavskvinnen/-mannen kompenseres, dvs. at det finnes innslag av positive eksternaliteter i denne produksjonen.

Det kan også argumenteres for at kunst og kultur genererer andre eksternaliteter som er betydelig mer utfordrende å definere, og som kan være knyttet til sosial verdi, identitet, stedstilhørighet, symbolsk kunnskap, estetisk erkjennelse og respekt, se for eksempel Throsby (2002).

*Mangelfull informasjon:* En betingelse for at markeder skal fungere, er at aktørene har tilgang til informasjon om produkter og priser. Det er ikke markedssvikt dersom det er kjent at informasjonen finnes, og manglende kunnskap skyldes at en vurderer kostnadene ved å orientere seg som for høye til at en innhenter informasjonen. Markedssvikt følger av at informasjonen ikke eksisterer eller at en ikke har mulighet til å vite at den eksisterer. Asymmetrisk informasjon oppstår når noen har fordel av informasjon som andre ikke har tilgang til. For eksempel sitter selger vanligvis med mer informasjon om varen enn kjøper. Når en aktør skal gjøre nyinvesteringer, kan tilbyderne være selektive i informasjonsdelingen for å gjøre produktene mer attraktive. Det kan øke investorenes oppfatning av risikoen og hindre gjennomføring av samfunnsøkonomisk lønnsomme prosjekter.

*Begrenset tilgang på investeringskapital:* Investeringer i realkapital er som regel forbundet med risiko. Et effektivt kapitalmarked kanalisere kapital til prosjekter med god avkastnings- og risikoprofil. Prosjekter med høy risikoprofil møter generelt dyrere kapital eller ingen tilførsel av kapital. Manglende informasjon om lønnsomheten i prosjekter kan også føre til at långiver ikke stiller tilstrekkelig kapital til rådighet. I kapitalmarkedet vil långiver som regel ha mindre informasjon om lønnsomhetsforhold og kredittverdighet enn låntaker. Da kan investor eller kredittgiver vurdere risikoen som høyere enn den faktisk er, noe som gir seg utslag i høye renter eller at en avstår fra å gi lån. Som oftest vil kredittyster kreve sikkerhet i form av pant i eiendeler. Dette kan være vanskelig når investeringen er i

arbeidskraft eller kapital som ikke kan pantsettes. Det kan tenkes at dette er tilfellet for mange av kulturnæringene.

I noen næringer kan også *mangelfull konkurranse* være et problem, for eksempel at distribusjonskanaler er dominert av et begrenset antall globale foretak. Dette kan representere etablerings- og/eller inngangsbarrierer for nye produsenter.

I tillegg til markedsimperfeksjoner kan det også finnes andre etablerings- og/eller utviklingshindre. Dette kan være knyttet til lovgivning (for eksempel opphavsrett), kapitaltilgang og tilgang til infrastruktur (for eksempel bredbånd, lokaler), osv.

### Kultur som felles- og kvalitetsgode

Mange kulturgoder er såkalte fellesgoder, dvs. goder der tilgang og bruk ikke kan individualiseres. Det finnes dels overordnede fellesgoder som inkluderer alle potensielle brukere (som forsvar og rettsvesen), og lokale fellesgoder som er felles for en avgrenset gruppe brukere. Fellesgoder kjennetegnes av særlig to forhold som bidrar til at markedet ikke tilbyr et samfunnsøkonomisk optimalt kvantum. *For det første* er kostnadene uavhengig av den totale bruken, slik at effektiv ressursbruk tilsier at godet bør være gratis. Siden det likevel er kostnader knyttet til produksjonen, vil ikke samfunnsmessig effektiv forsyning være privatøkonomisk lønnsom. *Det andre* kjennetegnet ved kollektive goder er mangelen på eksklusjonsmuligheter. Det innebærer at det er umulig eller uforholdsmessig kostbart å ta betalt for godet. Eksklusiv eiendomsrett til godet kan dermed ikke håndheves. Effektiv forsyning av fellesgoder krever at finansieringen blir et fellesansvar som må ivaretas av det offentlige, mens produksjonen kan skje i både offentlig og privat regi. Fellesgodeproblematikken er en viktig begrunnelse for støtte til kultur. Eksempel er aviser som får pressestøtte, eller museum og teatre som mottar midler for å sikre opprettholdelse av kulturtilbud. Noen av dem som mottar støtte, er basert på nonprofit virksomhet, noe som gir implikasjoner for vekst og lønnsomhet for næringen.

### Gråsonen

Som diskutert i Ibenholt mfl. (2015) finnes det en gråson mellom næringspolitiske, nøytrale virkemidler og kulturpolitisk begrunnede virkemidler, på den måten at kulturpolitisk begrunnede virkemidler indirekte kan påvirke lønnsomhet og konkurransekraft hos de virksomheter som mottar dem. Begrepet «gråsonen» er hentet fra

Bugge og Isaksens (2007) studie av kulturbasert næringsutvikling i ti fylker, der de med begrepet problematiserer slike prosjekters karakteristika. De beskriver i rapporten at «kulturbaserte næringsprosjekter befinner seg ofte i en gråson mellom ulike samfunns- og politikkområder» (Bugge og Isaksen 2007:9).

### EØS-reglementet

Norge er medlem av EØS og er dermed også bundet av reglene som gjelder for det indre markedet i EU/EØS, det vil si fri flyt av varer, kapital, tjenester og personer.<sup>8</sup> Gjennom EØS-avtalen har Norge forpliktet seg til å sørge for at restriksjoner på grenseoverskridende handel og virksomhet fjernes. Norge er dermed bundet av EØS-avtalens regler om forbud mot statsstøtte.

Det finnes imidlertid unntak fra det generelle forbudet mot statsstøtte. I EØS-avtalen artikkel 61 fremgår enkelte typer støtte som *kan* anses for å være forenlig med EØS-avtalens funksjon, for eksempel artikkel 61 (3) bokstav c:

Støtte som har til formål å lette utviklingen av enkelte næringsgrener eller på enkelte økonomiske områder, forutsatt at støtten ikke endrer vilkårene for samhandelen i et omfang som strider mot felles interesser.

Hovedformålet med denne unntaksbestemmelsen er å korrigere markedssvikt og dermed fremme viktige felleseuropeiske satsingsområder, slik som forskning og teknologisk utvikling, fremvekst av små og mellomstore bedrifter, mv.

I tillegg er det lov å gi såkalt bagatellmessig støtte (*de minimis*-støtte). Dette omfatter støttebeløp inntil 200 000 euro fordelt over tre regnskapsår. Reglene om bagatellmessig støtte har grunnlag i en antakelse om at støtte som ikke overstiger 200 000 euro i en treårsperiode, ikke er egnet til å påvirke konkurransesituasjonen i det indre markedet. Bagatellmessig støtte relaterer seg ikke til bestemte tiltak, og kan gis uavhengig av bransje, og kan dekke både investeringskostnader og driftskostnader.<sup>9</sup>

Det er også et gruppeunntak for støtte til kultur og bevaring av kulturarv. Dette unntaket er basert på fortalen i forordningen, jf. punkt 72:

I traktatens artikkel 167<sup>10</sup> anerkjennes betydningen av kulturfremmende tiltak i Unionen og i medlemsstatene, og det fastsettes at Unionen bør ta hensyn til kulturelle aspekter når den utøver sin virksomhet i henhold til andre bestemmelser i traktaten, særlig med sikte på å respektere og fremme det kulturelle mangfoldet. [...] På grunn av kulturens tosidighet – på den ene side er den et økonomisk gode som gir betydelige muligheter for å skape velstand og sysselsetting, og på den annen side en bærer av identiteter, verdier og betydning som gjenspeiler og former våre samfunn – bør særtrekkene ved kulturen og den økonomiske virksomheten som er knyttet til den, anerkjennes i statsstøttereglene. [...] Gruppeunntaket bør omfatte både investerings- og driftsstøtte under fastsatte terskelverdier, forutsatt at overkompensasjon utelukkes.<sup>11</sup>

Før tiltak som en antar kan være forenlig med avtalen i samsvar med artikkel 61 (3) bokstav c, kan igangsettes, er det i utgangspunktet krav om at støttegiver notifiserer støtten til ESA, som da vurderer om tiltaket er forenlig med avtalen. Dersom ESA godkjenner ordningen, kan den igangsettes. Ordninger som er innenfor reglene om bagatellmessig støtte, eller som er gitt i samsvar med det alminnelige gruppeunntaket, kan igangsettes uten notifikasjon da slike ordninger anses forhåndsgodkjent.

Innovasjon Norges tilskuddsordninger er som regel begrunnet med behov for støtte til innovasjon (teknologisk utvikling) og til små og mellomstore bedrifter. Kulturrådets tradisjonelle ordninger har som regel vært begrunnet i gruppeunntaket for kultur og kulturminner.

## 3.2 Historisk tilbakeblikk

I Norge startet de næringsrettede satsingene på kulturelle næringer med temaheftet «Tango for to – Samspill mellom kulturliv og næringsliv»<sup>12</sup>

<sup>8</sup> Se EØS-loven av 27. november 1992.

<sup>9</sup> Hovedregelen er at forenlig statsstøtte bare kan gis til investeringskostnader, ikke driftskostnader.

<sup>10</sup> Forordningen er utarbeidet av EU-kommisjonen, og refererer derfor til EU-regelverket, men gjelder også for EØS-avtalen.

<sup>11</sup> Forordningen på engelsk finnes her: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1404295693570&uri=CELEX:32014R0651>, den norske utgaven ligger på Lovdata Pro.

<sup>12</sup> Kultur- og kirkedepartementet og Nærings- og handelsdepartementet 2001.

i 2001, som blant annet ble fulgt opp gjennom nasjonale kartlegginger,<sup>13</sup> stortingsmeldingen Kultur og næring<sup>14</sup> og Handlingsplan for kultur og næring.<sup>15</sup> De kulturelle næringene er også omtalt i regjeringens budsjettproposisjoner og i en rekke andre stortingsmeldinger siden da.<sup>16</sup>

### 3.2.1 Verdiskapingsprogrammet for kulturnæringer – Innovasjon Norge og Kulturrådet

I mai 2013 la daværende regjering frem handlingsplanen «Fra gründer til kulturbedrift» som fokuserte på hvordan kulturnæringene kan lykkes med å skape lønnsom næringsvirksomhet. Som en oppfølging til denne handlingsplanen ble det i 2013 iverksatt et verdiskapingsprogram for kulturnæringene. Det var Innovasjon Norge og Kulturrådet som, i 2013, fikk i oppdrag å drive «Verdiskapingsprogrammet for kulturnæringer», som var finansiert gjennom Kulturdepartementet, Nærings- og fiskeridepartementet og Kommunal- og moderniseringsdepartementet.

Intensjonen var at de tre departementene skulle bidra med 5 millioner kroner hver årlig til kulturnæringssatsingen, dvs. en årlig bevilgning på 15 millioner kroner. Dette ble imidlertid ikke gjennomført. Innovasjon Norge måtte allokere egne midler til satsingen, ettersom Nærings- og fiskeridepartementet ikke fulgte opp med ytterligere midler etter 2013 (Oslo Economics 2015).

Målsettingen for denne satsingen var økt verdiskaping og profesjonalisering for kulturnæringen, gjennom en rekke kompetansebyggende tiltak: Kompetanse/Kurs, Mentortjeneste, Bedriftsnettverk og Samlokalisering/Nettverk. De tre første hadde Innovasjon Norge ansvaret for, mens det siste var Kulturrådets ansvar.

Oslo Economics evaluerte kulturnæringssatsingene i 2015 (Oslo Economics 2015). Evalueringen viser gjennomgående at satsingen bidro

positivt til måloppnåelse og at den reduserte de utfordringene som var utgangspunktet for ordningen, med et lite forbehold om at prosjektdeltakere som mottar tilskudd, kan ha en tendens til å overvurdere de positive effektene. Videre viste evalueringen at midlene ble fordelt på 218 mottakere, men at det var flere aktører som fikk tilgang på midler ettersom en del mottakere var samlokaliseringer eller bedriftsnettverk.

Oslo Economics mente at satsingen bl.a.

- bidro til økt profesjonalisering gjennom økt kommersiell og administrativ kompetanse og bedre strategier, organisering og mer samarbeid,
- bidro til økt innovasjon, for eksempel utvikling av produkter og tjenester som er bedre tilpasset markedet og en bærekraftig forretningsmodell,
- i noe mindre grad bidro til økt kommersialisering, men at det samtidig kan ta lang tid for effektene gir utslag i høyere omsetning og økt lønnsomhet, og
- ikke løste finansieringsutfordringen helt, og at det derfor hadde vært ønskelig med mulighet for flerårig støtte.

Kulturdepartementet fulgte opp satsingen på samlokalisering og nettverk, og med etableringen av Kunnskapssenteret for kulturnæringer (Kunnskapsverket).<sup>17</sup>

### 3.2.2 Næringspolitisk råd

I 2015 lanserte Nærings- og fiskeridepartementet og Kulturdepartementet et næringspolitisk råd for kulturell og kreativ næring. Rådets mandat var bl.a. å «operere mer spisset mot næringsutvikling».<sup>18</sup> Videre skulle rådets fokus være på dem som investerer i og arbeider med å få det kunstneriske og kreative innholdet ut i markedet, og å sørge for kunnskap fra næringen som kan styrke kulturelle og kreative bransjer og bidra til økt verdiskaping.

Rådet publiserte sine samlede innspill i 2017,<sup>19</sup> og generelt sett har disse innspillene fått

13 Haraldsen mfl. 2004; Haraldsen, Hagen og Alnes 2008; Espelien og Gran 2011.

14 St.meld. nr. 22 2004–2005.

15 Nærings- og handelsdepartementet, Kommunal- og regionaldepartementet og Kultur- og kirke departementet 2007.

16 Se for eksempel St.prp. nr 1 2006–2007, 2007–2008, 2008–2009, 2009–2010, 2010–2011, 2011–2012, 2012–2013 og 2013–2014 og St.meld. nr. 48 (2003–2004), St.meld. nr. 39 (2006–2007), St.meld. nr. 21 (2007–2008), St.meld. nr. 7 (2008–2009), St.meld. nr. 49 (2008–2009), St.meld. nr. 22 (2011–2012), St.meld. nr. 23 (2011–2012) og St.meld. nr. 39 (2012–2013).

17 Dette var et forsknings- og formidlingsnettverk som ble ledet av Høyskolen i Innlandet, og som var aktivt i perioden 2014–2018, se [www.kunnskapsverket.org](http://www.kunnskapsverket.org)

18 Pressenotat 25. juni 2015 fra Kulturdepartementet.

19 <https://www.regjeringen.no/contentassets/8aeb67b6217d41b29b18b5584a87f61c/naringspolitisk-rad-for-kulturell-og-kreativ-naring.pdf>

stort gjennomslag. De innspill som har relevans for satsingen på kulturell og kreativ næring, er spesielt:

- Opprettelsen av offentlige låne- og lånegarantiordninger for kulturell og kreativ næring, basert på at det generelt er utfordrende å kvalifisere prosjekter for lån i Norge. Utvalget viser til lånegarantiordningen innenfor Creative Europe 2016 (ved EIF) og gir innspill til hvordan slike ordninger kan iverksettes i Innovasjon Norge.
- Etablering av «Investorforum for kreativ næring» som også er knyttet til låneutfordringer og behovet for privat kapital. Investorforumet skal være et sted for formidling av kunnskap om investering og potensielle prosjekter.
- Opprettelse av et klynge- og kompetansesenter for kreative bransjer for kompetansedeling og nettverksbygging.
- Styrke kompetansen om kreativ næring i Innovasjon Norge både på relevante utekontorer og i Norge.
- Økt bruk av kreativ næring i profileringen av Merkevarer Norge, hvor utvalget foreslår at det opprettes en pilot for kreativ næring i Innovasjon Norge etter modell fra piloten Havrommet.
- Styrke «Ut i verden» – eksportordningen i Innovasjon Norge – gjennom å utvide eksisterende ordning fra ett til to år, samt å styrke ordningen økonomisk slik at det blir mulig for to bransjer å benytte ordningen samtidig.
- Profileringsbehov og tverrdepartemental profileringsstrategi hvor rådet anbefaler at relevante departementer, som Nærings- og fiskeridepartementet, Utenriksdepartementet og Kulturdepartementet, utarbeider en overordnet og forpliktende strategi for profilering av kreativ næring internasjonalt.

### 3.2.3 Andre erfaringer med næringsrettede virkemidler i kulturnæringen

Det er gjennomført flere undersøkelser som dokumenterer hva aktører i kulturell og kreativ næring i særlig grad mener de mangler av kunnskap, og hvilke måter man foretrekker å tilegne seg denne kunnskapen på (se bl.a. Bråtå mfl. 2007; Hansen mfl. 2010; Hauge mfl. 2013; Hauge og Håmpland 2014; Ericsson og Andersen 2016; Ibenholt 2017). Det er også relativt stor grad av samstemmighet om resultatene. Mangel på kunnskap og ressurser til markedsføring, salg og administrasjon (nedstrøms/merkantile akti-

viteter») fremtrer som de største utfordringene. I tillegg er kapasitetsproblemer relevant for mange av de små bedriftene innenfor kulturnæringen. Flere forskere har også pekt på at det antagelig er en «mismatch» mellom virkemiddelapparatets innretning og kulturnæringens behov. En utfordring som stadig kommer opp igjen, er at aktører fra kulturfeltet ikke behersker det bestemte begrepsapparat som kreves for å nå igjennom i deler av virkemiddelapparatet, se blant annet Hauge mfl. (2013). I tillegg til heterogeniteten som preger næringen, kan nok et begrepsapparat som ikke er tilpasset behovet (eller rett og slett mangler), bidra til denne mismatchen (Hansen mfl. 2010; Hauge mfl. 2013; Rønshaugen og Hauge 2018).

Olsen og Kramvig (2009) uttrykte bekymring for at organiseringen av ulike støtte- og innovasjonsordninger på daværende tidspunkt ikke fanget opp det særegne ved kreative, kulturelle prosesser og de mangfoldige nettverk og relasjoner slike inngår i. Virkemiddelapparatet har forholdt seg relativt instrumentelt til om søkere kan leve opp til kravet om økonomisk lønnsomhet eller ikke, mens mange kulturentreprenører blir sagt å trenge annen type støtte for å få utviklet en lønnsom virksomhet enn andre typer entreprenører (Bugge og Isaksen 2007).

Diskusjoner om kulturnæringsutvikling må ta høyde for at det er uklarheter knyttet til å definere bredden i næringene, hvilket kan uttrykkes som at «verden utenfor» mangler et passende begrepsapparat som gjør den i stand til å forstå hvordan man må jobbe med og for å skape utvikling i disse næringene (Bjørseth 2009).

I 2015 gjennomførte Innovasjon Norge en prosess kalt Drømmeløftet, hvor hensikten var å fremme en innovasjonspolitisk debatt og legge grunnlag for Innovasjon Norges videre arbeid med innovasjon, generelt og for utvalgte næringer. Kulturell og kreativ næring var en av disse utvalgte næringene (Innovasjon Norge 2015). Det ble bl.a. gjennomført et innspillsmøte i mars 2015 hvor flere representanter fra næringen deltok. Innspill knyttet til virkemidler fra denne prosessen var bl.a.:

- Behov for mer målrettede virkemidler, da man opplevde at daværende virkemidler ikke var i tråd med næringens behov, og at de ikke var egnet til næringsutvikling rundt kreative produkter.
- Behov for virkemidler som kan bidra til å øke den forretningsmessige kompetansen.
- Behov for nye typer virkemidler for investeringer i næringene.

Samtidig ble det her også pekt på at næringen selv måtte bli dyktigere på å formidle eget potensial, og å endre sine holdninger til å bli mer sektorovergripende.

### 3.3 Satsing på kulturell og kreativ næring

I 2017 iverksatte regjeringen en ny satsing på kulturell og kreativ næring, med den hensikt å skape vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i disse næringene, heretter omtalt som KKN-satsingen. KKN-satsingen omfatter en samlet økning i bevilgningene til kulturell og kreativ næring med 70 millioner kroner (Kulturdepartementet 2016).<sup>20</sup> Kulturdepartementet har tre hovedmålsettinger med KKN-satsingen:

- Økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester.
- Økt kunnskap om kultur som næring og hvordan virkemiddelinnsetts kan koordineres.
- Flere vekstkraftige bedrifter og økt verdiskaping innen kulturell og kreativ næring.

Ansvar for denne satsingen er i regjeringen i stor grad plassert hos Kulturdepartementet, og i Prop. 1 S (2018–2019) s. 16 heter det:

Kulturdepartementet støtter derfor opp om tiltak som bidrar til kunnskap og kompetanseutvikling, styrker verdikjeden og kompetansemiljøer i alle deler av landet og stimulerer til verdiskaping og investering i norsk innhold, kulturell innovasjon og eksport.

KKN-satsingen består av flere tiltak som forvaltes av Innovasjon Norge (IN), Norsk kulturråd (NKR) og Norwegian Arts Abroad (NAA):

- *Innovasjon Norges* innsats er rettet mot små og mellomstore virksomheter, og tilbyr kapital, kompetanse og nettverk. Dette skal bidra til økte private investeringer, å øke kunnskapen hos aktørene om kultur som næring, å skape

flere vekstkraftige bedrifter samt styrke samspillet mellom kultur og reiseliv.

- *Kulturrådets* tiltak skal bidra til at norske kunstnere og kulturaktører oppnår økte inntekter gjennom kunstnerisk virksomhet. Målgruppen for satsingen på kulturell og kreativ næring er kunstnere og mindre virksomheter i mellomleddet mellom kunstner og marked/publikum som jobber med distribusjon, formidling, markedsføring eller salg av kulturelle uttrykk, samt regionale kompetansemiljøer som støtter opp om disse.
- *NAA-enes* innsatser har til hensikt å styrke de aktører som arbeider med å selge og markedsføre norsk kultur og kunst internasjonalt. Innsatsene skal bidra til økte inntekter i de enkelte bransjene.

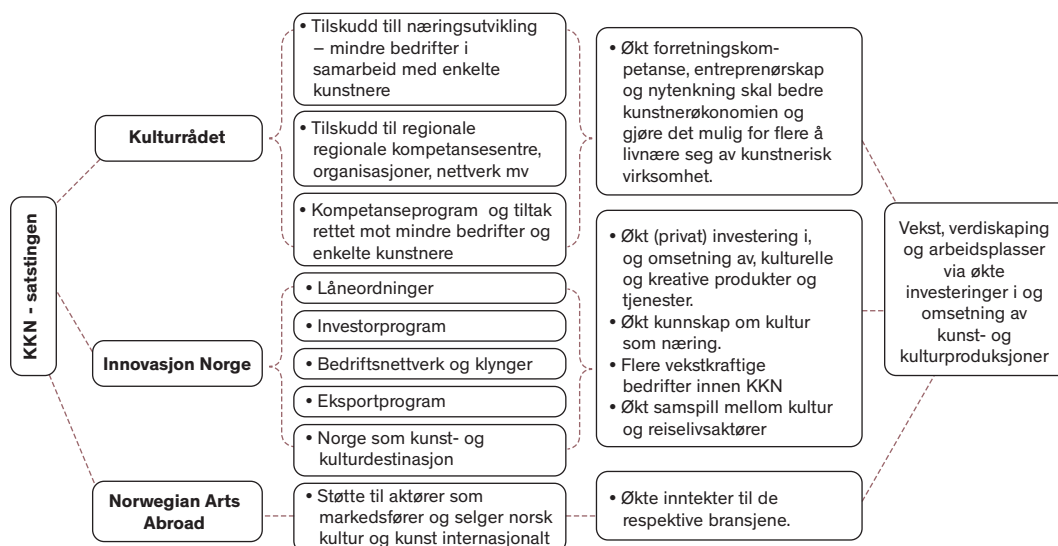
Totalt sett skal innsatsene bidra til vekst, verdiskaping og arbeidsplasser via økte investeringer i og omsetning av kunst og kulturproduksjoner. Felles for disse satsingene er at de søker å «bygge bransjer», dvs. at det går utover den enkelte kunstner / det skapende leddet. Intensjonen er at om systemet blir mer profesjonalisert, også hos dem som støtter / leverer tjenester til det skapende leddet, vil økonomien bli bedre. Dette vil i sin tur også være nyttig, både økonomisk og på annen måte, for det skapende leddet. Denne programlogikken er illustrert i figur 3.1.

De enkelte virkemiddelaktørene og deres oppdrag innenfor KKN-satsingen beskrives nærmere i kapittel 5, sammen med omtale om hva man faktisk har gjort innenfor KKN-satsingen så langt. I vedlegg 2 gjengis omtalen av satsingen i statsbudsjettet for årene 2017, 2018 og 2019.

### 3.4 Andre virkemiddelaktører

Det er en rekke andre virkemiddelaktører, som Forskningsrådet, SIVA og DOGA, som forvalter nasjonale, næringsrettede virkemidler. Noen av disse aktørene har et regionalt apparat hvor de samarbeider med regionale aktører, primært fylkeskommunene (Ibenholt mfl. 2015). I tillegg til de nasjonale virkemiddelaktørene har fylkeskommuner, kommuner og andre regionale aktører forskjellige typer av støtteordninger og samarbeidsarenaer som det kan være aktuelt for den enkelte virksomhet å bruke (Andersen mfl. 2018). Også når disse virkemiddelaktørene ikke er gjenstand for egne analyser eller evalueringer i følgeevalueringen, er det likevel relevant å inkludere disse i enkelte analyser, begrunnet med at det gjerne er et samspill mellom disse aktørene og

20 Av dette gikk ca. 20 millioner kroner til andre tiltak enn dem som omfattes av KKN-satsingen og som er gjenstand for denne følgeevalueringen. De øvrige midlene omfatter økte midler med 11 millioner kroner til filminvestivordningen (forvaltes av Norsk filminstituttinstitutt, NFI), 5 millioner kroner til digitalisering i lokalradio og 4 millioner til en regional filmsatsing.



Figur 3.1. Programlogikk for satsingen på kulturell og kreativ næring.

dem som står i fokus i evalueringen. For eksempel tilbyr flere av disse virkemiddelaktørene inkubertjenester, et tilbud i tidlig fase av etableringen av en virksomhet, og hvor bedriften etter hvert enten skal klare seg på egen hånd eller gå videre til «neste» steg i virkemiddelapparatet, og da spesielt Innovasjon Norge (se Andersen mfl. 2018).

### 3.5 Virkemidler for kulturell og kreativ næring i Sverige og Danmark

I utformingen av virkemidler er det ofte interessant å se på hvordan man innretter denne typen virkemidler i sammenlignbare land. Vi har derfor kort sett på virkemiddelbruken for kulturell og kreativ næring i Sverige og Danmark. I denne sammenligningen må man imidlertid være klar over at det er til dels store forskjeller i virkemiddelapparatet i disse landene sammenlignet med Norge. Arbeids- og ansvarsfordelingen i det norske næringspolitiske virkemiddelapparatet skjer mellom forholdsvis få og store aktører med en klar arbeidsdeling mellom seg, sammenlignet med Sverige og Danmark. Til gjengjeld har de norske aktørene mange oppdragsgivere; for eksempel er det mange departementer som gir oppdrag til Innovasjon Norge. I Sverige er det i større grad én virkemiddelaktør knyttet til et enkelt departement, mens det i Danmark finnes en rekke fond med ulike former for næringsrettet støtte. I tillegg kan det være tilfellet at de danske og svenske virkemiddelaktørene har større autonomi, dvs. i større grad selv kan bestemme over hvordan de utformer virkemidlene; se for eksempel Pöyry (2010).

Videre er kulturell og kreativ næring (eller i hvert fall deler av denne) betydelig mer utviklet i Sverige og Danmark enn i Norge. Det viser seg blant annet i større eksportvolum av kulturelle produkter og tjenester, og større innslag av private investeringer. Dermed vil også behovet for egne programmer og virkemidler for den kulturelle og kreative næringen være annerledes.

Dette betyr at konteksten er forskjellig, men vi vil allikevel tro at det kan være erfaringer å hente fra andre land.

#### Sverige

I Sverige har man for tiden ikke noen virkemidler eller programmer som er direkte rettet mot kulturell og kreativ næring. Frem til 2010 ble det i regi av KK-stiftelsen<sup>21</sup> gjennomført enkelte tiltak og satsinger for disse næringene. I 2009 utarbeidet regjeringen en egen handlingsplan for næringene, og det avsattes drøye 60 millioner kr til Tillväxtverket, Vinnova og Almi, for å gjennomføre denne planen over en treårsperiode (2010–2012). Det er ikke gjennomført særskilte satsinger mot kulturell og kreativ næring etter at dette programmet ble avsluttet i begynnelsen av 2013. Både Tillväxtverket og Vinnova har imidlertid hatt enkelte satsinger og programmer, men i svært mye mindre omfang enn for perioden 2010–2012. Videre avsluttet Tillväxtverket dette allerede i 2015, da man gikk vekk fra innsatser

21 Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling.

rettet mot enkelte næringer, og heller arbeider mot såkalte fokusområder.

Den svenske satsingen i 2010–2012 har blitt evaluert, og med litt blandede resultater. Et av tiltakene var å utvikle regionale meglerfunksjoner for å fremme bedriftsetableringer, som for så vidt var nyttig for de bedrifter som benyttet seg av disse tjenestene, men som ikke ser ut til å ha ført til noen varig kapasitetsoppbygging i regionene. Designprosjektene kan heller ikke vise til langsiktige effekter. Etablering og utvikling av inkubatorvirksomhet ser derimot ut til å ha vært et godt tiltak, og hvor de virksomheter som ble etablert, har opprettholdt sin virksomhet.

Innsatsene og tiltakene rettet mot kulturell og kreativ næring i Sverige har vært varierende, og i mange tilfeller kortvarige, og det er derfor vanskelig å si hvordan dette har påvirket utviklingen i næringen, og hvordan utviklingen vil bli fremover. For perioden 2011–2016 har imidlertid verdiskapingen i næringen vokst mer enn i næringslivet ellers, med en total vekst på 22 prosent sammenlignet med 17 prosent for hele næringslivet. Det betyr at de kulturelle og kreative næringenes andel av den totale verdiskapingen i Sverige har økt fra 2,7 prosent i 2011 til 2,8 prosent i 2016.

### Danmark

Også i Danmark er det store variasjoner over tid i hvordan myndighetene har arbeidet for å stimulere utviklingen i de kulturelle og kreative næringene. Blant annet har man hatt Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi (CKO). Dette ble etablert som en offentlig, selveiende institusjon i 2008 av to danske departementer – Kulturministeriet og det daværende Økonomi- og Erhvervsministeriet. Det ble lokalisert til Universitetet i Roskilde. Oppdraget var

[d]els udbrede kendskab til, hvordan erhvervslivet kan skabe øget vækst og innovation gennem oplevelsesbaseret forretningsudvikling, dels styrke kreative aktørers forretningsforståelse gjennom strategiske samarbejder med det øvrige erhvervsliv.

I forbindelse med etableringen av CKO besluttet regjeringen å innrette fire såkalte oplevelseszoner: mote, spill, musikk og mat (Erhvervs- og Byggestyrelsen 2007). Disse har hva man kaller «særlige erhvervsmæssig potentiale og kreativ kompetence».

Konsulentfirmaet Deloitte rapporterte i en evaluering av CKO i 2012 et visst positivt resultat

fra satsingen på de fire «oplevelseszoner» (Deloitte 2012). Med forbehold om at kun et mindre antall prosjekter som hadde mottatt støtte via «zonernes» virkemidler var avsluttet, mente man at støtten kunne antas å lede til økt omsetning hos foretakene, nye samarbeid, forretningsmuligheter og i enkelte tilfeller nye produkter. Dessuten var det etablert en rådgivings- og veiledningsfunksjon som hadde en langsiktig karakter.

Høsten 2016 besluttet den danske regjering at de ikke ville fortsette å finansiere CKO, og organisasjonen ble nedlagt. Imidlertid ble et viktig tiltak, Creative Business Cup, videreført.

De siste årene har Danmark hatt to verk-tøy for tilskudd til kulturell og kreativ næring, såkalte Vekstplaner, hvor den første ble presentert i 2013, og hvor den andre ventes å følge av de forslag som det såkalte «Vækstteamet for kreative næringer» la frem i oktober 2018.<sup>22</sup>

Planene har så langt mer hatt karakteren av å være strategier, til forskjell fra konkrete program. Planene peker ut et antall tiltak innen flere områder. Men planene betyr ikke noen avsetting av ressurser, men er tenkt å bli realisert gjennom endringer i lovgivningen (for eksempel endringer i åndsverksloven) eller gjennom å forandre regelverket knyttet til eksisterende tilskuddsordninger (slik som rådgivning og finansiering), med den hensikt å gjøre det enklere for de kulturelle og kreative næringene å få ta del av de ordinære ressursene i systemet. Det er altså i første hånd gjennom de ordinære næringspolitiske verktøyene (virkemidlene) arbeidet skal gjennomføres.

Til en viss grad har det handlet om å gjennomføre spesielt innrettede innsatser for å øke støtten til disse næringene. Et eksempel på dette er den nylig signerte avtalen mellom Danmark og Det europeiske investeringsfondet (EIF) om å tilby risikovillig kapital for sektoren gjennom at EIF øker danske Vækstfondens muligheter til å tilby slik kapital til sektoren med totalt 300 millioner danske kroner. Dette er et resultat av de anbefalinger som Vækstteamet ga i 2018.

Innholdet i de danske strategiene for kreative næringer har vært relativt stabilt over tid. I Vækstplanen fra 2013 ble følgende innsatsområder fremmet:

22 Vækstplan for kreative erhverv og design, Utdannelses- og forskningsministeriet 2013, og Danmark: Et internasjonalt førende vækstmiljø for kreative erhverv, Anbefalinger fra Vækstteam for kreative erhverv til regeringen, 2018.

- Styrk tilgangen til bedriftsrådgivning og finansiering
- Kort ned veien til markedet for kreative produkter og designløsninger
- Styrk utdanning og forskning for de kreative næringene
- Styrk Danmarks internasjonale rolle som tilvekstnode innen arkitektur, mote og design

Og i forslaget fra Vækstteamet 2018 var det fem innsatsområder:

- Styrk tilgangen til kvalifisert arbeidskraft
- Styrk tilgangen til risikovillig kapital
- Utvikle samspillet mellom offentlig sektor og kreative næringer
- Styrk de immaterielle rettighetene
- Øk den internasjonale oppmerksomheten på næringene

Det er vanskelig å få et samlet overblikk over størrelsen på de ressurser som er blitt stilt til rådighet for de kreative og kulturelle næringene som følge av disse planene. Men ressurser har blitt kanalisert både via ordinære, nasjonale program og via regionale innsatser og EUs tilskudds-program.

Våren 2019 lanserte den danske regjering et nytt program rettet mot mote, møbler, interiør, film, musikk, spill, arkitektur og design.<sup>23</sup> I pressemeldingen fra det danske kulturministeriet heter det blant annet at den digitale økonomien skaper nye spennende forretningsmodeller, men samtidig utfordringer for rettighetshaverne. De mener også at forskjellene mellom næringsliv og deler av kunst- og kulturlivet blir stadig mindre, noe som i sin tur skaper nye jobber. Det er fire departementer som samarbeider om den nye planen: Kultur-, Erhvervs-, Udenrigs- og Uddannelses- og Forskningsministeriet. Programmet består av 28 initiativ som er basert på innspillene fra Vækstteamet 2018, og det er satt av 62,5 millioner danske kroner til programmet.<sup>24</sup>

### Nordisk ministerråd

I perioden 2008–2015 finansierte Nordisk ministerråd programmet KreaNord. Hensikten med KreaNord var å utvikle og profilere Norden som en arena for kulturell og kreativ næring. KreaNord etablerte et tverrsektorielt samarbeid på policynivå mellom kultur- og næringsdepartement og myndigheter, produserte kunnskapsgrunnlag og drev flere prosjekt om entreprenørskap i kunstfaglige utdanninger og finansiering. Kontigo evaluerte KreaNord i 2015 (Åstedt mfl. 2015). Evalueringen viser blant annet at KreaNord bidro til utvikling av strategier for støtte til kulturell og kreativ næring i flere av de nordiske landene, og at det har bidratt til å øke kjennskapen til og oppmerksomheten mot denne næringen. Samtidig peker evalueringen på at det var utydelig hvem som hadde ansvar for å spre og implementere de anbefalinger KreaNord kom med på nasjonalt nivå.

Forsknings- og kunnskapsutvikling knyttet til kulturell og kreativ næring ble i forbindelse med nedleggelsen av KreaNord flyttet til Nordic Innovation.

EntreNord er Nordisk ministerråds satsing på entreprenørskap i kunstutdannelse og vekstmiljøer i Norden. Formålet er å styrke de kreative fag i Norden bredt, med særlig fokus på utdannelsesmiljøer og vekstbransjene. EntreNord ble startet av Nordisk råd 2012 i samarbeid med Karlbak og CAKI, begge i Danmark. CAKI er forkortelsen for Center for Anvendt Kunstnerisk Innovation, og er et kunnskapssenter for kunstneriske og kreative utdannelse i København. Konsulentselskapet Karlbak i Århus rådgir, samler inn kunnskap og støtter entreprenører, frilansere og selvstendig næringsdrivende.

23 <https://kunnskapsverket.org/nyheter/danmark-satser-60-millioner-pa-kulturelle-og-kreative-naeringer>

24 <https://ufm.dk/aktuelt/nyheder/2019/politisk-boost-til-danmarks-kreative-erhverv>

# Kulturell og kreativ næring i dag

Nullpunktanalysen skal være utgangspunktet for kunnskapsutvikling og evalueringen av resultater gjennom følgeevalueringsperioden. Da flere av de virkemidlene som skal evalueres, er tiltenkt å ha effekt på hele næringens og de enkelte virksomhetenes økonomi, er det nødvendig å kjenne situasjonen på «tidspunkt 0». I dette kapitlet gir vi en oversikt over næringsstrukturen fremfor alt når det gjelder verdiskapingen, men også omfang og sysselsetting. Videre ser vi på næringens bruk av andre næringsrettede virkemidler før KKN-satsingen ble etablert i 2017. Satsingen har ikke som mål å øke kjennskapen til eller bruken av denne type virkemidler, men økt kjennskap og bruk kan allikevel ses på som indikatorer for næringens «modenhet» knyttet til næringsutvikling, og har relevans for målet om «økt kunnskap om kultur som næring og hvordan virkemiddel-innsats kan koordineres» (Kulturdepartementet 2016).

## 4.1 Verdiskaping og sysselsetting

For verdiskapingen har vi historiske tall tilbake til 2007.<sup>25</sup> Sysselsettingstall som kan relateres til verdiskapingstallene, er ikke tilgjengelig i tidsserier. Da det har vært et poeng å søke å avgrense populasjonen til *ikke* å omfatte virksomheter som bare i liten grad driver næringsvirksomhet, er ikke sysselsettingsdata fra Statistisk sentralbyrå gode nok.<sup>26</sup>

Næringsdefinisjonen av kulturell og kreativ næring som er gitt i eksempelvis Meld. St. 8 (2018–2019) *Kulturens kraft – Kulturpolitikk for framtida* og i Kulturrådets kravspesifikasjon (18/6391), det vil si følgende bransjer: visuell kunst, utøvende kunst, musikk, litteratur, film, dataspill, TV og radio, trykte medier, arkitektur, design, reklame og kulturarv, har vi, som nevnt i kapittel 2.1, operasjonalisert i følgende grupper:

- *Bokbransjen/litteratur*: forfattere, bokhandel, forlag mv., tidsskrifter og periodiske publikasjoner, nyhetsbyråer (Litteratur og Trykte medier)
- *Musikk*: lydinnspillinger, publisering, komponister, tekstforfattere, butikkhandel med musikk, live orkestre, støttende tjenester/impresariovirksomhet (Musikk)
- *Dataspill*: utviklere, forleggere, salgssteder, distribusjon (Dataspill)
- *Film, video, TV, radio og foto*: innspilling og filmproduksjon, programproduksjon, fotograferingsvirksomhet, postproduksjon, distribusjon, tilhørende kreative aktører (Film, TV og radio, Visuell kunst)
- *Arkitektur*: arkitektbyråer (Arkitektur)
- *Annonse og reklame*: reklamebyråer (Reklame)
- *Designvirksomhet*: industridesign, produktdesign, interiørdesign, grafisk og visuell design (Design)
- *Utvøende og kunstnerisk virksomhet*: kunst/virksomhet: scenekunstnere, teatre mv., undervisning i kunsthøgskole (Utvøende kunst)
- *Bibliotek, museer, arkiver og andre kulturvirksomheter*: drift av museer, arkiver, historiske steder og bygninger (Litteratur, Kulturarv)

Det finnes ingen omforent enighet om hvilke NACE-koder som skal brukes for å definere disse bransjene. Sammenlignet med sist gjennomførte beregning av verdiskaping i kulturell og kreativ næring som BI gjennomførte i 2015,

25 Datagrunnlaget er regnskapsstatistikk fra Brønnøysundregistrene, hentet via Bisnode.

26 Sysselsettingstall fra SSBs registerstatistikk kan ikke knyttes til bedriftsdata, og er basert på en svært vid definisjon av «sysselsatt». Avgrensingen vi har gjort, er at virksomhetene skal ha en så pass stor aktivitet at de skal være registrert i mva-registeret – det vil si at de hadde en omsetning på minst 50 000 kr i 2016.

bruker vi en noe mer snever definisjon (Gran mfl. 2016). Dette er delvis begrunnet i at BIs definisjon for vårt formål fanger for bredt, hvor de bl.a. også inkluderer undervisning i større omfang, og at de gjennom å for eksempel inkludere produksjon av klær også får med en mengde bedrifter som ikke nødvendigvis kan klassifiseres som kulturell og kreativ næring.<sup>27</sup> Videre har BI håndplukket bedrifter i andre næringer og lagt til disse. Det er en svært ressurskrevende operasjon, som må gjentas for hver oppdatering av tallene, og vi har derfor valgt å se bort fra disse virksomhetene. Innovasjon Norge bruker i sin klassifisering av næringene tilnærmet samme NACE-koder som Gran mfl. (2016), men har ikke med undervisning, og heller ikke de næringer hvor bedrifter ble håndplukket. Vår inndeling skiller seg dermed noe fra Innovasjon Norges, både i form av at vi har med noen bransjer som Innovasjon Norge ikke har med, og vice versa. I vedlegg 1 gis en nærmere beskrivelse av de NACE-koder som inngår i henholdsvis våre tall, Innovasjon Norges inndeling og i Gran mfl. (2016).<sup>28</sup> I vedlegget fremkommer også verdiskapingen i de enkelte bransjene for 2016 slik at det er enkelt å se betydningen av ulik sammenstilling av bransjene.

At vi har en annen inndeling enn for eksempel Gran mfl. (2016), er ikke nødvendigvis et problem. Vi har ikke som hovedmål å lage statistikk som er sammenlignbar med annen statistikk, men statistikk som kan brukes for å måle utviklingen i hele næringen gjennom følgeevalueringen. Videre er det selvsagt viktig at det vi måler, er mest mulig lik målgruppene for satsingen, hvilket vi mener er tilfellet med den inndelingen som er valgt (se også kapittel 2 ovenfor). Som nevnt følges de enkelte virksomhetene som har

fått noen form for støtte gjennom satsingen, uansett hvilken NACE-kode de tilhører.<sup>29</sup>

#### 4.1.1 Geografisk fordeling

Vi har ikke foretatt detaljerte, geografiske fordelinger av strukturen i næringen, men gitt en oversikt for Oslo og resten av landet.<sup>30</sup> Da svært mye av denne næringsaktiviteten er konsentrert til Oslo, kan betydningen i resten av landet bli undervurdert dersom man utelukkende ser på tall for hele landet under ett. Hovedstrukturen er at over to tredjedeler av virksomhetene er lokalisert utenfor Oslo, men disse sto bare for halvparten av sysselsettingen og 40 prosent av verdiskapingen, se tabell 4.1.

**TABELL 4.1. KREATIV OG KULTURELL NÆRING ETTER LOKALISERING. ANTALL VIRKSOMHETER, SYSSELSATTE OG VERDISKAPING. 2016.**

|                      | I ALT  | OSLO   | RESTEN AV LANDET |
|----------------------|--------|--------|------------------|
| <b>VIRKSOMHETER:</b> |        |        |                  |
| - ANTALL             | 8 657  | 2 810  | 5 847            |
| - PROSENT            | 100 %  | 32 %   | 68 %             |
| <b>SYSSELSATTE</b>   |        |        |                  |
| - ANTALL             | 66 510 | 34 048 | 32 462           |
| - PROSENT            | 100 %  | 51 %   | 49 %             |
| <b>VERDISKAPING</b>  |        |        |                  |
| - MILLIONER KRONER   | 37 262 | 21 988 | 15 279           |
| - PROSENT            | 100 %  | 59 %   | 41 %             |

Kilde: Bisnode

#### 4.1.2 Verdiskaping 2016

Den totale verdiskapingen<sup>31</sup> i kulturell og kreativ næring i Norge var på 37,3 milliarder kroner i

27 Vi ser for eksempel at i den største bransjen (målt etter sysselsetting) «Visuell virksomhet» produserer to av de tre største foretakene målt i verdiskaping beskyttelsestøy. Her er det et definisjonsspørsmål om dette er kreative virksomheter (innen design) eller industribedrifter. Slik vi oppfatter oppdraget fra Kulturdepartementet er ikke denne type virksomhet i målgruppen for satsingen på kulturell og kreativ næring, og det kan antas at denne type virksomhet allerede har kjennskap til det næringsrettede virkemiddelapparatet.

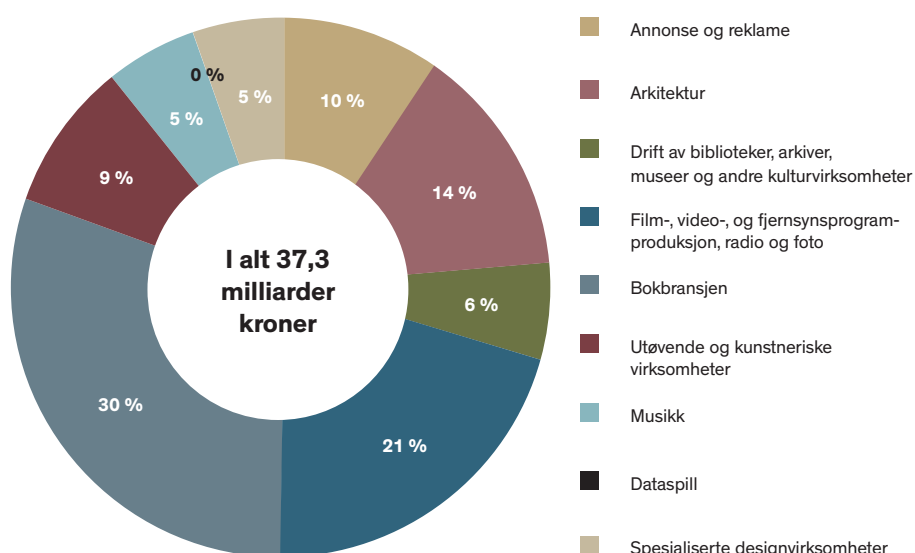
28 KKN-satsingen favner bredere enn Innovasjon Norges oppdrag innenfor satsingen, og derfor er det relevant å ha med noen flere bransjer i følgeevalueringen enn det som Innovasjon Norge operer med.

29 Verken Innovasjon Norge eller Kulturrådet ser ut til å bruke NACE-koden som et kriterium for tildeling av tilskudd eller annen støtte til den enkelte virksomhet. Det er flere av virksomhetene som har fått tilskudd innenfor satsingen, som har helt andre NACE-koder enn dem som er klassifisert som *Kulturell og kreativ næring* (uansett hvilken definisjon som legges til grunn).

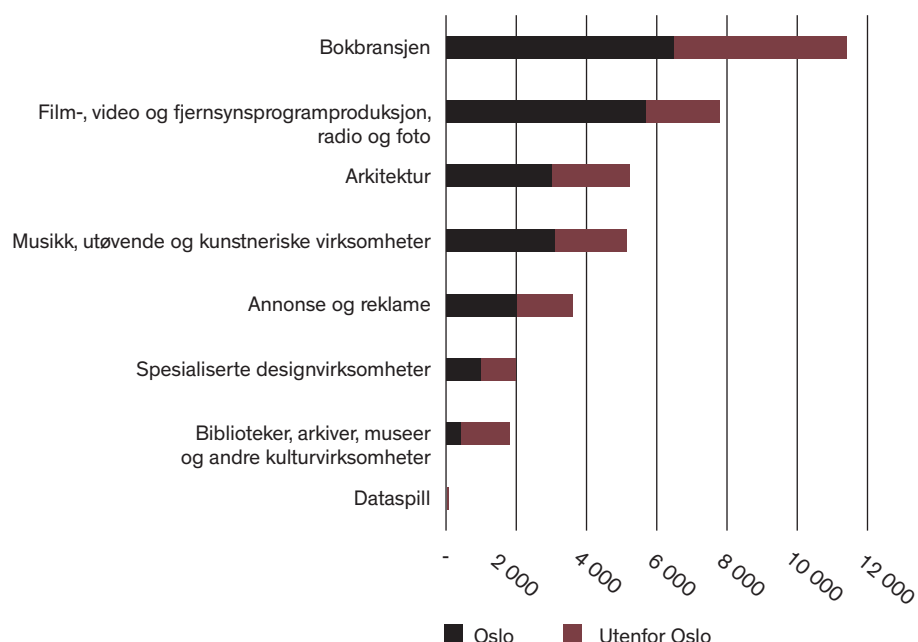
30 I rapporten «Der ingen skulle tru ...», utgitt av Kunnskapsverket, er næringene grundig geografisk dokumentert (Malasevska og Ericsson 2019).

31 Verdiskapingen er lik bruttoproduksjonen i næringene, som i prinsippet er virksomhetens omsetning minus produktinnsatsen. Verdiskapingen består av lønn til ansatte og eier (utbytte).

## NULLPUNKTANALYSE



Figur 4.1. Total verdiskaping i kulturell og kreativ næring i Norge fordelt etter bransje. 2016. Kilde: Bisnode.



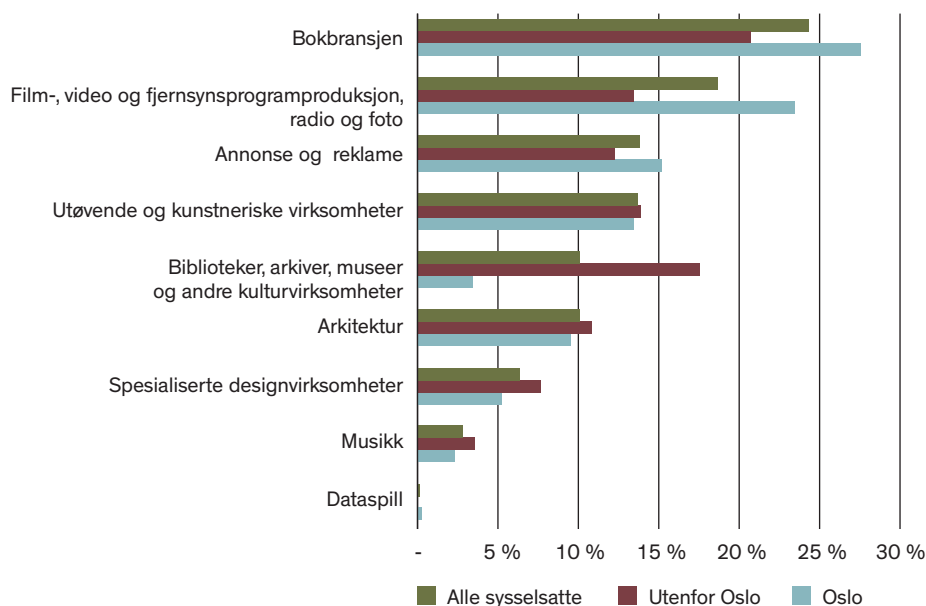
Figur 4.2. Verdiskaping 2016 etter bransje og lokalisering. Millioner kroner. Kilde: Bisnode.

2016 (Malasevska og Ericsson 2019).<sup>32</sup> Verdiskapingen i Oslo var på 21,6 milliarder kroner og utgjorde dermed 59 prosent av den totale verdiskapingen i disse næringene i 2016. Bransjemesig var det virksomheter i forlagsbransjen som bidro mest til verdiskapingen, mens virksomheter som driver med utgivelse av programvare for dataspill, bidro minst (figur 4.1).

32 Beregningen inkluderer kun virksomheter med omsetning på mer enn kr 50 000 i 2016.

I de fleste bransjene er verdiskapingen knyttet til virksomheter lokalisert i Oslo, og særlig i de store bransjene. Det er bare for biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter at verdiskapingen i virksomheter utenfor Oslo er større enn i Oslo (figur 4.2). Det er for så vidt en kjent egenskap ved disse næringene generelt at de har en sentrumsorientert lokaliseringstilbøyelighet og da særlig til de største byene.

Det er likevel interessant å merke seg at selv om befolkningsmessig mindre regioner sliter med å oppnå en kritisk masse av kreativ og



Figur 4.3. Sysselsetting i kreative og kulturelle næringer etter lokalisering. Norge 2016. Sortert etter «alle sysselsatte». Prosent av sysselsetting totalt, og hhv. i og utenfor Oslo. Kilde: Bisnode.

kulturell næring, er forholdet mellom befolkning og verdiskaping likevel ikke lineært. Måler vi verdiskapingen i kulturell og kreativ næring *pr. innbygger*, blir bildet mer nyansert. Flere av de mindre byene, som for eksempel Lillehammer, Rjukan og Elverum, vil da plassere seg foran henholdsvis Bergen, Trondheim og Stavanger i en rangering etter verdiskaping i kreativ og kulturell næring *pr. innbygger* (Malasevska og Ericsson 2019). Det kan tilbakeføres til størrelse og struktur på lokalt næringsliv både i de største og de mindre byene.

Vi har ikke gjort noen analyse av historisk utvikling i kulturell og kreativ næring i forbindelse med nullpunktanalysen. Den siste analysen av denne utviklingen finner en i Gran mfl. (2016), som ser på utviklingen i perioden 2008–2014. Hovedfunnene fra den rapporten er:

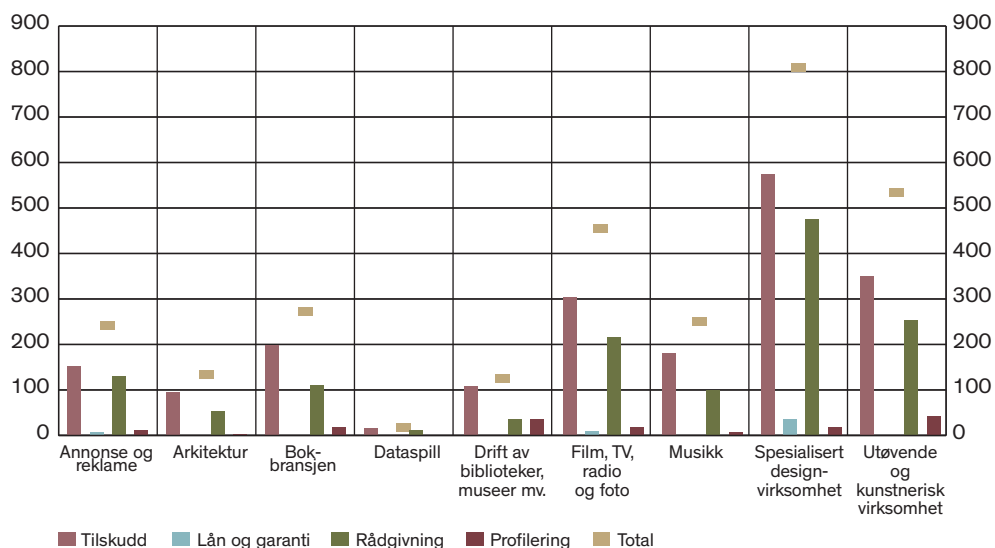
- Verdiskapingen i næringen vokste med 15 prosent i perioden 2008–2014, samtidig som verdiskapingen i fastlandsøkonomien økte med 38 prosent.
- Sysselsettingen vokste med 9,4 prosent i samme periode, først og fremst gjennom vekst i enkeltpersonforetakene.
- I 2014 utgjorde næringen 3 prosent av verdiskapingen i fastlandsøkonomien, og 4,3 prosent av sysselsettingen i Norge. I 2008 var tilsvarende tall 3,6 prosent og 4,1 prosent. Det betyr at mens næringens betydning for verdiskapingen ble redusert, økte betydning

gen for sysselsettingen. Dette impliserer i sin tur at den kulturelle og kreative næringen hadde lavere lønnsomhet og produktivitet enn fastlandsøkonomien i hele perioden.

- Det er store forskjeller mellom bransjene i perioden 2008–2014, hvilket ifølge rapporten dels henger sammen med finanskrisen, og dels med bransjenes ulike digitaliseringsgrad.
- Verdiskapingsveksten var høyest i bransjene utdanning og undervisning og visuell virksomhet, mens bokbransjen og dataspill hadde en nedgang i verdiskapingen.
- Sysselsettingsveksten var høyest innenfor utdanning og undervisning, musikk og utøvende virksomhet, mens bransjene aviser og magasiner og dataspill hadde en nedgang i sysselsettingen.

#### 4.1.3 Bransjestruktur og sysselsetting

De store bransjene målt i sysselsetting er fremfor alt bokbransjen; film, fjernsyn, radio og foto; og annonse og reklame (figur 4.3). Virksomhetene i Oslo domineres av forlagsvirksomhet samt film, fjernsyn, radio og foto, mens utenfor Oslo domineres sysselsettingen av biblioteker, arkiver, museer og andre. Bransjestrukturen er relativt lik i og utenfor Oslo, bortsett fra de tre nevnte bransjene. Ser vi imidlertid på bransjestruktur koplet med virksomhetenes størrelse, fremkommer det til dels betydelige forskjeller. Totalt sett er virksomhetene i Oslo større enn de som er



Figur 4.4. Kreativ og kulturell nærings virkemiddelbruk. Unike mottakere pr. bistandstype. 2013–2017.

Note: Antall mottakere pr. bistandstype kan summere seg til mer enn totalen for den enkelte bransje, da noen virksomheter har fått flere ulike former for støtte i perioden. Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse.

lokalisert andre steder. Det gjelder også særlig de tre omtalte bransjene, komplettert med «annonse og reklame». Selv om bare en liten del av selsettingen innen biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter finnes i Oslo, er dette i alt vesentlig store enheter med over 250 ansatte (Malasevska og Ericsson 2019).

## 4.2 Bruk av næringsrettede virkemidler

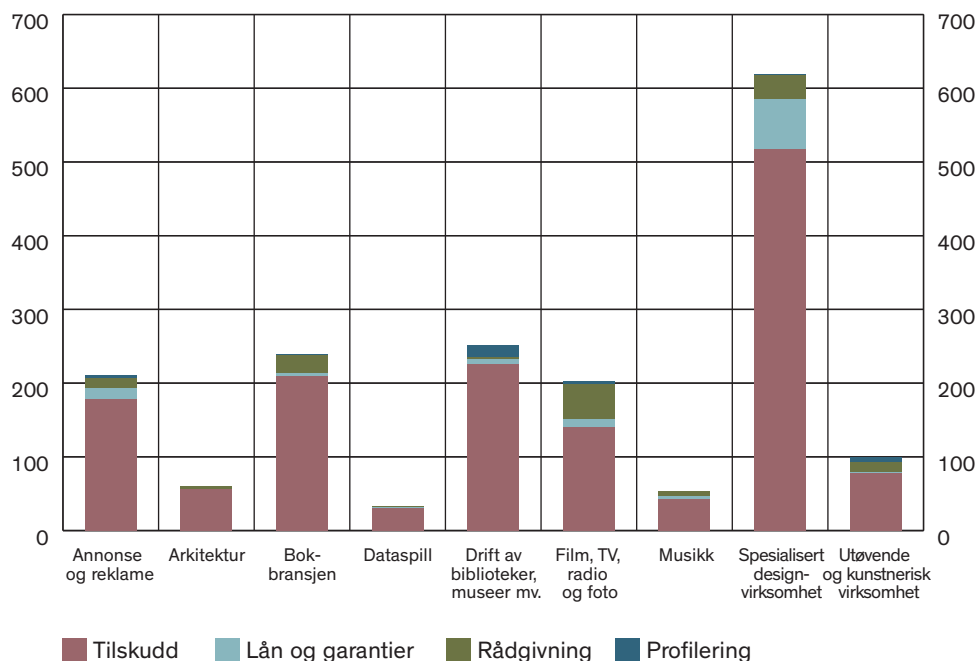
Kulturell og kreativ næring har begrenset erfaring med bruk av næringsrettede virkemidler. Ibenholt mfl. (2015) fant for eksempel at det kun var i bruk av SkatteFUNN at disse næringene utgjorde en tilsvarende andel som deres verdiskaping. Nå er det ikke noe mål at enkelte næringer skal bruke disse virkemidlene i samme forhold som den verdiskaping de bidrar med, men forholdet kan gi en indikasjon på «treffsikkerhet» og kjennskap til disse virkemidlene. Tidligere analyser av enkeltbransjer (se for eksempel Rykkja (2017), Ibenholt (2017) og Rønshaugen og Hauge (2018)), viser også KKN-aktørene er lite kjent med denne type virkemidler, og ikke helt ser hvordan de selv kan bruke disse. Også i sluttrapporten fra Næringspolitisk råd sies det at «Innovasjon Norges virkemiddelapparat, som for de som har vært i kontakt med det, oppleves som lite tilrettelagt for kreative bransjer». Kulturell og kreativ næring faller også i noen tilfeller mellom to stoler, dvs. at de enkelte virksomhetene hverken oppfyller kravene til de

næringsrettede virkemidlene (for eksempel fordi de har for lavt kommersialiseringspotensial) eller til de kulturpolitiske virkemidlene (de har ikke tilstrekkelig kunstnerisk innhold).

De aller fleste næringsrettede virkemidlene er næringsnøytrale, dvs. at de ikke retter seg mot noen særskilt næring eller bransje, men søker å fremme de virksomheter som har et stort kommersialiseringspotensial, er særlig innovative og/eller har et eksportpotensial. Som omtalt i kapittel 3.2 har det også tidligere eksistert ordninger som har vært spesielt rettet mot kulturell og kreativ næring; den siste av disse ble avsluttet rett før KKN-satsingen ble etablert.

For å få et bilde av hvordan kulturell og kreativ næring har brukt næringsrettede virkemidler, har vi tatt ut data for virksomhetene fra Samspillsdatabasen (for en forklaring på denne, se kap. 1.1). Som figur 4.4 viser, har det vært relativt få mottakere av ulike former for bistand fra de næringsrettede virkemiddelaktørene; for eksempel har kun 134 arkitekturbedrifter<sup>33</sup> fått noen form for støtte i perioden 2013–2017. De klart fleste av mottakerne finner en innenfor design, og dette gjelder for samtlige bistandstyper. Videre har flest mottakere fått ulike former for tilskudd, mens rådgivningstjenester kommer

33 I Samfunnsøkonomisk analyses regnskapsdatabase SAFE (tilsvarende Bisnode) er det registrert i snitt 1260 foretak i de aktuelle NACE-kodene hvert år i perioden 2013–2017.



Figur 4.5. Kreativ og kulturell nærings virkemiddelbruk. Totalt støttebeløp, millioner kroner. 2013–2017.

Note: Lån inkluderer hele lånebeløpet. Rådgivning er enten tilskudd til kjøp av ekstern rådgivning eller størrelsen på subsidien som SIVA gir (forskjellen mellom markedspris for rådgivning og det beløp bedrifter som inngår i en SIVA-inkubator, betaler). Profiling er typisk tilskudd fra fylkeskommunen til profiling av et sted eller område. Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse.

på andre plass. Lån og garantier er en type virkemiddel som brukes i svært begrenset grad.

Figur 4.5 viser samlet støttebeløp for de forskjellige næringene i perioden 2013–2017. Også her utmerker designvirksomhetene seg som mottakere av ulike former for tilskuddsordninger. De høyeste tilskuddssatsene (dvs. beløp pr. tilskudd eller tjeneste) gis til Drift av biblioteker mv., med en gjennomsnittlig tilskuddssats på drøyt 2 millioner kroner, tett fulgt av Dataspill (1,8 millioner kroner), mens Utøvende virksomhet har de laveste tilskuddssatsene med 0,2 millioner kroner. Med unntak for Drift av biblioteker mv. er det de virksomheter som tradisjonelt omfattes av ulike former kulturpolitiske støtte, som har de laveste næringsrettede tilskuddssatsene, dvs. musikk, film, utøvende virksomheter og til en viss grad også bokbransjen. Hvis man ser på tilskuddenes størrelse i forhold til næringenes andel av verdiskapingen, blir dette mønsteret enda tydeligere. Dvs. at de nevnte næringene alle får en mindre andel av det samlede tilskuddsbeløpet enn deres andel av verdiskapingen.

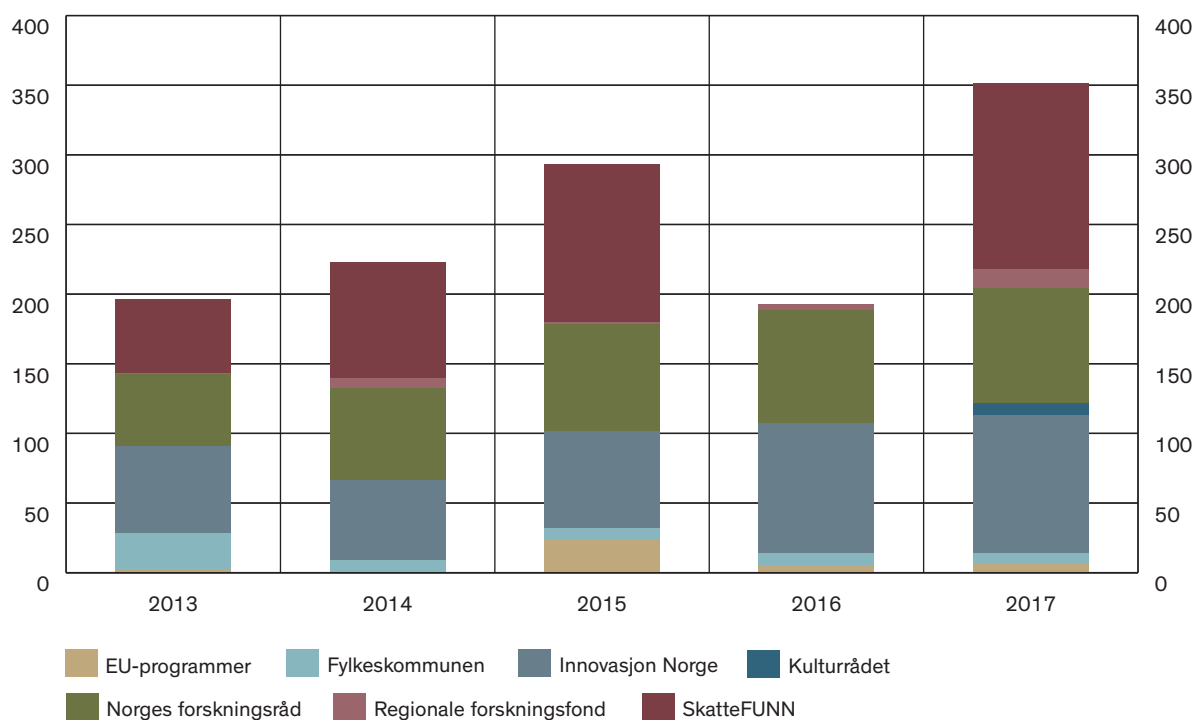
Den bransjen som har fått mest næringsrettet støtte i forhold til sin andel av verdiskapingen innenfor den kulturelle og kreative næringen, er dataspill. Denne næringen står for 0,1 prosent av verdiskapingen i næringen, men har fått 2 prosent

av støtten i perioden 2013–2017. Totalt er det 18 virksomheter som samlet har fått 33 millioner kroner. I motsatt ende finner vi Arkitektur, som har fått 3,4 prosent av samlet støttebeløp, men som står for 14 prosent av verdiskapingen. Arkitektur er heller ikke en bransje som omfattes av andre kulturpolitiske virkemidler eller støtteordninger, slik at dette er en næring hvor det sannsynligvis er et meget lavt innslag av offentlig støtte.

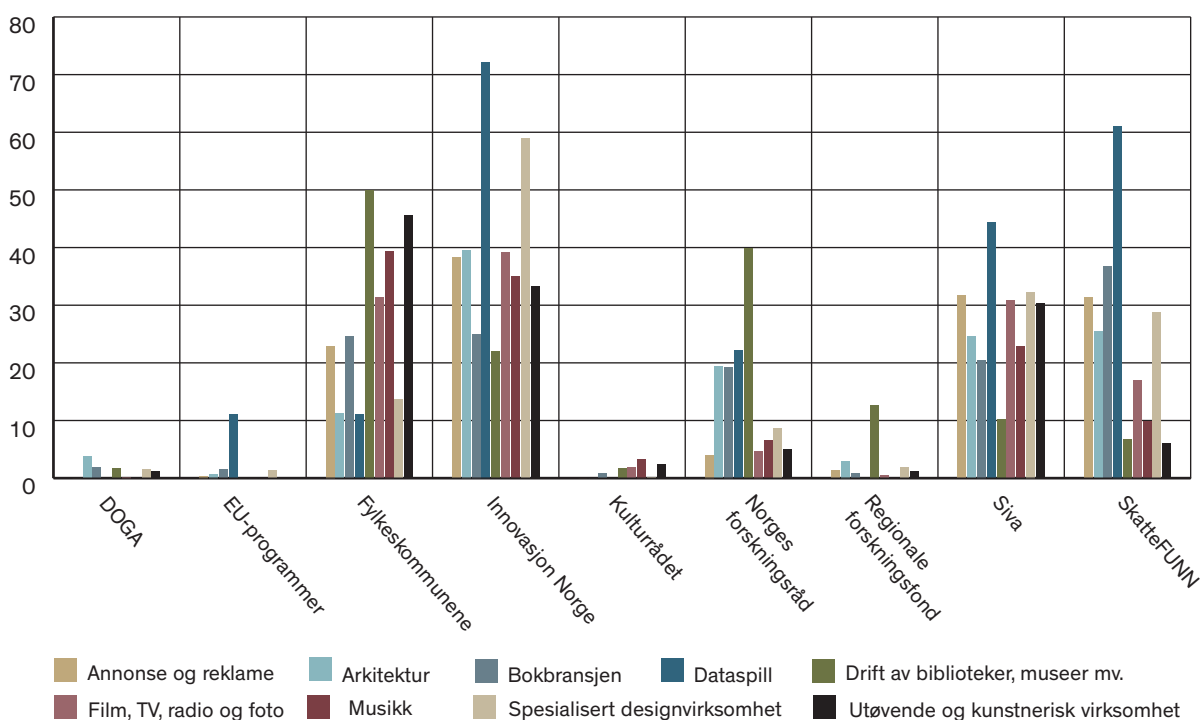
Av figur 4.6 fremkommer at SkatteFUNN er den mest brukte ordningen, fulgt av tilskudd fra fylkeskommunene og Innovasjon Norge. Bruken av SkatteFUNN økte kraftig i perioden 2013–2016, men gikk så ned i 2017. For Innovasjon Norge har det vært en relativt jevn økning fra 2014, mens det for øvrige virkemiddelaktører er en mer variert utvikling. En interessant observasjon er at satsingen på kulturell og kreativ næring i 2017 ikke har gitt utslag i en tilsvarende økning i samlet tilskudd for det året. Det skyldes nedgangen i bruken av SkatteFUNN samme år. Hva denne nedgangen beror på, har vi ikke kunnskap om, og det er ikke noen grunn til å tro at det er en sammenheng mellom disse hendelsene.

Det er imidlertid relativt store forskjeller mellom de enkelte bransjene. Mens SkatteFUNN særlig brukes av bransjer med størst kommersielt potensial, får virksomheter innenfor «Utvøvende

# NULLPUNKTANALYSE



Figur 4.6. Tilskudd til kreativ og kulturell næring, fordelt på virkemiddelaktør. Millioner kroner. Løpende priser. 2013–2017. Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse.



Figur 4.7. Virkemiddelaktørenes andel av antall mottakere pr. næring. 2013–2017.

Note: Andelene kan summere seg til over 100 prosent pr. næring, siden flere virksomheter kan ha fått tilskudd fra flere aktører i perioden. Enova og Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond er holdt utenfor pga. få observasjoner. Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse.

virksomhet» støtte fremfor alt fra fylkeskommunen og til en viss grad Innovasjon Norge. At «Drift av biblioteker, museer mv.» får en høy andel av tilskuddene fra Forskningsrådet og regionale forskningsfond, skyldes sannsynligvis at en av museenes oppgaver er å drive med forskning.

Oppsummerende viser gjennomgangen av den kulturelle og kreative næringens bruk av virkemidler for innovasjon og næringsutvikling at det er de mest kommersielle bransjene, dvs. design og dataspill, som har størst erfaring med bruk av disse virkemidlene. Drift av biblioteker

og museer er litt i en særstilling, da de mottar relativt mye forskningsmidler (og regionale profileringsmidler), men bransjen har lite erfaring med øvrige virkemidler. Arkitektur skiller seg også ut, da dette er en kommersiell bransje som faller utenfor de kulturpolitiske virkemidlene, men som heller ikke tidligere har blitt fanget opp av de næringsrettede virkemidlene. At arkitektur har en relativt stor andel av Innovasjon Norges støtte (se figur 4.7), skyldes for en stor del deltagelse i «Arkitektur ut i verden» i 2017.

# Satsingen så langt

I dette kapitlet beskriver vi hvordan de forskjellige virkemiddelaktørene har arbeidet med KKN-satsingen, i form av aktiviteter, tildelinger og administrasjon, samt hvilke erfaringer man har gjort så langt.<sup>34</sup> Informasjonen er hentet fra aktørenes årsrapporter (for 2017) og nettsider, dybdeintervjuer med alle aktører, og kompletterende statistikk fra IN og Kulturrådet for tildelinger i 2018.

## 5.1 Innovasjon Norge

Innovasjon Norge er statens og fylkeskommunenes virkemiddel for å realisere verdiskapende næringsutvikling i hele landet. Selskapet forvalter virkemidler innenfor finansiering, kompetanse, profilering, nettverk og rådgiving. Innovasjon Norge får bevilgninger og oppdrag via oppdragsbrev fra Nærings- og fiskeridepartementet, Kommunal- og moderniseringsdepartementet, Landbruks- og matdepartementet, Klima- og miljødepartementet, Kunnskapsdepartementet, Kulturdepartementet og Utenriksdepartementet, i tillegg til oppdrag fra alle fylkeskommunene. Den samlede bevilgningen til Innovasjon Norge i 2017 var på 3,8 milliarder kroner. Satsingen på kulturell og kreativ næring er det første oppdraget som Innovasjon Norge har fått fra Kulturdepartementet.

### 5.1.1 Innovasjon Norges oppdrag

Innovasjon Norge fikk i 2017 et oppdrag fra Kulturdepartementet på 29,9 millioner kroner, med en målsetting om å styrke mulighetene for entreprenørskap i kultursektoren og iverksette en rekke tiltak rettet mot bedrifter med vekstpotensial.

For 2018 og 2019 var oppdraget på 32 millioner kroner for hvert av årene. Tilskuddet er fordelt på fem tiltak, samt midler til administrasjon og gjennomføring av oppdraget (se tabell 5.1).

Målene for satsingen i Innovasjon Norge er ifølge oppdragsbrevet for 2017:

Oppdraget skal bidra til å oppfylle Innovasjon Norges mål om flere gode gründere, og flere vekstkraftige bedrifter og innovative næringsmiljøer i tråd med selskapets målstruktur. Tiltakene skal forsterke Innovasjon Norges innsats overfor bedrifter med vekstambisjoner og potensial innen kulturell og kreativ næring, og gi slike virksomheter enklere tilgang til finansielle strukturer og kompetanse som muliggjør entreprenørskap, verdiskaping og vekst.

Målet er å øke norske bedrifters og investorers investering i kulturelle og kreative produkter og tjenester, rettigheter og talenter, samt utvikle vekstkraftige virksomheter som omsetter kulturelt og kreativt innhold nasjonalt og internasjonalt.

Tiltakene skal bidra til:

- Økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester.
- Økt kunnskap om kultur som næring.
- Flere vekstkraftige bedrifter innen kulturell og kreativ næring.

I oppdragsbrevet for 2018 ble det lagt til at tiltakene også skal bidra til «økt samspill mellom kultur og reiselivsaktører». I tillegg ble det gitt et tillegg til oppdragsbrevet (datert 19. desember 2018) med tildeling av et tilskudd for 2018 på 1,4 mill. kroner til å utvikle kunnskapsgrunnlaget om kultur og reiseliv:

Det er behov for bedre kunnskap om kulturisme i Norge. Det er viktig å fremskaffe tallmateriale og statistikk, for å kunne analy-

34 I nullpunktanalysen ser vi ikke på brukernes (støttemotakernes) erfaringer eller nytte av KKN-satsingen; dette vil være gjenstand for midtveisevalueringen i 2020 og sluttevalueringen i 2022.

sere trender og tilrettelegge for en bærekraftig utvikling. Oppdraget er å få gjennomført en utredning om kulturturisme, herunder om ulike varianter og nisjer, om involverte virksomheter og suksessfaktorer. I dette inngår å se på effekten kulturturisme kan ha på et reisemål, dets næringsliv og kulturliv. Vi forutsetter kontakt med Norsk kulturråd om utviklingen av kunnskapsgrunnlaget.

Ifølge oppdragsbrevene til Innovasjon Norge har Kulturdepartementet ønsket at man skal bruke sine vanlige virkemiddelordninger så langt mulig, dvs. at støtten til kulturell og kreativ næring skal forvaltes i tråd med føringer og regelverk for eksisterende ordninger. Videre står det i oppdragsbrevet at

all tildelt støtte skal være innenfor bestemmelser for de såkalte gruppeunntakene i statsstøtteregele. [...] Støtte vil i hovedsak bli gitt etter regler for støtte til utvikling, innovasjon, innovasjonsklynger, SMB-støtte og bagatellstøtte.

## 5.1.2 Innovasjon Norges ordninger innenfor KKN-satsingen

Tilskuddet til Innovasjon Norge innenfor KKN-satsingen fordeles på fem tiltak og administrasjon og gjennomføring av satsingen (herunder markedsføring), se tabell 5.1.

### Innsatslogikken

Som nevnt ovenfor er de overordnede målene for Innovasjon Norges innsats i KKN-satsingen å bidra til å oppfylle Innovasjon Norges mål om flere gode gründere og flere vekstkraftige bedrifter og innovative næringsmiljøer i tråd med selskapets målstruktur. Det er videre spesifisert at satsingen i Innovasjon Norge skal bidra til økte investeringer, økt kunnskap om kultur som næring, flere vekstkraftige bedrifter, samt et økt samspill mellom kultur og reiselivsaktører. Man ønsker å øke norske bedrifters og investorers investering i kulturelle og kreative produkter og tjenester, rettigheter og talenter, samt utvikle vekstkraftige virksomheter som omsetter kulturelt og kreativt innhold nasjonalt og internasjonalt. I 2018 ble det også lagt til et engangstiltak,

**TABELL 5.1. TILTAK INNENFOR INNOVASJON NORGES OPPDRAG, RAMMER OG OPPDRAGSBESKRIVELSE FRA OPPDRAGSBREVE.**

| TILTAK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 2017          | 2018                                                           | 2019                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Låneordninger                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 10 mill. kr   | 10 mill. kr                                                    | 10 mill. kr                                                    |
| <i>Ordningene skal bidra til å få frem flere gode gründere og vekstkraftige bedrifter innen kulturell og kreativ næring, og til å utløse privat kapital til investeringer gjennom å avlaste risiko i slike virksomheter. Midlene skal gå til oppstartslån (innovasjonslån) og garantier.</i>                                                                                                                                                                                                                                         |               |                                                                |                                                                |
| Eksportprogram                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 10 mill. kr   | 5 mill. kr                                                     | 8 mill. kr                                                     |
| <i>Formålet med eksportprogrammet er å støtte norske bedrifter innen kulturell og kreativ næring som har internasjonale ambisjoner og vekstpotensial, med kunnskap og kapital i et tidsbegrenset program.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |               |                                                                |                                                                |
| Bedriftsnettverk og klynger                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 4 mill. kr*   | 10 mill. kr, hvorav 2 mill. kr er øremerket kultur og reiseliv | 10 mill. kr, hvorav 2 mill. kr er øremerket kultur og reiseliv |
| <p>2017: Formålet med bedriftsnettverk er å bidra til profesjonelle strategiske samarbeid som styrker konkurransekräften og gir grunnlag for videre vekst. Midlene skal gå til å understøtte bedrifter innen kulturell og kreativ næring som ønsker å etablere profesjonelle nettverk. (*2017: kun bedriftsnettverk, ikke klynger.)</p> <p>2018: Klynger ble inkludert etter mønster fra klyngeprogrammet Norwegian Innovation Clusters. Videre ble det lagt til at midlene kan gå til gjennomføring av for- og hovedprosjekter.</p> |               |                                                                |                                                                |
| Investorprogram                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 0,6 mill. kr  | 0,6 mill. kr                                                   | 0,6 mill. kr                                                   |
| <i>Forumet skal bidra til økt kunnskap og kompetanse om kulturell og kreativ næring for bedrifter og investorer, og formålet er å øke privat investering i næringen. Departementet viser til retningslinjer og vilkår for Angel Challenge utarbeidet av Innovasjon Norge.</i>                                                                                                                                                                                                                                                        |               |                                                                |                                                                |
| Kompetanseprogram                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2 mill. kr    | -                                                              |                                                                |
| <p>Formålet med kompetanseprogrammet er å gi bedrifter innen kulturell og kreativ næring som ønsker å videreutvikle sine virksomheter, økt kunnskap om økonomi og markedsutvikling samt tilgang til verktøy som understøtter dette. Midlene skal gå til gjennomføring av kompetanseprogrammet Bygg bedrift, et program for kulturbedrifter levert av Lean Business.</p> <p>I 2018 ble midlene overført til Norsk kulturråd.</p>                                                                                                      |               |                                                                |                                                                |
| Internasjonal profilering                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | -             | 3 mill. kr                                                     |                                                                |
| <p>Tiltaket skal bidra til å løfte frem kunst og kultur i det internasjonale profileringsarbeidet av Norge som reisemål. Midlene skal benyttes til en åpen konkurranse hvor aktører innen kulturell og kreativ næring kan delta. Utlysningen skal følge samme modell som for eksportprogrammene spill ut i verden og arkitektur ut i verden, med bruk av ekspertpanel for utvalgelse.</p> <p>Engangstiltak i 2018</p>                                                                                                                |               |                                                                |                                                                |
| Administrasjons- og gjennomføringskostnader                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 3,3 mill. kr  | 3,4 mill. kr                                                   | 3,4 mill. kr                                                   |
| Totalt bevilget i oppdragsbrev                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 29,9 mill. kr | 32 mill. kr                                                    | 32 mill. kr                                                    |

| Tilskudd                                                                                                                                                        | Tiltak                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Forventet resultat                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Overordnet formål                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Årlig tilskudd på ca. 32 mill. kr for utvikling av KKN, inkl. utvikling av samspill mellom kultur og reiseliv</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Låneordninger</li> <li>Bedriftsnettverk og klyngeprogram (herunder kultur og reiseliv)</li> <li>Eksportprogram (fokus på en næring)</li> <li>Investorprogram</li> <li>Internasjonal profilering av Norge som kunst- og kulturdestinasjon</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Fler vekstkraftige bedrifter</li> <li>Avlastet risiko / økte investeringer</li> <li>Styrket innovasjonsevne, økt internasjonal konkurranse-kraft, grunnlag for videre vekst</li> <li>Økt kunnskap og kompetanse om kulturell og kreativ næring for bedrifter og investorer</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bidra til INs mål om flere gode gründere, og flere vekstkraftige bedrifter og innovative næringsmiljøer</li> <li>Økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester.</li> <li>Økt kunnskap om kultur som næring</li> <li>Flere vekstkraftige bedrifter innen KKN</li> <li>Økt samspill mellom kultur og reiselivsaktører</li> </ul> |

Figur 5.1. Innsatslogikk for Innovasjon Norges arbeid med kulturell og kreativ næring.

Powered by Culture, som skulle bidra til å løfte frem kunst og kultur i det internasjonale profileringsarbeidet av Norge som reisemål. Disse midlene ble benyttet til en åpen konkurranse hvor aktører innen kulturell og kreativ næring kunne delta.

### 5.1.3 Gjennomføring av KKN-satsingen i 2017 og 2018

I 2017 og 2018 har Innovasjon Norge etablert og forvaltet de ordninger som ble beskrevet i oppdragsbrevene for hvert år fra Kulturdepartementet. Det er også opprettet en egen landingsside for kreativ næring på Innovasjon Norges nettsider, hvor det informeres om de ulike tilskuddsordningene mv.<sup>35</sup>

Oppdraget skisserer ulike tiltak årlig, med 4 tiltak som er flerårige: låneordninger, eksportprogram, bedriftsnettverks- og klyngeprogram, og investorprogram. Tiltakene blir beskrevet nedenfor.

#### Låneordninger

Av den totale innsatsen på 29,9 millioner kroner i 2017 ble 10 millioner kroner brukt til å styrke Innovasjon Norges låneordninger.<sup>36</sup> Midlene skal håndteres i tråd med eksisterende låneordninger

i Innovasjon Norge, men er øremerket bedrifter innen kulturell og kreativ næring. For å informere om lånemulighetene ble det avholdt kundemøter, ulike former for arrangementer og målrettet informasjon på nettsiden særskilt for kulturell og kreativ næring. Ifølge oppdragsgiverrapporten for 2017 er det utfordrende for flere å oppfylle lånekriteriene. Utfordringene er i hovedsak knyttet til at lånene kun gis til bedrifter med tilfredsstillende økonomi og betryggende sikkerhet. Bedriftene må i tillegg til god økonomi ha et betydelig vekstpotensial, innovative produkter eller tjenester, samt dokumentere et betalingsvillig marked. Videre er det et krav om privat kapital (som er 40 prosent for oppstartslån og 50 prosent for innovasjonslån).

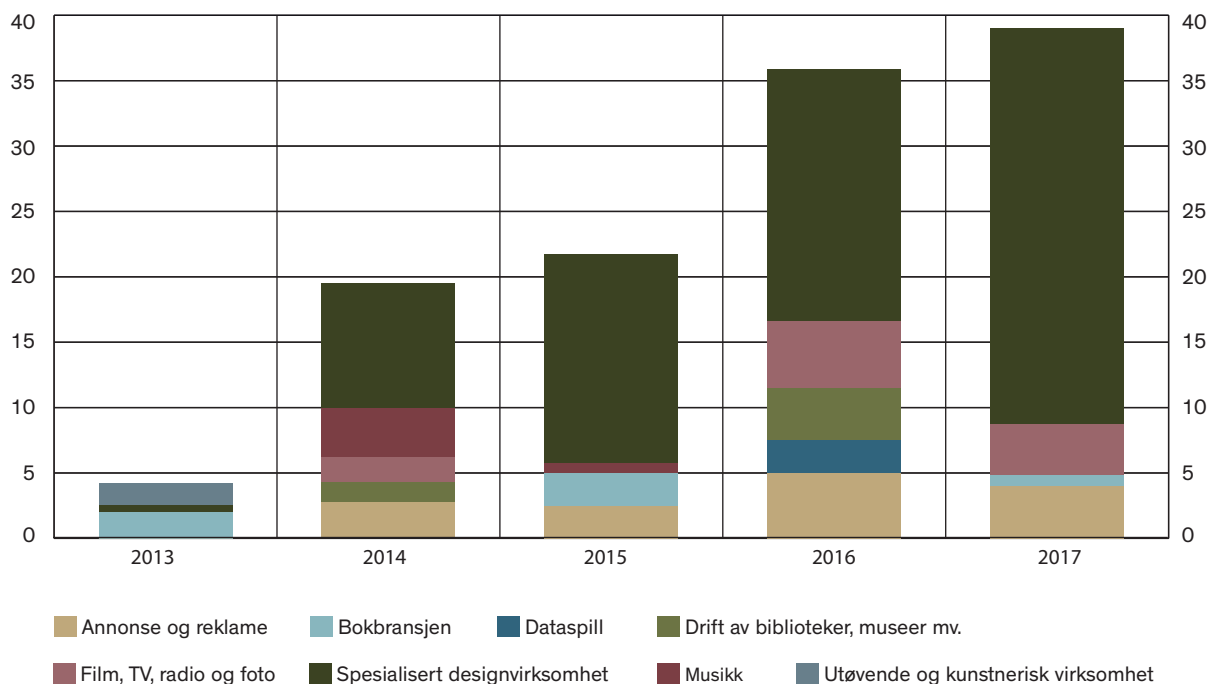
Innovasjon Norge fører statistikk over tildeling av lån etter næringskode. Det gis svært få lån til mottakere innenfor de NACE-koder som utgjør kulturell og kreativ næring, men det har likevel vært en økning fra 2015. I 2017 ble det, ifølge Innovasjon Norges rapportering til oppdragsgiverne, bevilget 17 lån til bedrifter innen kreative næringer, fordelt på 15 oppstartslån og 2 innovasjonslån (10 til designbransjen, 3 til bokbransjen, og 1 hver til hhv. media, spill, film og musikk), mot 4 lån i 2015.

Vi har tatt ut samlet lånebeløp til kulturell og kreativ næring (slik de er definert av Innovasjon Norge)<sup>37</sup> fra Samspillsdatabasen for perioden 2103–2017 (se figur 5.2). Det var en stor økning

35 <https://www.innovasjon norge.no/no/verktøy/mulighets-områder/tema-kreativ-naring-og-reiseliv/>

36 Innovasjon Norge har i 2017 og 2018 eksponert Nærings- og fiskeridepartementets tapsfond med 44 lån til bedrifter i kulturell og kreativ næring. Tapsfondsavsetningen knyttet til disse innvilgningene er om lag 25 mill. kroner, når man legger til grunn at risikoen i disse sakene er tilnærmet den samme som i Innovasjon Norges utlånsportefølje for øvrig, og som ved årsskiftet 2018/19 var 33 prosent.

37 Hvis vi istedenfor ser på de bransjer som inngår i den definisjonen som vi bruker i følgeevalueringen, så vil det ikke være noen store endringer verken i bransjesammensetningen eller omfanget, men de totale lånene ligger jevnt over ca. 1 million kroner lavere enn ved bruk av Innovasjon Norges inndeling.



Figur 5.2. Lån til kulturell og kreativ næring fra Innovasjon Norge. Millioner kroner, løpende priser, 2013–2017. Kilde: Samspillsdatabasen.

i samlet lånebeløp fra 2013 til 2014, og en tilsvarende økning fra 2015 til 2016. Det er designvirksomheter som står for den absolutt største andelen av lånene i alle år unntatt 2013, mens det for øvrige bransjer er store variasjoner fra år til år. De store variasjonene mellom bransjene er knyttet til at det er få bedrifter som innvilges lån pr. år, og at det dermed kan være litt tilfeldig hvilken bransje disse tilhører.

### Eksportprogrammene

Eksportprogrammene «Ut i verden» er utviklet i samarbeid med Kulturdepartementet. Bransjene som velges, er gitt i oppdraget fra Kulturdepartementet. Begrunnelsen for hvert enkelt program er å svare på bransjens utfordringer med et skreddersydd eksportrettet program, og å bidra til at bransjen får økt omsetning og konkurransekraft i utlandet. Innovasjon Norge har søkt om gruppeunntak i ESA for eksportprogrammene i samarbeid med Kulturdepartementet og Nærings- og fiskeridepartementet.

Hvert program lyses ut offentlig. Aktuelle bedrifter blir – etter en søknadsprosess – invitert til å presentere sin eksportstrategi for et panel med nasjonale og internasjonale fagekspert, hvor de beste vinner frem. Programmodellen bygger på langsiktige tiltak på tre nivå: bedrift, gruppe og bransje, og gjennomføres i samarbeid med respektive bransjeorganisasjon i nettverket Norwegian Arts Abroad.

Ut i verden-programmene skiller seg fra andre virkemidler i Innovasjon Norge ved at de er flerårige og bidrar med både tilskudd og kompetanse til bedriftene som vinner frem, samt kompetansetilbud til bransjen. Programmet tar utgangspunkt i bedriftenes behov og består av fagsamlinger og markedsbesøk. Enkelte komponenter i programmet henter inspirasjon fra eksisterende kompetanseprogram i Innovasjon Norge.

Eksportprogrammene innenfor KKN-satsingen startet med eksportprogrammet Spill ut i verden (SUV). Det programmet ble gjennomført i 2016, dvs. at det var en del av den forrige satsingen på kulturell og kreativ næring (verdiskapingsprogrammet for kulturnæringer, se kapittel 3.2.1) og dermed ikke en del av KKN-satsingen, se omtale i boks 5.1.

Det ble i 2017 bevilget 10 millioner kroner til eksportprogrammet Arkitektur ut i verden, et program som hadde oppstart i 2017 og som løper ut året 2019. Det var 13 bedrifter som søkte om deltakelse, og av disse ble 7 plukket ut.<sup>38</sup> Samlet ble det satt av 7,5 millioner kroner til tilskudd til bedriftene. Videre ble det satt

38 De deltakende bedriftene ble valgt ut av en ekspertgruppe, bestående av en representant fra hhv. Innovasjon Norge og DOGA, og en internasjonal og en nasjonal fagekspert.

### Boks 5.1. Spill ut i verden.

Spill ut i verden ble gjennomført av Innovasjon Norge i samarbeid med Norsk film-institutt (NFI). Spill ut i verden hadde en ramme på 10 mill. kroner, hvor KULTUR-DEPARTEMENTET bevilget 2,5 mill. kroner til NFI og 2,5 mill. kroner til Innovasjon Norge. De resterende 5 mill. kroner var restmidler fra den tidligere kulturnærings-satsingen i Innovasjon Norge. Programmet rettet seg mot norske spillutviklere.

Det var 29 spillbedrifter som søkte om å få delta i programmet, som ble lyst ut som en åpen konkurranse med søknadsfrist 1. april 2016. De åtte bedriftene som vant frem, var: Dirtybit, D-Pad Studio, Krillbite, Megapop, Red Thread Games, Rock Pocket Games, Snow Castle Games og Turbo Tape Games.

Det ble i Spill ut i verden gjennomført totalt syv samlinger, i tillegg til deltakelse på Game Developers Conference i San Francisco med eget bransjeseminar i samarbeid med Innovasjon Norges utekontor.

Spill ut i verden ble avsluttet med en konferanse på Filmens hus 26. april 2018, hvor både kulturminister og næringsminister holdt innlegg for rundt 160 deltakere fra spillbransje og virkemiddelapparat.

Effektmålingen av Spill ut i verden-programmet viste at bedriftenes samlede omsetning økte med totalt 18 mill. kroner fra 2015 til 2018. Programmet hadde også en stor effekt på sysselsettingen, som steg med 40 prosent i perioden. Disse resultatene er ikke ene og alene resultater fra eksportprogrammet, men programmet viser seg å ha hatt en meget positiv innvirkning på verdiskapingen.

*Kilde: Innovasjon Norge*

av 2,5 millioner kroner til gjennomføring av et kompetanseprogram for disse bedriftene, og til enkelte bransjetiltak. Det har blitt gjennomført totalt syv samlinger for gruppen, to i 2017, fire i 2018 og én i 2019. I tillegg har det blitt gjennomført to faglige frokostseminar for bransjen. Avslutningskonferansen ble avholdt i mai 2019.

Programmet gjennomføres i samarbeid med DOGA, hvor DOGA har bistått med arkitekturfaglig kompetanse.

Eksportprogrammet i oppdraget for 2018 var rettet mot litteraturbransjen, og gjennomføres i samarbeid med NORLA. Her ble det satt av 5 millioner kroner til norske litterære agenter, som alle arbeider med en strategisk målsetting om internasjonalt salg av norsk litteratur, og som jobber med å representere forfattere og litterære rettigheter internasjonalt. I alt 7 agenter fikk tildelt støtte gjennom programmet. Det er satt av 3,9 mill. kroner i tilskudd til de utvalgte bedriftene og 1,1 mill. kroner til gjennomføring av kompetanseprogrammet. Tilskuddet til bedriftene kan benyttes til innkjøp av nødvendig eksportkompetanse, herunder økonomisk og juridisk rådgivning; PR & markedsførings-ekspertise; varemerkebeskyttelse/IPR; reise som følge av eksportarbeidet; produktjemmesider og mentor. Det ble i 2018 gjennomført fire av totalt åtte samlinger. Det er planlagt et frokostseminar som bransjetiltak i 2019, samt en avslutningskonferanse.

I 2019 er det musikk som er lansert som bransje for eksportprogrammet. Her skal Innovasjon Norge samarbeide med Music Norway. Målsettinger er å øke eksporten av norsk musikk og bidra til å styrke infrastrukturen rundt et profesjonelt bransjeledd. Fokus vil være på uavhengige musikkprodusenter og studioer. Programmet skal styrke aktørenes internasjonale konkurransekraft, bidra til økt tilfang av oppdrag og talenter og til at flere aktører bruker Norge som utgangspunkt for sine produksjoner.

Ifølge Innovasjon Norge viser erfaringen med utvikling og gjennomføring av programmene så langt at det å følge bedriftene over tid er avgjørende for deres utvikling. Bedriftene har meldt tilbake at kombinasjonen av kompetanse og tilskudd gir rom til å fokusere på kompetanseoverføring innad i egen bedrift, og på denne måten bidrar til en bevisstgjøring og endret strategi på sikt. I tillegg er tilbakemeldingen at programmets form fører til økt samarbeid og kompetansedeling mellom bedriftene.

### Bedriftsnettverk og klynger

Bedriftsnettverk er et godt etablert virkemiddel i Innovasjon Norge. For å bidra til at flere bedrifter innen kulturell og kreativ næring benytter seg av – og kvalifiserer for – midler til bedriftsnettverk, ble det i 2017 åpnet for at bedrifter innen næringen kunne søke om midler til forprosjekt, og det ble satt av 4 millioner kroner til dette. I 2018 ble

dette tiltaket også utvidet til å gjelde klynger, i tillegg til bedriftsnettverk, og ordningen ble utvidet til 10 millioner kroner.

Det ble etablert en egen søknads- og opp-taksprosess for forprosjektene. For hovedprosjekt følger bedrifter innen kulturell og kreativ næring ordinære prosesser i Innovasjon Norge.

I 2017 var det i alt 12 bedriftsnettverk (både forprosjekt og hovedprosjekt) som fikk støtte på totalt 3,65 millioner kroner (0,1–0,5 millioner kroner pr. bedrift) innenfor rammen fra Kulturdepartementet. Selv om erfaringene fra 2017 var positive, sies det i oppdragsgiverrapporten for 2017 at det gjenstår en del arbeid, og da spesielt «kunnskap om etablering av profesjonelle næringsnettverk som på sikt blir stabile».

I 2018 ble 2 millioner kroner øremerket til nettverk og klynger i skjæringspunktet mellom kultur og reiseliv.

### Investorforum

I 2017 ble 0,6 millioner kroner avsatt til investorforum. Midlene ble brukt til å gjennomføre programmet Angel Challenge, spesielt rettet mot bedrifter innen kulturell og kreativ næring. Programmet ble gjennomført som et samarbeid mellom Innovasjon Norge og Startup Norway. Hensikten med Angel Challenge er å lære opp potensielle investorer og nye bedrifter i hvordan de skal henholdsvis investere i nystartede bedrifter og bedriftenes kompetanse på å innhente kapital.

Det ble i 2018, i samarbeid med Angel Challenge, utviklet et nytt kompetanseprogram for gründere i tidlig fase, Growth Challenge. Programmet er spesielt rettet mot å øke gründeres kompetanse på å innhente kapital. Det ble derfor besluttet – etter avtale med Kulturdepartementet – å utsette gjennomføringen av et nytt investorprogram for kulturell og kreativ næring til våren 2019, i påvente av det nye programmet. Dette var ifølge Innovasjon Norge også en fordel med tanke på rekruttering av selskap, da det tar tid å bygge opp en base med et tilstrekkelig antall kvalifiserte bedrifter til denne type program.

Growth Challenge Creative arrangeres våren 2019 og dekkes av overførte midler fra 2018 samt rammen for 2019.

### Kompetanseprogram – Bygg Bedrift

I 2017 ble det satt av 2 millioner kroner til kompetanseprogrammet Bygg Bedrift for bedrifter innenfor kulturell og kreativ næring. Det ble gjennomført 10 programmer i 2017, samt satt

av midler til to programmer i starten av 2018. I hvert program deltar maks 15 bedrifter, og i 2017 deltok 82 bedrifter. Programmet består av to samlinger fra lunsj til lunsj, hvor deltakende bedrifter får tilgang til forretningsutviklingskompetanse (mentorer), opplæring og et web-basert verktøy for økonomisk planlegging.

Kompetanseprogrammet var en videreføring fra satsingen på kulturnæringen i 2013–2016, hvor til sammen 275 bedrifter deltok. I 2018 ble dette programmet overført til Kulturrådet.

### Powered by Culture

Powered by Culture var et tiltak innenfor den internasjonale profileringen av Norge som kunst- og kulturdestinasjon. Foreløpig er dette et engangstiltak som ble gjennomført i 2018, dvs. at det ikke er planer om å videreføre dette. Tiltaket ble gjennomført etter samme modell som eksportprogrammet, med en åpen konkurranse og et fagpanel som valgte ut deltakerne. Det var tre aktører som fikk tilskudd, av i alt 44 søknader.<sup>39</sup> Midlene kunne brukes til utvikling av materiell som bilder, film, tekst, musikk eller lignende, som skal brukes i profileringen av Norge som reisemål. Aktørene har selv hatt ansvaret for gjennomføringen, men har i løpet av perioden fått tett oppfølging og veiledning fra Innovasjon Norge.

Powered by Culture hadde en ramme på 3 mill. kroner som ble gitt i tilskudd til de tre vinnerne, basert på omsøkt beløp.

### Andre aktiviteter

Øvrige aktiviteter i 2017 var:

- Åpen Dag hos Innovasjon Norge i august hvor Angel Challenge Creative ble lansert. I alt 113 deltakere. Kjennskap til virkemidler for vekst. Flere bedrifter tok kontakt i etterkant av møtet, og ble koplet mot ulike tjenester innen finansiering, rådgiving, kompetanse og nettverk.
- Deltakelse i EUs OMC-gruppe for kulturell og kreativ sektor, «Open Method of Coordination», en metode for samarbeid mellom europeiske land for å utvikle politikk og tiltak for å fremme markedsadgang for og investeringer i sektoren.

39 Aniara med prosjektet Kaffekoppen, DNX med prosjektet Rendezvous Norway, og Anorak med prosjektet Øya + Munch.

**TABELL 5.2. TILSKUDD INNENFOR INNOVASJON NORGES DEL AV KKN-SATSINGEN, ANTALL MOTTAKERE AV TILSKUDD OG BEVILGET SAMLET BELØP PR. ORDNING, 2017–2018.**

| VIRKEMIDDEL                         |                     | 2017           | 2018            |
|-------------------------------------|---------------------|----------------|-----------------|
| UT I VERDEN, TILSKUDD TIL BEDRIFTER | Antall              | 7              | 7               |
|                                     | Beløp               | 5 450 000      | 3 900 000       |
| UT I VERDEN, KOMPETANSEPROGRAM      |                     | 2 500 000      | 1 100 000       |
| BEDRIFTSNETTVERK, FORPROSJEKT       | Antall              | 10             | 10 <sup>1</sup> |
|                                     | Beløp               | 2 650 000      | 2 797 000       |
| BEDRIFTSNETTVERK, HOVEDPROSJEKT     | Antall              | 2 <sup>2</sup> | 0 <sup>2</sup>  |
|                                     | Beløp               | 1 000 000      | 0               |
| KLYNGER, FORPROSJEKT                | Antall              |                | 1               |
|                                     | Beløp               |                | 300 000         |
| POWERED BY CULTURE                  | Antall              |                | 3               |
|                                     | Beløp               |                | 3 000 000       |
| INVESTORPROGRAM                     | Beløp               | 600 000        |                 |
|                                     | Antall              | 82             |                 |
| BYGG BEDRIFT                        | Beløp               | 2 000 000      |                 |
|                                     | Antall <sup>3</sup> | 22             | 25              |
| TOTALT                              | Antall <sup>3</sup> | 22             | 25              |
|                                     | Beløp               | 14 200 000     | 11 097 000      |

<sup>1</sup> Inkluderer 4 prosjekt som også fikk støtte i 2017 (forlenget forprosjekt).

<sup>2</sup> I tillegg ble det gitt tilskudd til hhv. 3 og 5 bedriftsnettverk hovedprosjekt i kulturell og kreativ næring fra Innovasjon Norges generelle rammer.

<sup>3</sup> Inkluderer ikke bedrifter som har deltatt i Bygg Bedrift eller Investorprogrammet.

Kilde: Innovasjon Norge

#### 5.1.4 Tilskuddsmottakere gjennom Innovasjon Norges KKN-satsing

Av de 17,5 millioner kroner<sup>40</sup> som totalt ble bevilget til kulturell og kreativ næring i 2017 innenfor KKN-satsingen, gikk 7,2 millioner kroner til etablerte bedrifter (eldre enn 3 år) og 10,3 millioner kroner til gründere (yngre enn 3 år). 8,5 millioner kroner gikk til internasjonale satsinger, 3,6 millioner kroner til innovasjon på nasjonalt nivå, og 3,6 millioner kroner til annet (samarbeidsprosjekter og kompetanse). Totalt ga Innovasjon Norge tilsagn om støtte til kulturell og kreativ næring på drøyt 78,5 millioner kr, dvs. at KKN-satsingen kun utgjør en mindre andel (22 prosent)<sup>41</sup> av den totale støtten til disse næringene.

Tabell 5.2 viser hvordan støtten fordelte seg mellom de forskjellige programmene i 2017 og 2018. Bevilgede tilskudd er lavere enn bevilget ramme fra Kulturdepartementet (også om man ser bort fra avsetning til låneordninger og administrasjon), men ettersom oppdraget fra Kultur-

departementet er et utviklingsarbeid, er midlene overførbare. Dette er også viktig med tanke på at dette skal være en langsiktig satsing. Eksempelvis er det å etablere profesjonelle nettverk og klynger et langsiktig arbeid. Derfor er det som forventet at det er restmidler knyttet til disse tiltakene.

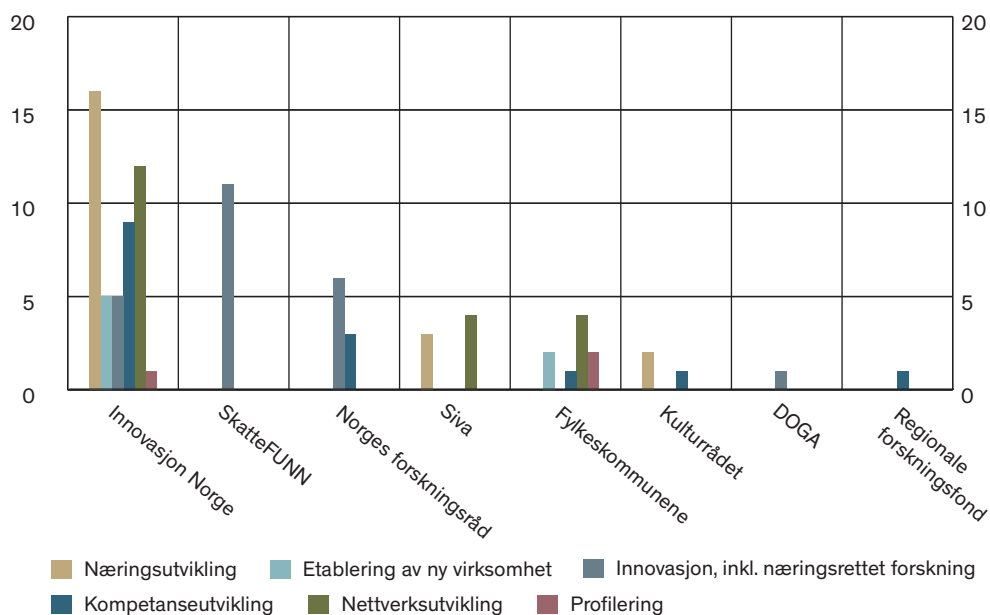
I 2017 var det syv arkitektkontor som ble tatt opp som deltakere i Arkitektur ut i verden, av disse er fem lokalisert i Oslo, ett i Rogaland og ett i Finnmark. Det er stor variasjon både i omsetning og alder for deltakende bedrifter, med en omsetning fra 3,2 til 105 millioner kroner i 2017, og hvor det eldste kontoret ble etablert i 1990 og det nyeste i 2015.

I 2018 var det syv litterære agenter som ble tatt opp som deltakere i Litteratur ut i verden. Av disse er fire lokalisert i Oslo, én i hhv. Akershus, Østfold og Telemark. To av disse er agenturvirksomhet innenfor store forlag (Cappelen Damm og Aschehoug), mens de øvrige er relativt nystartede virksomheter (den eldste ble etablert i 2007) og er enten enkeltmannsforetak eller AS med 1–2 ansatte.

I 2017 fikk 12 virksomheter innvilget tilskudd gjennom Bedriftsnettverk over rammen fra Kulturdepartementet. Ti av disse var forprosjekt og to hovedprosjekt. Her finner man tre nettverksorganisasjoner (næringshager, coworking-steder).

<sup>40</sup> Dvs. bevilgningen minus det som ble avsatt til låneordning og til administrasjon.

<sup>41</sup> 38 prosent hvis man også inkluderer avsetningen til låneordningen.



Figur 5.3. Antall mottakere av støtte fra andre virkemiddelaktører. Mottakere av støtte fra INs tilskudd til kreativ og kulturell næring, 2013–2017.

Note: Utvalget består av 36 virksomheter som har fått støtte fra ordningen (og som vi finner igjen i databasen). Av disse har 25 fått støtte fra ett eller flere av Innovasjon Norges andre virkemidler. De ulike søylene pr. virkemiddelaktør kan summere seg til mer enn totalen hvis en eller flere virksomheter har fått støtte flere ganger i løpet av perioden til ulike aktiviteter. Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse AS

Andre bransjer som er representert, er mote, design, musikk og kunst.

Innenfor Bedriftsnettverk fikk ti aktører tilskudd i 2018, alle som forprosjekt (av disse var det fire prosjekter som fikk forlenget støtte fra 2017). De fem hovedprosjektene i kulturell og kreativ næring som fikk tilskudd i 2018, fikk dette over Innovasjon Norges generelle ramme for denne type tiltak.

Tre aktører mottok tilskudd til utvikling av konsept for å løfte frem kultur i det internasjonale profileringsarbeidet som en del av Powered by Culture.

#### Når støtten nye brukere eller gamle travere?

Informasjonen om støttemottakerne innenfor Ut i verden og Bedriftsnettverk (totalt 36 virksomheter i 2017 og 2018) er sammenstilt med data i Samspillsdatabasen, hvor all bruk av næringsrettede virkemidler er registrert.

For 2017 viser denne sammenstillingen at Innovasjon Norge gjennom KKN-satsingen nådde fire bedrifter som tidligere ikke har benyttet noen av de virkemidler som er registrert i Samspillsdatabasen: én av disse var innenfor Arkitektur ut i verden, mens de tre øvrige benyttet seg av Bedriftsnettverk-programmet. Man nådde ytterligere to bedrifter som ikke tidligere har benyttet seg av Innovasjon Norges tilbud, men av andre virkemiddelaktører. Blant øvrige

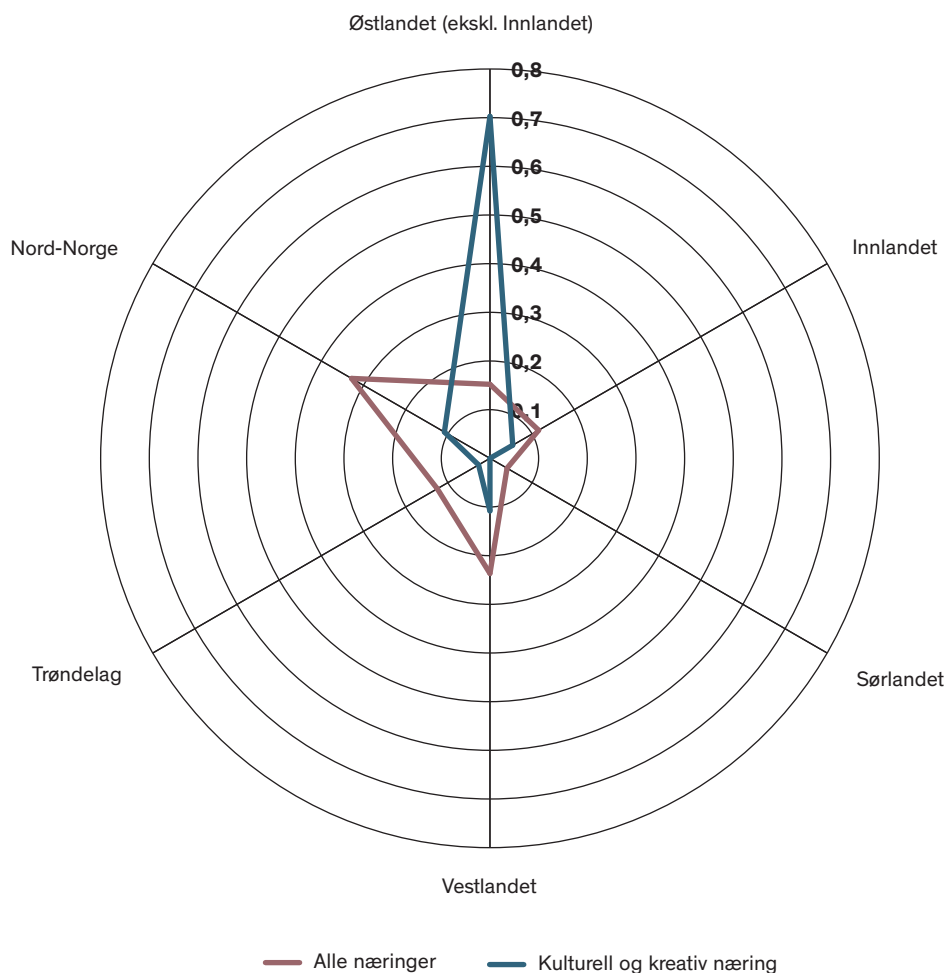
støttemottakere varierer det både i hvilke virkemidler som er brukt, og i hvor stort omfang.

I 2018 var elleve av dem som fikk tilskudd gjennom enten Litteratur ut i verden eller Bedriftsnettverk, nye for Innovasjon Norge, og fem som ikke tidligere var registrert i Samspillsdatabasen (dvs. ikke har fått støtte fra noen av de virkemiddelaktører som inngår i databasen). To av deltakerne i Litteratur ut i verden fikk støtte fra Kulturrådets næringsutviklingsordning i 2017. Det kan dermed se ut som om man i 2018 har klart å nå noen flere «nye» bedrifter.

Figur 5.3 viser hvilke andre virkemidler som mottakerne av tilskudd, enten gjennom Ut i verden eller Bedriftsnettverk, har brukt tidligere, og i hvor stort omfang. Innovasjon Norge var den klart største virkemiddelaktøren for disse virksomhetene også før KKN-satsingen.

Når det gjelder den geografiske fordelingen av tilskuddene fra Innovasjon Norge innenfor KKN-satsingen, er det en stor konsentrasjon til Østlandet (se figur 4.4). Dette skiller seg klart ut fra øvrige tilskudd mv. som Innovasjon Norge forvalter, hvor det er en mye større vekt på regioner som Nord-Norge, Vestlandet og Innlandet. Konsentrasjonen til Østlandet for KKN-satsingen henger nok i stor grad sammen med det lokaliseringsmønsteret for disse næringene som ble beskrevet i kapittel 4.1.

## NULLPUNKTANALYSE



Figur 5.4. Geografisk fordeling av mottakere av tilskudd fra Innovasjon Norge til nærings- og kompetanseutvikling og til kulturell og kreativ næring, 2013–2017.

Note: For mottakere av tilskudd til kulturell og kreativ næring er 2018 også inkludert. Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse AS.

### 5.1.5 Innovasjon Norges vurderinger så langt

Ifølge oppdragsrapporteringen for 2018 er Innovasjon Norges foreløpige erfaringer og vurderinger av oppdraget fra Kulturdepartementet følgende:

- Man ser allerede nå positive resultater, mye grunnet en bredde av tiltak, både innen kapital og kompetanse, og at dette møter behovene til et bredt spekter av aktører, i ulike faser og med ulike behov.
- Innovasjon Norge får mange henvendelser fra gründere innen kulturell og kreativ næring som er interessert i virkemidler i oppstartsfasen. Flere av disse har vekstambisjoner og potensial, men det er likevel utfordrende for dem å kvalifisere til mange av virkemidlene. Lav innovasjonshøyde og beskjedent markedspotensial og/eller lite skalerbar forretningsmodell er noen av de vanligste avslagsbegrunnelsene.
- Intern kompetansedeling på tvers av hovedkontor, distriktskontor og utekontor er viktig for å nå målsettingene med oppdraget. Et ledd i denne prosessen har vært å etablere faste møtepunkter i fagnettverket for kreativ næring. Fagnettverket består av rådgivere ved distriktskontorene, i tillegg til rådgivere ved hovedkontoret.
- Konkrete samarbeid på tvers av divisjonene internt har vært effektivt for å styrke kompetansen innen feltet kulturell og kreativ næring. Et godt eksempel er arbeidet med deloppdraget innen kultur og reiseliv, hvor Gründerdivisjonen, Merkevarerdivisjonen og Bærekraftdivisjonen samarbeider med hub for kreativ næring og reiseliv.
- Samarbeidet med Norsk kulturråd og organisasjonene i Norwegian Arts Abroad er en viktig del av det helhetlige oppdraget, hvor man i 2019 ønsker å etablere faste møte-

punkter med Norsk kulturråd, med mål om å tydeliggjøre grensegangen mellom de to oppdragene.

## 5.2 Norsk kulturråd

Kulturrådet har som formål å stimulere samtidens mangfoldige kunst- og kulturuttrykk og å bidra til at kunst og kultur skapes, bevares, dokumenteres og gjøres tilgjengelig for flest mulig. Kulturrådet gir tilskudd til kunst og kultur over hele landet, driver utviklingsarbeid og er pådriver for nye kunst- og kulturprosjekter samt rådgiver for staten i kulturspørsmål. Organisasjonen er underlagt Kulturdepartementet og forvalter Norsk kulturfond, Statens kunstnerstipend, Fond for lyd og bilde, og andre statlige støtteordninger til kulturformål. Kulturrådet er den viktigste finansieringskilden for det frie kunstfeltet. I 2017 tildelte Kulturrådet knappe 1,3 milliarder kroner i de forskjellige støtteordningene man forvalter, hvorav 17,5 millioner kroner gikk til kreativ næring.

### 5.2.1 Kulturrådets oppdrag i KKN-satsingen

Kulturrådets oppdrag i forbindelse med KKN-satsingen ble i tildelingsbrevet fra Kulturdepartementet for 2017 formulert slik:

Norsk kulturråd får i oppdrag å etablere kontoret Kreativt Norge utenfor Oslo med mål om å styrke enkeltkunstnernes muligheter for økte inntekter og legge til rette for mindre virksomheter som utgjør støtteapparatet rundt utøvende og skapende virksomhet regionalt.

Kreativt Norge skal tilby rådgivning og virkemidler som bidrar til at norsk kunst og kultur oppnår økte inntekter basert på kunstnerisk virksomhet. Tiltak skal knyttes opp mot enkeltkunstners egeninntekter, markedsarbeid tilknyttet kunstproduksjoner og tiltak som skal bidra til å forsterke støtteapparatet rundt kunstnere og de regionale miljøene utenfor det etablerte institusjonsfeltet. Målgruppen for tiltakene er kunstnere og mindre virksomheter som jobber med formidling og salg av kulturelle uttrykk, samt regionale kompetansemiljøer som støtter opp om disse. Formålet er at økt forretningskompetanse, entreprenørskap og nytenkning vil bedre kunstnerøkonomien og at flere kan livnære seg av kunstnerisk virksomhet. For å

sikre en helhetlig og målrettet kunstnerpolitikk, skal virkemidlene ses i sammenheng. Kreativt Norge skal derfor også fungere som sekretariat for Statens kunstnerstipend og Fond for lyd og bilde. Kreativt Norge skal ha et internasjonalt perspektiv på sitt arbeid.

Bevilgningen til Norsk kulturråd er i denne sammenheng økt med 7 mill. kroner, jf. kap. 320, post 01. Det bevilges i tillegg 10,1 mill. kroner til søkbar ordning for regional bransjeutvikling med lik fordeling til Nord-Norge, Midt-Norge, Vestlandet, Sørlandet og Østlandet, samt 7,4 mill. kroner til tiltak som skal bidra til økt distribusjon, formidling, markedsføring, markedsutvikling og forretningsutvikling over kap. 325, post 71.

I 2018 ble oppdraget utvidet:

Satsingen på kulturell og kreativ næring trappes opp i 2018 med et utvidet oppdrag til Norsk kulturråd som også retter seg til kulturinstitusjonene og inkluderer kulturarv. Den økte bevilgningen skal bl.a. nyttes til kunnskapsutvikling, kompetanseprogram og møteplasser.

Bevilgningen til Norsk kulturråd er for dette formål økt med 12 mill. kroner, jf. kap. 320, post 01. Bevilgningen på kap. 325, post 71 videreføres, jf. tildelingsbrevet for 2017.

For 2019 videreføres bevilgningene fra 2017 og 2018, men

som en konsekvens av utvidelsen av satsingen mot institusjonsfeltet overføres 5 mill. kroner fra kap. 320, post 01 til kap. 325, post 71 til etablering av ny tilskuddsordning under Kulturrådets fagadministrasjon.

Den nye tilskuddsordningen skal være rettet mot etablerte kulturinstitusjoner til testing av nye metoder/modeller med vekt på digitale markeder.

Kulturdepartementets tildelingsbrev til Kulturrådet er mindre detaljert enn oppdragsbrevene til Innovasjon Norge. Det betyr at Kulturrådet har større frihet til selv å disponere hvordan den del av midlene brukes. Dette gjelder for eksempel den økte bevilgningen av såkalte 01-midler i 2018, dvs. 12 millioner kroner. Det er dermed ikke sikkert at hele beløpet brukes på tiltak eller ordninger innenfor KKN-satsingen, og det kan i tillegg disponeres over flere år.

## 5.2.2 Kulturrådets ordninger i KKN-satsingen

Innenfor KKN-satsingen forvaltet Kulturrådet i 2017 17,5 millioner kroner for tilskudd med mål om å bidra til vekst, verdiskaping og arbeidsplasser via økt investering i og omsetning av kunst- og kulturprodukter, pluss at man fikk midler til å etablere kontoret i Trondheim. For 2018 og 2019 var tilsvarende sum 29,5 millioner kroner, og med et utvidet mål også om økt kompetanse og med utvidet målgruppe. Støtten fordeles på 6 tiltak (se tabell 5.3). Grunnet at noen av tildelingene kun er rammer som strekker seg over flere år, har vi ikke valgt å summere bevilgningene pr. år.

### Innsatslogikk

Kulturrådets tiltak og ordninger innenfor KKN-satsingen skal bidra til at kunstnere og mindre virksomheter får økte inntekter basert på kunstnerisk virksomhet. Hovedgrep er å styrke bransjeorganisasjoner og profesjonalisere støtteapparatet. Kulturrådet har også ordninger som støtter etablerte kulturinstitusjoner.

Det overordnede målet er å bidra til at flere skal kunne leve av sin kunstneriske virksomhet, hvilket skal realiseres gjennom økt forretnings-

kompetanse samt økt entreprenørskap. Her nevnes også resultat som økt kompetanse, bedre tjenester fra støttefunksjoner og næringslivsutvikling gjennom bedre distribusjon, markedsføring mv.

Dette skal nås gjennom hovedsakelig tre innsatsområder: to tilskuddsordninger til henholdsvis distribusjon, formidling, markedsføring og bedriftsutvikling rettet mot kunstnere og mindre bedrifter, og til utvikling av regionale kompetansesemiljøer som kan støtte disse; to kompetanseprogram som retter seg mot kunstnere og mindre kulturbedrifter, og etablerte kulturinstitusjoner; samt kuraterte møteplasser (i første omgang for det visuelle kunstfeltet).

## 5.2.3 Gjennomføring av KKN-satsingen i 2017 og 2018

I oppdraget fra Kulturdepartementet fikk Kulturrådet blant annet ansvar for å etablere et kontor utenfor Oslo i 2017, og opprette den nye seksjonen for kunstnerøkonomi (tidl. Kreativt Norge, se tildelingsbrevet fra Kulturdepartementet for 2017). Seksjonen tilbyr rådgivning og virkemidler som bidrar til at norsk kunst og kultur oppnår økte inntekter basert på kunstnerisk virksomhet. Dette kontoret ble etablert i Trondheim høsten 2017.

**TABELL 5.3. TILTAK INNENFOR KULTURRÅDETS OPPDRAG, RAMMER I TILDELINGSBREV OG BESKRIVELSE.**

| TILTAK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2017                        | 2018           | 2019           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------|----------------|
| Næringsutvikling                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 7,4 mill. kr                | 8,25 mill. kr  | 8,785 mill. kr |
| Tilskudd som har som formål å styrke det profesjonelle apparatet rundt utøvende aktører i det frie feltet, og bidra til at kunstproduksjoner får et større marked eller bredere publikum. Støtte gis til tiltak som bidrar til økt publikumsoppslutning om kunstproduksjoner, gjennom for eksempel økt distribusjon, markedsføring eller formidling (støttefunksjoner). Ordningen gir tilskudd på inntil 400 000 kroner, og kan som hovedregel kun gis én gang. Målgruppen er kunstnere i samarbeid med mindre virksomheter i mellomledet mellom kunstner og marked, for eksempel agenter, managere, gallerister, produsenter, arrangører og liknende.        |                             |                |                |
| Regional bransjeutvikling                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 10,1 mill. kr               | 10,15 mill. kr | 11 mill. kr    |
| Formålet er å utvikle bransjestrukturer og profesjonalisere verdikjeden i region og bransje. Støtte gis til bransjebyggende tiltak, kompetanseheving, videreføring av kompetanse fra en region til en annen, m.m. Tilskuddene skal fordeles likt i fem regioner (Nord-, Midt-, Vest-, Sør- og Øst-Norge). Målgruppen er etablerte regionale kompetansesentre og andre bransjebyggende aktører med større nedslagsfelt i én eller flere regioner.                                                                                                                                                                                                              |                             |                |                |
| Kompetanseprogrammet Ovasjon                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | (4,8 mill. kr) <sup>1</sup> |                |                |
| Dette er et utviklingsprogram for kunstnere og mindre virksomheter innen kulturell og kreativ næring, med det formål å videreutvikle bedrifter i mer bærekraftig og profesjonalisert retning gjennom å bygge og utvikle forretnings- og entreprenørskapskompetanse hos deltakerne. Målgruppen er bedrifter innen produksjon, distribusjon, markedsføring eller formidling av kunstneriske og kulturelle uttrykk innen kulturvern, musikk, design, mote, scenekunst, film, spill, visuell kunst, arkitektur og litteratur. Programmet består av fysiske fagsamlinger, en digital arbeidsplattform, e-læring og veiledning, samt tilbud om mentor i 10 måneder. |                             |                |                |
| Kuraterte møteplasser                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | (0,3 mill. kr) <sup>1</sup> |                |                |
| Dette er en pilot for det visuelle kunstfeltet, som ble etablert våren 2019. Formålet er å legge til rette for dialog, diskusjon, samarbeid og kreativ problemløsning på problemstillinger som aktørene typisk møter i sitt felt. Ordningen vil videreføres til andre felt dersom formatet anses som nyttig for deltagerne. Tiltaket består i organisering av møteplasser i fem byer våren 2019 for til sammen 80 spesielt inviterte deltagere.                                                                                                                                                                                                               |                             |                |                |
| Kompetanseprogram for institusjoner                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | -                           |                |                |
| 5 mill. kr                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                             |                |                |
| Ordningen retter seg mot etablerte kulturinstitusjoner og prosjekter som tester nye metoder med vekt på det på det digitale markedet, for markedsføring, effektivisering av inntektsmodeller og tilrettelegging av informasjon til publikum. Målgruppen er etablerte kulturinstitusjoner.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                             |                |                |
| Etablering av kontor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 7 mill. kr                  |                |                |

<sup>1</sup> Beløp i ramme er kontraktsfestede beløp for de to ordningene Ovasjon og Kuraterte møteplasser. Tildelingsbrevene fra Kulturdepartementet omtaler ikke rammen for disse.

| Tilskudd                                                                                | Tiltak                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Forventet resultat                                                                                                                                                                  | Overordnet formål                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Årlig tilskudd på ca 25–30 mill. kr</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tilskudd til distribusjon, formidling, markedsføring, markedsutvikling og forretningsutvikling for enkelte kunstnere og mindre virksomheter</li> <li>• Tilskudd til regionale kompetansemiljøer som støtter kunstnere og mindre virksomheter</li> <li>• Kompetanseprogram rettet mot hhv. mindre kulturbedrifter og etablerte kulturinstitusjoner</li> <li>• Kuraterte møteplasser</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Økt kompetanse og bedre tjenester.</li> <li>• Næringsutvikling gjennom å styrke distribusjon, formidling, markedsføring og salg</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Økt forretningskompetanse, entreprenørskap og nytenkning skal bedre kunstnerøkonomien og gjøre det mulig for flere å livnære seg av kunstnerisk virksomhet</li> </ul> |

Figur 5.5. Innsatslogikk for Kulturrådets arbeid med kulturell og kreativ næring.

I begynnelsen av 2018 ble sekretariatene for Statens kunstnerstipend (SKS) og Fond for lyd og bilde (FLB) flyttet fra Oslo til dette kontoret i Trondheim. Kontoret huser i dag 10 ansatte.

Seksjon for kunstnerøkonomi er saksbehandler for ordningene Næringsutvikling og Regional bransjeutvikling. Søknadene blir behandlet i ledermøte, etter forslag fra Kulturavdelingen, og vedtatt av Kulturrådets direktør. Vurderingene gjøres med bistand fra de ulike kunstseksjonene i Kulturrådet: scenekunst, musikk, visuell kunst og litteratur. Det kan også innhentes ekspertvurderinger fra aktører som DOGA, NORLA og Norsk filminstitutt.

I tillegg til disse to tilskuddsordningene har Kulturrådet for 2018 fått 12 millioner kroner til ulike kompetanseprogram og tiltak rettet mot mindre kulturbedrifter og etablerte kulturinstitusjoner. Noe av dette tilfalt Seksjonen for kreativ næring, og er blitt brukt til kompetanseprogrammet for bedrifter og kuraterte møteplasser. Resterende beløp blir brukt til et prosjekt som skal følge opp satsingen, i form av et 3-årig utviklingsprosjekt med arbeidstittel Kulturøkonomi. Det overordnede målet med prosjektet er å styrke verdikjedene i hele kulturøkonomien, og bidra til at kunst- og kulturuttrykkene når et større marked og et bredere publikum. Kulturøkonomiprojektet skal se hele økosystemet i norsk kunst og kulturliv i sammenheng, og vil se på hvilken symbiose kunstnerøkonomi, institusjonsøkonomi og kreativ næring utgjør til sammen.

Ifølge Kulturrådets årsrapport for 2017 ble det loggført over 150 en-til-en-rådgivninger i form av møter og pr. telefon og e-post. I tillegg ble det gjennomført en rekke møter med bransjeorganisasjoner, fylkeskommuner, næringsparker, næringsforeninger, forskningsmiljøer og andre

aktører, og seksjonen bidro med innlegg og paneldeltagelse på konferanser.

I 2018 ble det inngått en avtale med Lean Business om gjennomføring av kompetanseprogrammet Ovasjon. Rammen for denne avtalen er på 4,8 millioner kroner for tre år samt en opsjon på 4,8 millioner kroner. Programmet hadde sine to første samlinger i mars 2019 i Oslo, men totalt er det planlagt 11 samlinger rundt i hele Norge i 2019. Hvert kurs består av to fagseminarer, hvor deltakerne lærer å utvikle forretningsidéen og forretningsmodellen og hvordan man kan involvere kundene og publikum i sitt arbeid.

I 2018 ble det også inngått en avtale med EGGS Design om gjennomføring av Kuraterte møteplasser. Rammen for arbeidet som EGGS Design skal gjennomføre i 2019, er på knappe 0,4 millioner kr.

#### 5.2.4 Tilskuddsmottakere gjennom Kulturrådets KKN-satsing

I den første utlysningen, dvs. i 2017, kom det inn 238 søknader, hvor 62 fikk tilsagn: 30 innenfor næringsutviklingsordningen (tilsagnsprosent på 18) og 32 innenfor den regionale bransjeutviklingsordningen (tilsagnsprosent på 40) (se også tabell 5.4). I 2018 kom det inn 233 søknader, med en total søknadssum på 107,4 millioner kroner. Tilsagn ble gitt til 57 søknader: 30 prosjekter innenfor næringsutviklingsordningen (av 169 søknader, 18 prosent) og 27 prosjekter innenfor den regionale bransjeutviklingsordningen (av 64 søknader, 42 prosent).

Fordelingen mellom bransjer innenfor næringsutviklingsordningen og mellom fylker i den regionale ordningen fremkommer av figur 5.6 og 5.7.

TABELL 5.4. SØKNADER OG TILDELNINGER I DE TO TILSKUDDSDORDNINGENE HOS KULTURRÅDET.

| TILSKUDDSDORDNING           | 2017     |         | 2018     |         |
|-----------------------------|----------|---------|----------|---------|
|                             | SØKNADER | TILDELT | SØKNADER | TILDELT |
| KREATIV NÆRINGSUTVIKLING    | 159      | 30      | 169      | 30      |
| REGIONAL BRANSJEUTVIKLING   | 79       | 32      | 64       | 27      |
| SAMLET SØKNADSSUM, MILL. KR | 131,4    | 17,5    | 107,4    | 18,4    |

Kilde: Kulturrådet

I 2017 ser det ut til at tilskuddsordningen Næringsutvikling var relativt konsentrert om «tradisjonelle» kulturelle næringer, mens det var en større spredning på bransjer i 2018, og i tillegg var noen nye bransjer representert.

Både i 2017 og 2018 topper Oslo og Trøndelag bevilgningene til Regional bransjeutvikling, mens det er større variasjoner for øvrige fylker de to årene. I 2017 var alle fylker representert, men i 2018 var det tre fylker som ikke mottok noen bevilgninger (Troms, Møre og Romsdal, Sogn og Fjordane). Dette skyldes delvis manglende søknader, idet det kun kom én søknad fra Møre og Romsdal og ingen fra Sogn og Fjordane. Fra Troms kom det imidlertid seks søknader, som alle ble avslått. Figur 5.8 viser den geografiske fordelingen av begge typer tilskudd fra Kulturrådet. Målgruppen for Regional bransjeutvikling og Næringsutvikling er ulik; den ene måles på virksomhetsnivå og den andre på strukturnivå. Hovedmålgruppen for næringsutviklingsordningen er mindre virksomheter (mellomleddsbedriften) i samarbeid med kunstnere, mens den regionale bransjeutviklingsordningen retter seg mot regionale bransjeaktører. Disse midlene fordeles likt mellom Nord-, Midt-, Vest-, Sør- og Øst-Norge. Målgruppen er regionale kompetansesentre, organisasjoner, nettverk og andre aktører med regionalt nedslagsfelt for bransjebygging innen kulturell og kreativ næring.

Det er fem av mottakerne av Regional bransjeutvikling som har fått støtte både i 2017 og 2018, og én av disse har også fått støtte fra KKN-satsingen i Innovasjon Norge i 2017.

Hvis vi ser på støttemottakernes øvrige bruk av næringsrettede virkemidler, dvs. sammenstiller mottakerne med data i Samspillsdatabasen, finner vi at av de totalt 112 mottakerne er det hele 72 virksomheter som ikke har fått støtte gjennom noen andre næringsrettede ordninger (som er registrert i Samspillsdatabasen). Det betyr at 65 prosent av mottakerne er «nye» for Kulturrådets KKN-satsing, hvilket er et tydelig

tegn på at man her har klart å «nå» nye virksomheter. Elleve virksomheter har benyttet seg av støtteordninger/rådgivning fra en annen aktør tidligere, og ytterligere syv virksomheter har benyttet seg av to støtteordninger. Dette er typisk ulike former for etablererstøtte enten fra Innovasjon Norge eller fylkeskommunen.

Ifølge Kulturrådet viser søknadene til Næringsutvikling at alle kunstuttrykk ser muligheter innen teknologi. Søknadene omfatter for eksempel prosjekter innen digitalisering, nye distribusjons- og formidlingsløsninger, nye lanseingsplattformer, apper og nettbutikker. Kulturrådet ser også at enkelte kunstfelt ønsker å utvikle og utfordre næringskjeden i bransjen:

Ved å bruke teknologi kan kunstneren selv drive næring og komme tettere på sitt publikum, for eksempel ved brukerstyrte nettbutikker, eller med integrerte betalings- og markedsløsninger.<sup>42</sup>

### 5.2.5 Kulturrådets erfaringer så langt

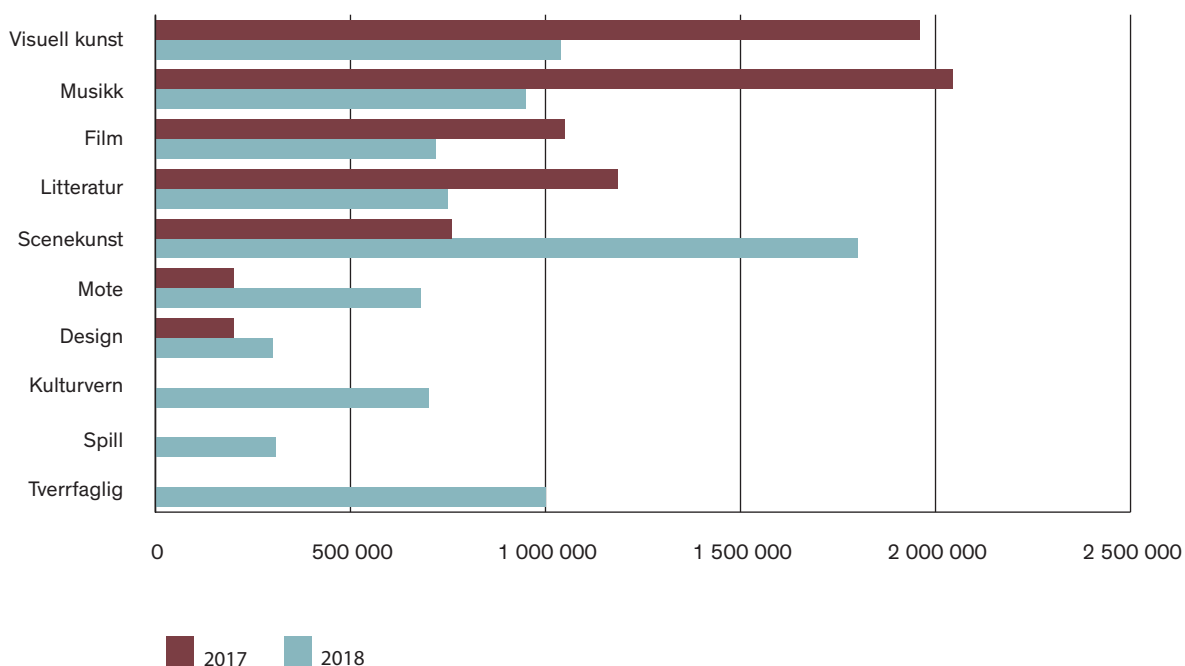
Seksjon for kunstnerøkonomi brukte i oppstarten en del tid på intern koordinering og forankring. Den opprinnelige ideen om et eget nasjonalt kontor ble «lagt på is» etter endring i den politiske ledelse i departementet. Med denne endringen passer arbeidet også bedre inn i den øvrige organisasjonen i Kulturrådet.

Man arbeider mot ti forskjellige felt/bransjer,<sup>43</sup> som man har brukt mye ressurser på å øke kunnskapen om. Man har brukt søknadene om støtte systematisk for å lære om feltet, både

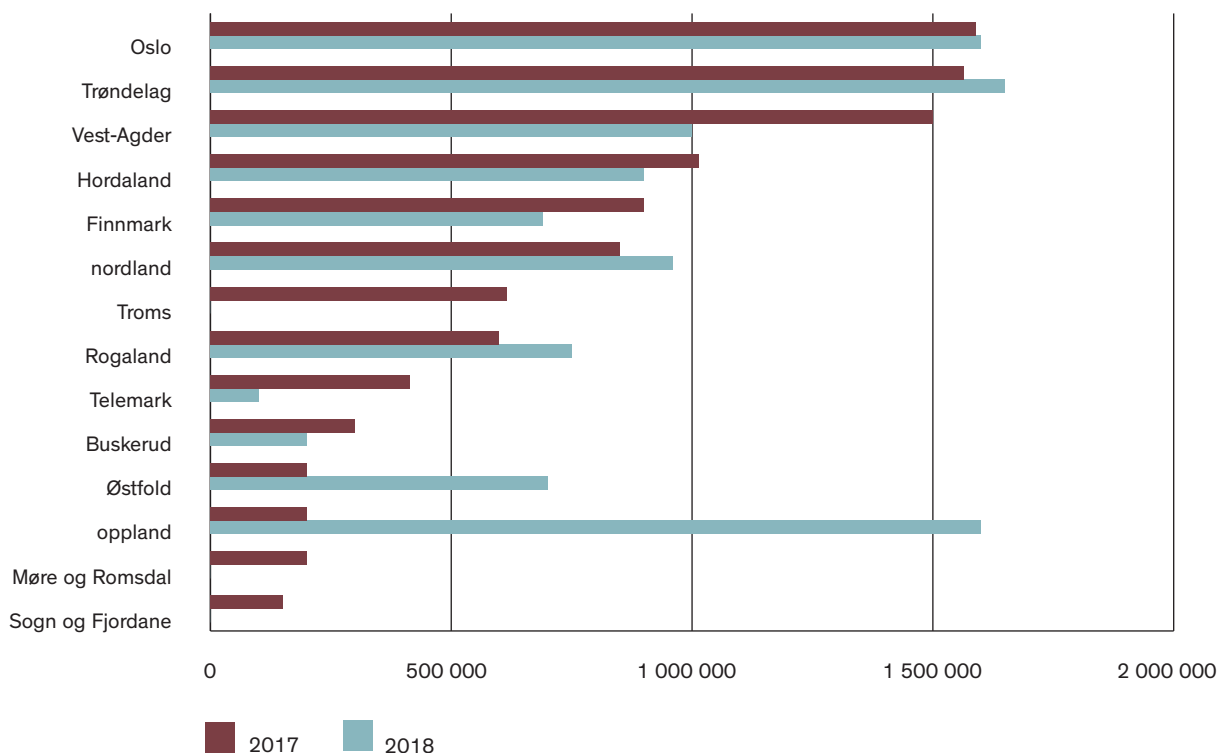
42 Kristin Danielsen i pressemelding fra Kulturrådet, 23.11.2017: <https://www.kulturradet.no/kreativ-naering/vis/-/hele-kulturfeltet-tenker-nytt-og-innovativt>

43 Dette var visuell kunst, musikk, scenekunst, litteratur, kulturarv, film, arkitektur, design, mote og dataspill.

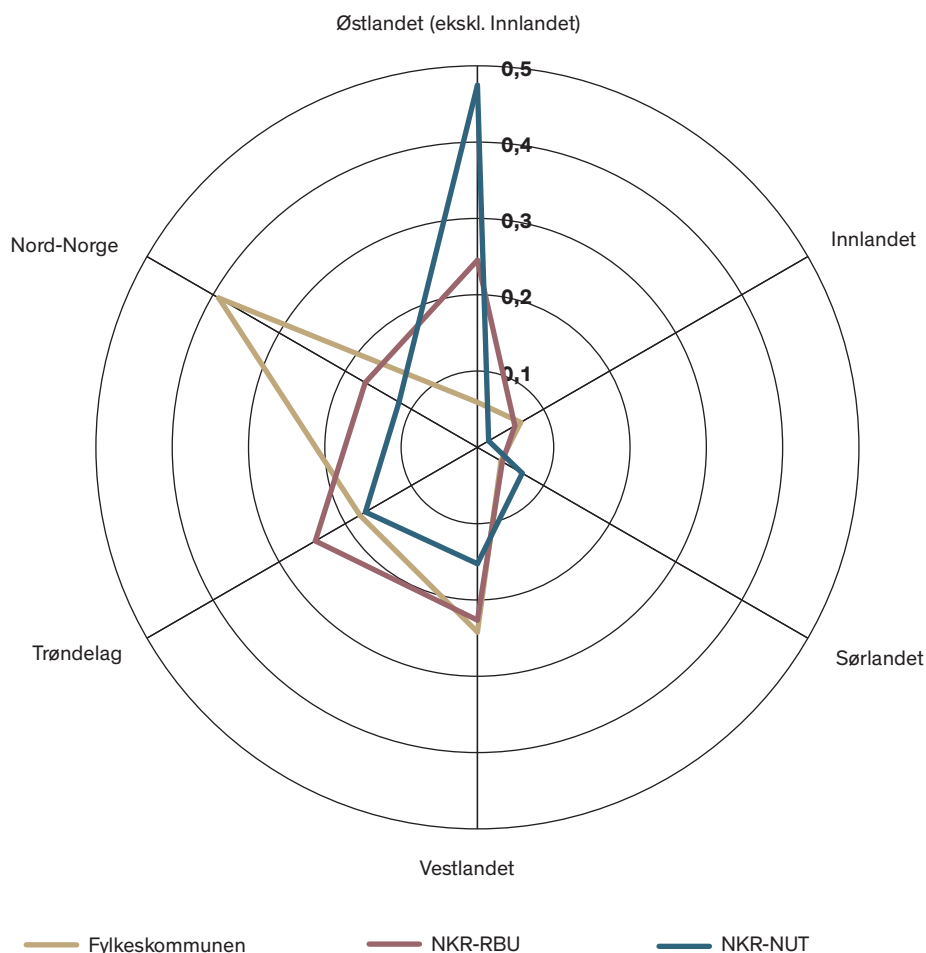
### SATSINGEN SÅ LANGT



Figur 5.6. Bevilgninger innenfor ordningen Næringsutvikling, fordelt etter bransje. Kroner, 2017 og 2018.  
Kilde: Kulturrådet.



Figur 5.7. Bevilgninger innenfor ordningen Regional bransjeutvikling, fordelt etter fylke. Kroner, 2017 og 2018.  
Kilde: Kulturrådet.



Figur 5.8. Geografisk fordeling av mottakere av Kulturrådets tilskudd til kulturell og kreativ næring (2017 og 2018) og av tilskudd fra fylkeskommunene (2013–2017). Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse AS.

for å bygge opp egen kompetanse om bransjene og for å videreutvikle og forbedre ordningene.

De infomøter seksjonen arrangerer, har også blitt videreutviklet underveis. Blant annet har man spisset møtene etter regionale utfordringer og særtrekk. Kulturrådet opplever at søknadene i runde 2 hadde en bedre treffsikkerhet, og at søknadene var av bedre kvalitet. Dette kan være tegn på et godt kommunikasjonsarbeid og at ordningen har etablert seg.

Videre har man arbeidet strategisk mot enkelte felt, og spesielt mot visuell kunst. Dette har gitt seg utslag i form av flere søknader.

Gjennom intervjuer har det kommet frem at flere oppfattet starten av den nye enheten som krevende. Gjennomgående er tilbakemeldingene like fullt jevnt over positive; det pekes på en god og relevant innretning av midler og en hensiktsmessig prioritering av innsatsen. Kulturrådet selv oppfatter at ordningen er godt mottatt, noe man tror delvis kan skyldes en ny generasjon hvor entreprenørskapet i næringen er mer akseptert. De yngre

søkerne er vokst opp med digitalisering, arbeid mot publikum og et opplevelsesstyrt samfunn, og har følgelig et bevisst forhold til dette. Mange av disse tenker internasjonalt helt fra starten. 33 prosent av søkerne har internasjonalt tilsnitt.

### 5.3 Norwegian Arts Abroad

*Norwegian Arts Abroad* er en paraplysammenslutning/nettverk av sju bransjeorganisasjoner som samarbeider om å fremme norsk kunst internasjonalt og nasjonalt. Tiltakene som skal evalueres, gjelder midlene som er tildelt for å styrke aktører som arbeider med internasjonalisering, markedsføring og salg av medlemsorganisasjonenes kunst og kultur. Disse organisasjonene kan også gi støtte til enkeltaktører. Kunstorganisasjonene som samarbeider er

- Norwegian Literature Abroad (NORLA)
- Norsk filminstitutt (NFI)
- Music Norway

- Danse- og Teatersentrum, Performing Arts Hub Norway (DTS/PAHN)
- Office for Contemporary Arts Norway (OCA)
- Norwegian Crafts
- Design og arkitektur Norge (DOGA), som er medlem, men ikke en del av evalueringen, da man ikke har fått det ekstra tilskuddet fra Kulturdepartementet

Det overordnede målet er økte inntekter i de seks bransjene. Dette skal skje gjennom innsatser for å styrke aktørene som jobber med å markedsføre og selge norsk kultur internasjonalt innenfor de fem bransjene. Tiltakene gjennomføres av seks av de syv aktørene under NAA-paraplyen.

I vurderingen av hvordan NAA-ene bruker midlene fra KKN-satsingen, kan det være relevant å se på den konteksten som NAA-ene opererer i. De aller fleste NAA-er har i lang tid arbeidet med å styrke støtteapparatet rundt kunstnernes internasjonale virksomhet. Dvs. at tilskuddet fra Kulturdepartementet i så måte ikke innebærer noen fundamental endring i virksomhetene.

Norsk kulturlivs internasjonale interesser er en del av norsk utenrikspolitikk, se for eksempel Meld. St. 19 (2012–2013) Regjeringens internasjonale kulturinnsats. Kultursamarbeid med andre land skal legge forholdene til rette for internasjonalisering av norsk kunst og kulturliv, samt bidra til kunnskap om og interesse for Norge som en kultur- og kunnskapsnasjon. Arbeidet gjennomføres i et nært samarbeid mellom departementene, utenriksstasjonene og aktører i kultursektoren. Noen av oppgavene med forvaltning av tilskudd mv. er delegert til kunstfaglige organisasjoner, dvs. NAA-ene. Tilskuddene inkluderer reisestøtte til kunstnere som er invitert til oppdrag ved profesjonelle scener og kunstarenaer i utlandet. Som forvaltere av Utenriksdepartementets reisestøtteordninger skal NAA-ene opparbeide kunnskap om internasjonalt samarbeid på sine respektive fagfelt, delta

på viktige internasjonale arenaer og støtte norske kunstneres behov for internasjonale nettverk.

NAA-ene er også faglige rådgivere for departementet og utenriksstasjonene. De samarbeider for eksempel med utenriksstasjonene om konkrete tiltak og nettverksbygging, herunder besøks- og presseprogram.

Dette er en trekantmodell der departementene, utenriksstasjonene og NAA-ene samarbeider tett i et strategisk partnerskap.

### Innsatslogikk

Organisasjonene som er samlet under Norwegian Arts Abroad, har alle – med unntak av DOGA – fått 1 million kroner i hhv. 2017 og 2018 med det formål å styrke støtteapparatet rundt utøverne for å styrke markedsmuligheter og internasjonalisering. De enkelte organisasjonene er av svært varierende størrelse og «modenhet», og dette gjelder også i stor grad de «bransjer» de representerer (i hvert fall når det gjelder markedspektiv og internasjonalisering). Det betyr at organisasjonene har hatt svært ulike forutsetninger for å bruke den ekstra tildelingen på tilsiktet måte.

Sammenlignet med de andre ordningene er NAA relativt lite målt i både penger og innsats. Like fullt er denne ordningen meget interessant, dels fordi den er så spisset mot den enkelte bransje, men også fordi den er spisset i innretningen, idet den har fokus på å bygge bransjen spesielt gjennom eksportrettet virksomhet.

#### 5.3.1 Norwegian Literature Abroad (NORLA)

NORLA er en stiftelse som er finansiert av Kulturdepartementet, med et årlig driftsbudsjett på 18 millioner kroner. NORLAs formål er å fremme norsk litteratur i utlandet, i form av støtte til oversettelser og annen promotering av norsk litteratur. NORLA jobber med tre områder: skjønnlitteratur, sakprosa og barne- og ungdomslitteratur, og har hovedansvaret for Norges deltakelse som gjesteland på bokmessen i Frankfurt i 2019.

| Tilskudd                                                                                    | Tiltak                                                                                                                                           | Forventet resultat                                                                                                                               | Overordnet formål                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Årlig tilskudd på 1 mill. kr. per aktør</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Styrke aktørene som arbeider med å markedsføre og selge norsk kultur og kunst internasjonalt</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Styrkede aktører innenfor norsk kultur og kunst</li> <li>• Fremme norsk kunst internasjonalt</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Økte inntekter til de respektive bransjene</li> </ul> |

Figur 5.9. Innsatslogikk for NAA-enes arbeid med kulturell og kreativ næring.

### Tilskuddsbrevene

I tildelingsbrevet fra Kulturdepartementet for 2017 står det om den «ekstra» millionen at den skal brukes til å «iverksette tiltak som skal styrke aktørene i verdikjeden som jobber med å markedsføre og selge norske kunst- og kultur internasjonalt. Målsetningen er økte inntekter til de respektive bransjene». I tildelingsbrevet for 2018 står det at «[t]ilskuddet videreføres for 2018 og kan koples til satsingen 'Litteratur ut i verden'».

### Gjennomføring

I NORLA brukte man litt tid til å diskutere hvordan man skulle nytte de ekstra midlene best mulig, siden det var nytt å ha midler til direkte støtte av salgsleddet. De vurderte først aktiviteter som senere ble en del av Litteratur ut i verden (LUV). Da Innovasjon Norge etablerte LUV for 2018, brukte NORLA noe av midlene til å ansette en prosjektkoordinator som bl.a. jobber mot LUV, dvs. bistår Innovasjon Norge i dette arbeidet. NORLA hadde fra før en intensjonsavtale med Innovasjon Norge om samarbeid frem mot bokmessen i Frankfurt 2019 (NORLA har fått tildelt 30 mill. kr for å organisere Norge som gjestetland i Frankfurt 2019, med 10 millioner kroner fra hhv. UD, Nærings- og fiskeridepartementet og Kulturdepartementet (midlene fra Nærings- og fiskeridepartementet utbetales via Kulturdepartementet). Resten av budsjettet (ca. 20 millioner kroner) kommer fra private sponsorer.

I 2017 og 2018 brukte NORLA den ekstra millionen til

- nettverksstøtte: hvor agenter kunne søke om midler for å arrangere nettverksmøter i nye markeder, med en støttesats på 3 000–20 000 kr. Her tok man imot søknader løpende. I 2017 ble det innvilget 16 tilskudd.
- prøveoversettelser: en utvidelse av eksisterende ordning hvor det kan gis 10 000–20 000 kr til oversettelse av ca. 50 sider av en bok. To utlysninger pr. år. I 2017 ble det gitt støtte til 10 utvidede prøveoversettelser.
- prosjektkoordinatoren som jobber bl.a. med LUV og saksbehandler de nye søkbare ordningene.
- å bygge en informasjonsdatabase, [www.booksfromnorway.com](http://www.booksfromnorway.com). Her finner man informasjon på engelsk om norske bøker i alle sjangre. Informasjonen utarbeides av rettighetshavere og NORLA, og er en rettighetsplattform.

Det har vært stor etterspørsel etter ordningen med prøveoversettelser, fordi dette er viktig i agentenes innsalgsprosess. NORLA oppgir at man har måttet arbeide mer for å markedsføre nettverksstøtten. Målgruppen, dvs. agentene, har ikke hatt noen tilsvarende ordning tidligere. Disse aktørene har typisk blitt invitert til bransjetreff mv. som NORLA har arrangert, men har tidligere måttet betale reisekostnader mv. selv. I tillegg kan det at støttebeløpene også er så pass små, være en grunn til at man ikke prioriterer ressurser på å søke. Ved etablering av begge støtteordningene ble imidlertid bransjeaktørene (agentene) involvert, ettersom NORLA mente at det var viktig å få ordninger som fanget deres behov.

Begge de søknadsbaserte ordningene er videreført i 2019. NORLA vurderer å komplettere med en markeds-/lanseringsstøtte. Tanken er at ordningen skal kunne gi støtte til salgsleddets innsats frem til boken er solgt (til et utenlandsk forlag), men også til å markedsføre boken etter at rettighetene er solgt. Man ønsker å trigge innovative markeds- og lanseringsprosjekter, bl.a. for at støtten pr. prosjekt da kan bli større.

Begge støtteordningene er tydelig markedsført på NORLAs hjemmeside. Søknaden gjøres gjennom et skjema som kan lastes ned fra denne hjemmesiden og sendes pr. e-post.

### 5.3.2 Norsk filminstitutt (NFI)

Norsk filminstitutt er statens forvaltningsorgan på filmområdet, og skal arbeide for å nå målene for den statlige politikken på feltet. Norsk filminstitutt forvalter de statlige virkemidlene på følgende områder: utvikling, produksjon, distribusjon, lansering, filmformidling og filmkultur. Filminstituttet er Kulturdepartementets rådgivende organ på disse områdene. NFI har en total budsjettamme på 115 millioner kroner. Videre forvalter NFI Filmfondet og andre tilskuddsordninger, med en total ramme på om lag 650 millioner kroner i 2018.

### Tilskuddsbrevene

For den «ekstra» millionen i KKN-satsingen legges det ikke noen føringer i tilskuddsbrevene for 2017 og 2018, utover å «iverksette tiltak som skal styrke aktørene i verdikjeden som jobber med å markedsføre og selge norsk kunst og kultur internasjonalt».

### Gjennomføring

I 2017 utlyste NFI de ekstra midlene som tilskudd til pilotprosjekter for å markedsføre en eller flere audiovisuelle produksjoner – dramase-

rie, spillefilm, kortfilm, dokumentarfilm eller spill – internasjonalt. Man prioriterte tilskudd til prosjekter der søker ville utforske nye salgsmetoder og plattformer, nye forretningsmodeller og nye samarbeidspartnere eller helt nye markeder/territorier med målsetting om å bidra til at en større andel av inntektene ved internasjonalt salg går til norske rettighetshavere (NFIs årsrapport for 2017). Man mottok totalt fem søknader, hvorav tre fikk innvilget tilskudd.

NFI er vesentlig forskjellig fra de andre NAA-ene, dels i form av sin størrelse og hvor mye midler man forvalter, og dels i form av at man er en statlig organisasjon. Det siste betyr at man har andre regelverk og føringer fra departementet å forholde seg til enn de andre NAA-ene – som stort sett er stiftelser eller frittstående organisasjoner.

Ifølge NFI ville pengene ha forsvunnet ut av landet hvis de hadde brukt midlene til salg eller distribusjon, dette på grunn av stort innslag av utenlandske eiere i salgsløpet. Man har derfor brukt hele millionen til produsenter, eller aktører som gjør fellestiltak overfor produsenter. De har støttet innovative prosjekter for å selge filmer til utlandet. Siste tildeling var til en nettbasert kanal for å selge. De har flere eksempler på prosjekter som har søkt om og fått tildelt støtte, men som av forskjellige grunner ikke har blitt realisert. Dette kan for eksempel være fordi de er «for» innovative. Samtidig blir en god del av midlene brukt godt og til spennende prosjekter; som eksempel kan nevnes en plattform for å selge dokumentar til undervisning i USA.

Det kan søkes om tilskudd til tiltak på internasjonale festivaler, salgsmarkeder og messer, og andre bransjerelevante internasjonale arenaer. Kostnader som kan dekkes, inkluderer leie av stand, mottakelser og presentasjoner, felles materiell og annonsering, prosjektleder/-koordinator og markedsføring/PR. Søknader behandles fortløpende. Midlene fra «NAA-millionen» utlyses med en søknadsfrist.

### 5.3.3 Music Norway

Music Norways formål er å legge til rette for eksporttiltak og internasjonal profilering av norsk musikk. Virksomheten skal bl.a. være en internasjonal støttespiller og tilrettelegger for norsk musikkbransje. Music Norway er organisert som en stiftelse, og virksomheten finansieres av Kulturdepartementet og Utenriksdepartementet.

### Tilskuddsbrevet

I tilskuddsbrevet for 2017 fra Kulturdepartementet står det om det økte tilskuddet: «Tilskuddet skal gå til målrettet satsning for å styrke internasjonal markedsutvikling og støtteapparatet som bidrar til dette. Music Norway kan benytte en mindre andel til forvaltning av ordningen.» For 2018 videreføres tilskuddet uten noen endringer.

### Gjennomføring

Music Norway har lagt inn den ekstra millionen i den allerede eksisterende bransjetilskuddsordningen. Denne ordningen skal bidra til at profesjonelle norske bransjeaktører kan delta i et internasjonalt marked for å fremme salg og spredning av norskprodusert musikk. Formålet er å øke markedsverdien, etterspørselen og oppmerksomheten til artistene de representerer, samt utvide nettverket, øke markedsinnsikten og bedre omdømmet til det norske støtteapparatet. Tilskuddet skal bidra til å skape flere internasjonale samarbeid og avtaler som øker eksportinntektene og markedsandelen til artisten og/eller selskapet. Gjennom denne ordningen kan støtteapparatet rundt musikerne (dvs. selskaper som forvalter mer enn egne rettigheter) søke støtte til:

- *Markedsføring:* Tiltak som skal utløse økt internasjonal etterspørsel, herunder kjøp av PR- og markedsføringstjenester fra tredjepart ved lanseringer og/eller turné i utlandet, reise- og oppholdsutgifter i forbindelse med promo-opptreden på radio eller TV og kjøp av annonsering i internasjonale mediekkanaler.
- *Møtevirkosomhet:* Man kan søke tilskudd til reise- og oppholdsutgifter i forbindelse med næringsrettet møtevirkosomhet i utlandet.
- *Bakkekontakt:* Tilskudd til dekking av reise- og oppholdskostnader (maks 50 prosent) ved lengre arbeidsopphold i ett og samme marked (1–3 måneder).

For alle tilskuddsordningene kreves det en egenfinansiering på minst 50 prosent.

Music Norway har lenge hatt en tilskuddsordning rettet mot utvikling av bransjen som fungerer som støtteapparat for musikere og artister (bransjeutvikling/markedsføringstiltak). Ifølge Music Norway har denne støtten vært et viktig forbilde for den ekstra millionen i KKN-satsingen, hvor hensikten jo er å støtte de aktører som bistår kunstneren eller artisten i internasjonaliseringen. Den ekstra millionen ble i Music Norway brukt til å utvide markedsføringsstøtten. Hensikten er å komme inn enda tidligere og gi

støtte til arbeidet med å finne lokale PR-tjenester og møte virksomhetene ute. Virksomheten som får støtte, må bidra med minst 50 prosent egen kapital.

Music Norway er opptatt av å bygge arenaer og møteplasser. De søker derfor å legge til rette for at artister, organisasjoner og bedrifter skal få muligheter for å treffe representanter for den lokale bransjen dit de skal.

Music Norway bruker portalen stikk.no for alle søknader om støtte. Det er en søknadsfrist hver måned, dvs. 12 ganger pr. år.

Fordelingen av tilskuddsmidlene fattes av Music Norways fagutvalg. Ved behov innhenter fagutvalget ekstern ekspertise. Music Norway utfører utvalgets sekretariatsfunksjoner.

I og med at Music Norway har lagt inn de ekstra midlene i en eksisterende tilskuddsordning, er det ikke mulig å følge konkret hva den ekstra millionen fra Kulturdepartementet har blitt brukt til.

### 5.3.4 Danse- og teatersentrum/Performing Arts Hub Norway (DTS/PAHN)

Stiftelsen Danse- og teatersentrum (DTS) er et nasjonalt kompetansesenter organisert som en nettverksorganisasjon. DTS er rådgivende organ for Utenriksdepartementet i spørsmål om scenekunst, og forvaltningsorgan for departementets reisestøtteordning for norske scenekunstnere til utlandet.

#### Tilskuddsbrevene

Styrkingen med 1 million kroner i 2017 var i tilskuddsbrevet fra Kulturdepartementet for 2017 gitt følgende føring:

Tilskuddet skal gå til målrettet satsning for å styrke internasjonal markedsutvikling og støtteapparatet som bidrar til dette. Danse- og teatersentrum kan benytte en mindre andel til forvaltning av ordningene.

I tilskuddsbrevet for 2019 var formuleringen:

Som en del av regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring fikk tilskuddsmottaker (DTS) økt tilskuddet med 1 mill kr i 2017 for å styrke aktørene i verdikjeden som jobber med å markedsføre og selge norsk kunst og kultur internasjonalt. Målsetningen er økte inntekter til de respektive bransjene. Tilskuddet videreføres i 2019.

#### Gjennomføring

Selve tilskuddsøkningen har gått til tre konkrete tiltak:

- Ressurstilgang i form av en medarbeider (60 prosent stilling) som arbeider konkret med styrking av verdikjeden, bransjebygging, markedsutvikling, salgs- og promoteringskompetanse i feltet.
- To spissede tilskuddsordninger som begge konkret dekker et uttalt behov som eksisterte før midlene kom på bordet:
  - o *Reisestøtteordning for produsenter/managere:* Skal bidra til økt profesjonalisering og markedsbygging. Styrker produsentenes langsiktige arbeid, samt øker internasjonal aksjonsradius.
  - o *Promo-/markedsføringstiltak:* Kompanier og produsenter/kunstnere kan søke om å få dekket 50 prosent av kostnadene i forbindelse med markedsføring/promotering av internasjonale visninger.

DTS/PAHN oppgir at det for scenekunstfeltet er viktig å skreddersy forvaltningen av ordningene til det internasjonale markedet. Man holder seg oppdatert på dynamikken i markedet gjennom søknadene til de tre tilskuddsordningene, rapporter etter endt oppdrag, tett kontakt med norske kompanier og scenekunstnere samt den internasjonale levende scenen. Det er også viktig å se disse «nye» ordningene sammen med DTS/PAHNs øvrige ordninger, og andre virkemidler og ordninger for internasjonalisering av norsk kultur (se også omtale av trepartsmodellen ovenfor). For eksempel arrangerer DTS/PAHN bransje- og messetreff med delegasjoner av scenekunstnere, og produsenter får mulighet for presentasjon og pitching (program under tittelen «Norway Now»). Disse bransjeprosjektene finansieres av prosjektmidler fra UD.

DTS/PAHN har valgt å ha en løpende saksbehandling for sine tilskuddsordninger. Søknadene behandles administrativt, hvor saksbehandlere i administrasjonen lager en innstilling, og vedtakene skjer på direktørnivå. Ved behov kan fagutvalget for UD reisestøtte eller andre relevante kontakter konsulteres. Ordningene har en rask saksbehandling (4 uker for bransjetilskudd, og 5–8 uker for UD reisestøtte).

I 2017 brukte DTS/PAHN en del av midlene fra KKN-satsingen til å styrke staben med 1 stilling i 60 prosent. DTS/PAHN skriver i årsrapporten for 2017 at man med denne tildelingen har klart å styrke støtteapparatet og tilgangen til internasjonale markeder generelt og mot Asia spesielt.

Ifølge årsrapporten for 2017 har begge tilskuddsordningene vist seg å være treffsikre og nytenkende innenfor to viktige deler av den internasjonale næringskjeden. Reisestøtteordningen har bidratt til økt profesjonalisering og markedsbygging, og skal være med på å styrke produsentenes langsiktige arbeid samt øke den internasjonale aksjonsradiusen. I 2017 mottok DTS/PAHN 16 søknader på totalt 186 000 kroner, og av disse ble 13 innvilget med en total ramme på knappe 128 000 kroner.

Innenfor promo-/markedsføringstiltak kan kompanier og produsenter/kunstnere søke om tilskudd på 50 prosent av kostnadene i forbindelse med markedsføring/promotering av internasjonale visninger. Her mottok DTS/PAHN tre søknader i 2017 med omsøkt beløp 83 000 kroner, og selv om alle tre fikk innvilget søknaden, ble beløpet revidert til 67 500 kroner.

Begge søkeordningene ble videreført i 2018 og 2019. Søknadene sendes inn via søknadsportalen stikk.no.

### 5.3.5 Office for Contemporary Art Norway (OCA)

Office for Contemporary Art Norway ble stiftet i 2002 av Kulturdepartementet og Utenriksdepartementet. Hovedmålet er å utvikle og opprettholde en dialog mellom norske utøvere og den internasjonale kunstscenen, og å støtte norske kunstnere i deres aktiviteter internasjonalt. OCAs mål er å

- øke internasjonal kjennskap til norsk kunst
- promotere norske kunstnere og kulturprodusenter som har internasjonalt potensial
- være den ledende kanalen for informasjon om norsk samtidskunst til forskere og publikum i Norge og internasjonalt
- presentere foredrag, symposier mv. om internasjonal samtidskunst i Norge
- utforske synergier mellom kunstnere og forskere (akademia)
- fungere som et diskusjonsforum og delta i den intellektuelle diskursen om kunst og kultur

OCA er finansiert av Kulturdepartementet og UD, hvor Kulturdepartementet finansierer driften og utgifter til norsk deltakelse i biennalen i Venezia, mens midlene fra UD brukes til å finansiere Arts-in-residence (i Norge for utenlandske kunstnere og i utlandet for norske kunstnere), reisestipend til kuratorer mv. og besøksprogram for internasjonale aktører. Sistnevnte gir OCA en mulighet til å invitere museumsdirektører, store

gallerieiere mv. til Norge og presentere norske kunstnere. I 2015 fikk OCA en ny bevilgning på 3 millioner kroner fra Kulturdepartementet for å utvikle et program for kommersielle gallerier, og man etablerte ordningen ISGIES (International Support for Galleries and Independent Exhibition Spaces). Gjennom denne ordningen kan kommersielle aktører og kunstnerdrevne utstillingslokaler søke tilskudd til besøk/utstillinger på internasjonale kunstmesser og i midlertidige utstillingsarenaer, og hvor støtten kan dekke utstillingsavgifter, transportkostnader, forsikringer og informasjonsmateriell.

### Tilskuddsbrevet

For 2017 fikk OCA ytterligere 1 million kroner, dvs. midlene i KKN-satsingen, hvor det i tilskuddsbrevet fra Kulturdepartementet står at

[m]idlene skal gå til støtteapparatet rundt kunstnerne for å styrke markedsmuligheter og internasjonalisering:

- Støtte til kuratorer og kritikere i Norge som er invitert til å snakke om norsk kunst / norske kunstnere i utlandet (utstillinger, messer, konferanser, foredrag m.m.)
- Støtte til oversettelse av kunstkritikk og annen tekst om norske kunstnere til engelsk
- Støtte til kunstmagasiners deltakelse på internasjonale messer.

I tilskuddsbrevet for 2018 videreføres denne ordningen, dvs. at det ikke legges nye føringer for OCAs bruk av midlene.

### Gjennomføring

I 2017 etablerte dermed OCA et program for kuratorer og kritikere, ISACAT (International Support for Art Critics, Curators, Art Magazines and Translation of Text), hvor det gis støtte til kuratorer og kritikere som er invitert til å snakke om norsk kunst og kunstnere på internasjonale messer, utstillinger, konferanser, foredrag mv.; til oversettelse av kritikker og andre tekster om norsk kunst til engelsk; til norske kunstmagasiner som inviteres til å delta på internasjonale messer. Tabell 5.5 oppsummerer søknader og bevilgninger i denne ordningen i 2017 og 2018. Det har vært et begrenset antall søknader til denne ordningen, og de aller fleste av søknadene er blitt innvilget. Støttebeløpet har variert fra knappe 5 000 kroner til nærmere 120 000 kroner i de to

TABELL 5.5. SØKNADER OG BEVILGNINGER I ISACAT (INTERNATIONAL SUPPORT FOR ART CRITICS, CURATORS, ART MAGAZINES AND TRANSLATION OF TEXT), 2017 OG 2018.

| SØKNADS-<br>RUNDE | ANTALL<br>SØKNADER | ANTALL<br>BEVILGET | MIN.–MAKS KR | TOTALT<br>UTBETALT KR | OVER-<br>SETTELSE,<br>ANTALL | REISE-<br>STØTTE,<br>ANTALL |
|-------------------|--------------------|--------------------|--------------|-----------------------|------------------------------|-----------------------------|
| MAI 2017          | 11                 | 8                  | 5000–60 000  | 270 185               | 3                            | 5                           |
| OKTOBER 2017      | 8                  | 8                  | 7600–70 000  | 209 810               | 5                            | 3                           |
| FEBRUAR 2018      | 7                  | 6                  | 2800–70 000  | 145 164               | 1                            | 6                           |
| MAI 2018          | 12                 | 11                 | 4900–118 000 | 374 841               |                              | 11                          |
| OKTOBER 2018      | 1                  | 1                  | 40 000       | 40 000                | 1                            |                             |

årene. Støtten utbetales både til enkeltpersoner, typisk kritikere og kuratorer, og til virksomheter, for eksempel gallerier.

Alle søknader vurderes av en internasjonal jury, dvs. tilsvarende det som gjøres for alle støtteordningene som OCA administrerer. Denne juryen består av fem personer: to internasjonale kunstfaglige eksperter, to norske kunstfaglige eksperter og OCAs direktør.

For de to første årene oppfattet OCA Kulturdepartementets føringer i tildelingsbrevet som litt vage. Man så også behovet for å bygge på strukturen rundt kunstnerne. OCA mener at den intellektuelle delen av arbeidet er viktig for å bygge langsiktige relasjoner («need to reach the brain») og for å selge den norske kunstneren. Man savnet kuratorer og kritikere som ambassadører for norsk kunst.

ISACAT har vært tydelig annonsert på OCAs hjemmesider (<https://www.oa.no/grants>). For søknader brukes portalen stikk.no (en felles søknadsportal for NAA-ene).

ISACAT videreføres ikke i 2019, etter uenighet med Kulturdepartementet om bruken av midlene. Kulturdepartementet mener at ISACAT ikke er i overensstemmelse med hensikten med bevilgningen, som er å styrke salgsapparatet rundt kunstneren. Disse endringene omtales i mer detalj nedenfor.

### 5.3.6 Norwegian Crafts

Norwegian Crafts ble etablert i 2012 av Norske Kunsthåndverkere. Organisasjonens mandat er å styrke den internasjonale posisjonen for norsk kunsthåndverk. Norwegian Crafts mottar driftsstøtte fra Kulturdepartementet og tilskudd til prosjekter fra UD. Organisasjonens mål er å

- vekke internasjonal oppmerksomhet om norsk kunsthåndverk
- være en vital bidragsyter i den internasjonale teoriutviklingen på kunsthåndverksfeltet

- skape debatt og være deltagende på nye samsynsarenaer
- bedre norske kunsthåndverkeres økonomiske situasjon gjennom ulike markedsutviklingsinitiativer
- støtte norske kunstnere, kuratorer og skribenter på kunsthåndverksfeltet i deres internasjonale aktiviteter
- sikre tilstedeværelse for det norske kunsthåndverksfeltet på toneangivende internasjonale arenaer
- fasilitere samarbeid og utveksling mellom norske og internasjonale kunstnere, kuratorer, kritikere, skribenter og andre aktører på feltet.

Norwegian Crafts deler sitt arbeid i fem virksomhetsområder: utstillingsvirksomhet, markedsutvikling, teoriutvikling, nettverk og utveksling, og støtteordninger. Norwegian Crafts bidrar i utviklingen av teori og forskning om kunsthåndverk internasjonalt, ved å skape og delta i debatt om kunsthåndverk nasjonalt og internasjonalt, og forbedre den økonomiske situasjonen for norske kunsthåndverkere gjennom markedsutvikling.

### Tilskuddsbrevet

I tilskuddsbrevet for 2017 fra Kulturdepartementet står følgende om den ekstra millionen:

Tilskuddet skal gå til målrettet satsning for å styrke internasjonal markedsutvikling og støtteapparatet som bidrar til dette, herunder kuratorer, kritikere, etc. Norwegian Crafts kan benytte en mindre andel til forvaltning av ordningen.

For 2018 videreføres tilskuddet uten noen nye føringer.

### Gjennomføring

Norwegian Crafts har brukt den ekstra bevilgningen til å etablere to ordninger:

- Reisestøtte til kuratorer, kritikere og skribenter som arbeider innenfor det norske kunsthåndverksfeltet. Støtten kan gå til deltakelse på forskjellige type arenaer, utstillinger, mv.
- Oversetterstøtte til oversettelse av norske tekster om kunsthåndverk til engelsk.

Norwegian Crafts er en liten organisasjon, og det ekstra tilskuddet på 1 million kroner betød at samlet tilskudd til organisasjonen økte med nesten 40 prosent. For 2017 og 2018 oppfattet Norwegian Crafts at man hadde nok så «frie tøyler» til selv å bestemme den mest hensiktsmessige bruken av disse midlene, men nå opplever man at Kulturdepartementet har kommet med vesentlig strengere rammer for hvordan midlene kan brukes, hvilket man opplever at ikke passer inn i hvordan bransjen er organisert. Feltet har foreløpig ikke et stort støtteapparat, noe organisasjonen ønsker å bidra til å utvikle og styrke. En utfordring kan være at visuelle kunstnere ikke får betalt for arbeidet, for eksempel ved en utstilling. Det er derfor få aktører som har økonomisk mulighet til å starte et visningssted og som potensielt kunne vært mottakere av KKN-midlene.

I 2018 brukte Norwegian Crafts den ekstra bevilgningen til å videreføre de to ordningene, men skiftet navn til engelsk:

- *Network and research:* for kuratorer og kritikere som ønsker å besøke messer, seminarer, biennaler. Ingen krav om aktiv rolle, men må vise til et program for møtevirksomhet. Norwegian Crafts ga tilskudd til 3 reiser i 2018 (5 søknader) og 2 i 2017 (ifølge årsrapporten).
- *Translation for text:* for oversettelse av norske kunsthåndverksfaglige tekster. Mottok få søknader til tross for hyppig markedsføring. Støtte til 3 prosjekter i 2017.

Ifølge Norwegian Crafts er det relativt liten etterspørsel etter disse tilskuddsordningene. Dette skyldes at det er for tidlig å sette i gang disse tiltakene slik som bransjen er rustet nå. Ordningene ble etablert som en reaksjon på sterke føringer fra Kulturdepartementet om at midlene ikke kunne benyttes i Norwegian Crafts egne programmer som har som mål å styrke feltets aktører.

### 5.3.7 Endringer i ordningen for OCA og Norwegian Crafts i 2019

For alle NAA-er har føringene fra departementet vært relativt ensartet – man ønsker å bygge

bransje utover kunstneren / det skapende leddet. Det har ikke vært helt uproblematisk for alle organisasjonene; spesielt OCA og Norwegian Crafts har hatt utfordringer med å rette inn virkemidlene på en slik måte. Dette henger bl.a. sammen med at disse segmentene ikke har et tydelig og klart definert støtteapparat rundt det skapende leddet, dvs. at man kanskje i mindre grad enn øvrige NAA-er har hatt et segment å bygge videre på.

På bakgrunn av dette har det vært en dialog mellom OCA og Norwegian Crafts og departementet, og i samråd er det besluttet endringer. For inneværende år (2019) vil 600 000 kroner av Norwegian Crafts' million overføres til ISGIES som forvaltes av OCA. I den nye ISGIES-ordningen har man sett mot Danmark for å finne en modell. I korte trekk går den nye ordningen ut på at man skal gå fra å sende søknader inn for støtte til messedeltagelser, og heller automatisk være kvalifisert om man deltar på internasjonale messer som på forhånd er godkjente. Det er OCA og Norwegian Crafts som vil godkjenne arenaene, og i hovedsak dreier det seg om kommersielle messer. Endringene skjer på bakgrunn av innspill fra bransjen om økt forutsigbarhet. Den nye ordningen vil også forhåpentligvis føre til mindre byråkrati. ISGIES gir støtte til frakt, forsikring og markedsføringsmateriell, men kan ikke benyttes til å dekke reisekostnader.

## 5.4 Samarbeid mellom aktørene

I tildelingsbrevene til de tre virkemiddelaktørene legger Kulturdepartementet til at disse skal samarbeide, i form av koordinering og informasjonsutveksling.

Slik vi har forstått det, har det vært et godt samarbeid mellom de ulike aktørene, med jevnlig møter og annen informasjonsutveksling underveis. Samarbeidet har også bestått i at Innovasjon Norge og Kulturrådet begge har brukt ekspertise fra NAA-ene (inkludert DOGA) i vurderingen av søknader.

Samtidig har man brukt en del tid på å få en felles forståelse av forskjellene mellom de ulike virkemidlene, og hva som kunne støttes av hvem. Videre har alle organisasjonene individuelle behandlingsrutiner og egen administrasjon, selv om det er et koordinert virkemiddelapparat. Samtidig jobber de under ulike regelverk og retningslinjer, som det kan være viktig å ta hensyn til i vurderingen av det arbeidet som utføres.

## 5.5 Vurdering av arbeidet i NAA-ene

Som omtalt ovenfor har det vært noen utfordringer knyttet til forvaltningen og bruken av den årlige millionen som tildeles NAA-ene, og det er også gjennomført endringer i ordningen for OCA og Norwegian Crafts for 2019. Mot denne bakgrunn har vi gjort en litt grundigere vurdering av arbeidet i NAA-ene så langt.

### 5.5.1 Føringer og retningslinjer for bruk av virkemidlene

Departementet gir føringer og retningslinjer for bruk av midlene gjennom tilskuddsbrev. Alle NAA-ene rapporterer også om en dialog med departementet i tillegg til dette brevet. Gjennom tilskuddsbrevene har Kulturdepartementet som prinsipp at de ønsker å ha armlengdes avstand til hvordan midlene de bevilger, brukes. I intervjuene blir det fra flere av informantene hevdet at det for disse midlene over tid har blitt mer «korte armer», det vil si at departementet har gitt tydelige føringer og signaler om hvordan de ser for seg bruken av midler. Dette har spesielt vært tilfellet i 2019 (signaler mottatt i slutten av 2018).

Felles for alle tilskuddsbrevene er at departementet ønsker tiltak som kan styrke verdikjeden og støtteapparatet rundt kunstneren. Man ønsker altså en annen målgruppe enn det skapende ledet. Fra departementets side understrekes det at de gir et oppdrag til et *virkemiddelapparat*. De oppgir også at tilskuddsbrevene utarbeides i samarbeid med de enkelte organisasjonene. Departementet ønsker, så langt det er mulig, ikke å gi nye oppdrag, men heller prøve å bruke ordninger som allerede finnes. For NORLA pekes det for eksempel på at den ekstra satsingen kan inngå i Innovasjon Norges «Litteratur ut i verden». For de andre NAA-ene gir ikke tilskuddsbrevet like detaljerte føringer. Her har føringer blitt kommunisert i muntlig og skriftlig dialog med Kulturdepartementet.

Det er ulike tilbakemeldinger om hvor fornøyde NAA-ene er med dialogen med oppdragsgiver, som i dette tilfellet er departementet. Litt generelt kan man si at de som er mest fornøyd med ordningen, også er mest fornøyd med dialogen. De som ikke er så fornøyd med hvordan ordningen er tilrettelagt, er også mindre fornøyd med dialogen. Flere av disse opplever retningslinjer og føringer som frustrerende og uklare. Tilbakemeldingen var at dagens regelverk ikke fungerer bra. Det må bemerkes at etter at datainnsamlingen var gjort, har retningslinjene blitt justert. I en dialog mellom departementet og

Norwegian Crafts og OCA har man søkt å få en mer skreddersydd løsning for segmentet disse to organisasjonene representerer.

NAA-ene får støtte fra flere avdelinger i Kulturdepartementet. Noen har etterlyst en bedre koordinering mellom de forskjellige avdelingene i departementet, samt et samordnet regelverk. For eksempel uttrykker Norsk filminstitutt at føringene man får fra de ulike avdelingene i departementet på de ulike virkemidlene, ikke er harmonisert.

I og med at midlene skal gå til å styrke bransjen og verdikjeden, må man definere hvilke aktører og funksjoner som inkluderes i denne. Dette er ikke like enkelt som det tilsynelatende kan virke som. I den visuelle kunstverdenen er det kanskje bedre å tenke på et verdinettverk, der ulike aktører bidrar, enten direkte eller indirekte, i prosessen som gir kunst monetær verdi. Dette nettverket består av kunstnere, kuratorer, kritikere, museer, biennaler, gallerier, samlere og messer m.m. Kunstnerne bygger sin intellektuelle kapital gjennom kuratorer, kritikere og museer, dette genererer en interesse fra samlere og gallerier, som så i sin tur fører til salg. Dvs. at kuratorer og kritikere er viktige for å etablere en verdi for kunstneren. Dette leddet er det viktig å støtte. Om man vil bygge bransje rundt kunstneren, kan det være nødvendig å se på hele dette nettverket.

### 5.5.2 Hvilke prosjekter/aktiviteter støttes?

Felles for alle NAA-ene er at de i KKN-satsingen jobber for å styrke aktører som arbeider med salg og markedsføring av norsk kunst internasjonalt. De ulike organisasjonene har innrettet seg relativt ulikt med hensyn til hvilke tiltak de prioriterer og hva de støtter.

Flere jobber for å bygge nettverk, og satser på å skape møteplasser. I hovedsak dreier dette seg om å skape en plattform for eksport, ved at man for eksempel finner promotører som kan hjelpe norske artister med for eksempel turnévirkosomhet i utenlandske markeder. Det er også flere tiltak som er litt mindre konkrete, og som er å anse som mer langsiktige. Dette kan være deltakelse på messer eller lignende, der norsk bransje forhåpentlig møter potensielle samarbeidspartnere. I flere av intervjuene peker man på det at dette er usikkert og langsiktig arbeid, og man må være tålmodig.

For de mindre aktørene, dvs. OCA og Norwegian Crafts, har man konstatert at det er mangelfulle verdikjeder. OCA og Norwegian Crafts

har forsøkt å binde disse sammen på en noe mer funksjonell måte. Det betyr at OCA og Norwegian Crafts til en viss grad har tatt rollen som en næringsaktør og ikke kun interesseorganisasjon.

For dem som representerer en større bransje, med flere ordninger og initiativ, har den ekstra millionen i NAA-initiativet kunnet gå inn og styrke et mer helhetlig virkemiddeltilbud. Der har man sett mangler og behov, og midlene er blitt satt inn for å gjøre tilbudet mer helhetlig.

### 5.5.3 Samarbeid med andre myndigheter

Flere av informantene i NAA-ene vektlegger hvor viktig samarbeid med UD og utestasjonene (ambassader og konsulater) er i tilrettelegging av eksport. De mener at de ikke har noen andre de kan samarbeide med på den måten. Ved å bruke utestasjoner kan man invitere inn aktører på «et høyt nivå», og man kan møte en helt annen type beslutningstakere. En offisiell invitasjon fra en ambassade / et konsulat gir en tyngde og eksklusivitet som gjør at flere takker ja. Dette er med på å gi et mer relevant nettverk. Informantene rapporterer stort sett om et meget godt samarbeid med utestasjonene, som oppleves som nyttige og serviceinnstilte.

Ifølge Kulturdepartementet skal oppdragene til NAA-er komplettere UD's midler til reise-støtte, men ikke erstatte eller forsterke disse. Midlene kan derfor ikke uavkortet gå til å dekke reise- og oppholdskostnader, men til bedrifter og prosjekter som markedsfører og selger kunst internasjonalt.

### 5.5.4 Effekten og innretning

Tilbakemeldingene på effekten den ekstra NAA-millionen har hatt, er meget varierte. For noen er dette veldig kjærkomment, og betyr at de kan gjennomføre prosjekter og tiltak som ellers hadde vært vanskelig. Som en av informantene fortalte: «Vi hadde ambisjoner og planene klare, så når denne ekstra millionen kom var det bare å trykke på knappen.» For disse hadde virkemidlene en helt klart utløsende effekt for tiltak og en addisjonalitet.

For andre NAA-er er det ikke like lett å se hva dette har ført til. Det har vært utfordringer med å finne hva disse kunne brukes til innenfor de føringene de kommer med fra departementet.

Generelt kan det synes som de minste og største hadde de største utfordringene. De minste (OCA og Norwegian Crafts) fordi bransjen er så vidt liten, og vesentlig skiller seg fra flere av de

andre bransjene i næringen, med en annen struktur/verdikjede enn for eksempel musikkbransjen. OCA og Norwegian Crafts opplever at man har hatt mindre rom for å tilpasse ordningene til egen bransjestruktur. Dette henger bl.a. sammen med at føringene fra Kulturdepartementet gir begrensninger for hvor direkte man kan gå inn i verdikjeden og selv agere som aktør.

Representanter for de større bransjene er også noe reserverte. For disse er det en utfordring å finne addisjonalitet, dvs. hva disse midlene kan bidra til utover hva man selv allerede gjør. Det rapporteres om at de har fått litt for lite gode søknader, og inntrykket er at prosjekter som har søkt på ordningen, har forsøkt seg på andre ordninger, men ikke fått napp der.

### 5.5.5 Foreløpige konklusjoner om støtten til NAA-er

I intervjuer med NAA-ene understreker alle at de er veldig ulike. Dette preger også tilbakemeldingene på nytten av «NAA-millionen». For noen av organisasjonene har addisjonaliteten vært meget stor. For andre har det ikke utgjort en stor forskjell, og har medført ekstra arbeid uten at man helt klarer å se nytten.

Det kan synes som om Music Norway på mange måter har vært et forbilde for satsingen. Måten Music Norway over tid har arbeidet med salgs- og støtteapparatet, har – slik vi har oppfattet det – vært en inspirasjonskilde for flere av de andre NAA-ene.

Det er en utfordring å se helheten i verdi-nettverket. Det vil si at de som er med og skaper en kommersiell verdi, ikke alltid er inkludert i en tradisjonell verdikjede. Kuratorer og andre aktører med en type portvokterfunksjon kan for eksempel være uhyre sentrale for utvikling av næringsvirksomheten. De er således særs viktige dersom målsettingen er «å bygge bransje».

Flere av informantene etterlyser en mer fleksibel ordning hvor de selv i større grad kan bestemme innretningen på midlene. Slik det er i dag, oppleves de ikke som skreddersydde nok. Det gis tilbakemeldinger om et for rigid regelverk, og man ønsker i større grad å innrette midlene på bakgrunn av hvordan bransjen er bygget opp, og basert på den kunnskapen NAA-ene har.

# Følgeevalueringen: videre arbeid

---

## 6.1 Innsatslogikken og programteorien

Å vurdere og videreutvikle programteorien for satsingen på kulturell og kreativ næring er en sentral del av følgeevalueringen. Programteorien består av de utfordringer som de kulturelle og kreative næringene har, og en hypotese om hvordan KKN-satsingen kan bidra til – helt eller delvis – å overkomme disse hindringene (innsatslogikken). I dette delkapitlet drøfter vi derfor programteorien og innsatslogikken som vi oppfatter ligger bak KKN-satsingen. Videre drøfter vi om det er behov for endringer i disse.

### 6.1.1 Vurdering av innsatslogikken

#### Overgripende

På et overordnet nivå ser det ut til å være en god og sammenhengende innsatslogikk. Hensikten med satsingen er økt vekst, økt verdiskaping og nye arbeidsplasser innen kulturell og kreativ næring. Dette overgripende målet er brutt ned i tre målsettinger: økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester; økt kunnskap om kultur som næring og hvordan virkemiddelinnsett kan koordineres; og flere vekstkraftige bedrifter og økt verdiskaping innen kulturell og kreativ næring. Målene knyttes til investeringer, omsetning, verdiskaping og arbeidsplasser kan brytes ned ytterligere og måles med indikatorer som total omsetning i bransjene, antall sysselsatte, antall bedrifter og størrelsen på investeringer. De overordnede målene kan dermed beskrives som definerte og målbare, med unntak av «økt kunnskap om kultur som næring og hvordan virkemiddelinnsett kan koordineres». Sistnevnte er typisk mer kvalitative vurderinger, men disse kan eventuelt delvis avledes av de kvantitative målingene. De målbare målene er imidlertid ikke kvantifiserte, dvs. det oppgis

ikke hvor stor tilveksten eller økningen i antall arbeidsplasser skal være. Det er heller ikke tidfestet, dvs. at det ikke er oppgitt når en kan forvente at økningen skal inntreffe.

Det forefaller og å være et godt forhold mellom målene for de tre virkemiddelaktørene (hvor vi ser alle NAA-er under ett) og de overordnede målene. Målene for Innovasjon Norges innsats er de som best svarer mot alle hovedmål, mens målene for Kulturrådet og NAA-ene kun er knyttet til deler av hovedmålene. Bak dette ligger også en arbeidsdeling mellom de tre aktørene som både handler om hvilken type tiltak man tilbyr, og hvilke målgrupper man henvender seg til. Her tilbyr Kulturrådet og NAA-ene først og fremst støtte i form av rådgivning og kompetanseutvikling. Dette er også rettet mot aktører som først og fremst arbeider med enkelte kunstnere og mindre bedrifter. Innovasjon Norge har et bredere tilbud med for eksempel låneordninger og investorprogram. Vi vurderer det slik at dette er en arbeidsdeling som er godt tilpasset den overordnede programlogikken.

Der hvor vi ser utfordringer, er i deler av de tre delmålene (de tre boksene nest lengst til høyre i figur 3.1), hvor det er en blanding av mål som er vel definerte og relativt enkle å måle, og mål som er mindre vel definerte. Til den første gruppen hører økte investeringer og økte inntekter til bransjene, og til den andre økt bedriftskompetanse og økt samspill mellom kultur og reiselivsaktører.

På et overgripende nivå mener vi at også de gjennomførte tiltakene vel knytter an til målene for satsingen.

#### Kulturrådet

Vår vurdering er at Kulturrådets tiltak og innsatser i stort er logisk oppbygde. Vi kan imidlertid notere at verken det overordnede målet, dvs. at flere skal kunne leve av sin kunstneriske virk-

somhet, eller det vi her kalt for forventet resultat, dvs. økt kompetanse og bedre tjenester og næringslivsutvikling gjennom bedre distribusjon, markedsføring, er tydelig definert eller enkelt målbart. Graden av entreprenørskap kan kanskje måles i form av antall nystartede bedrifter. Men hvordan kan vi måle at forretningskompetanse, entreprenørskap og nytenking har blitt styrket? Også det å definere og måle hvor mange som klarer å leve av sin kunstneriske virksomhet, vil være en utfordring.

Generelt mener vi at det er en god sammenheng i tiltakene og innsatsene, men at utfordringene er hvordan resultatene og måloppnåelse skal måles.

### **Innovasjon Norge**

Logikken for Innovasjon Norges tiltak og innsatser viser også god sammenheng. Det er tiltak som peker mot ethvert av målene, og alle tiltak peker mot minst ett av målene. Når det gjelder det sist tilføyde målet, dvs. å øke samspillet mellom kultur og reiseliv, kan det bli en utfordring for måloppnåelse at innsatsen kan virke begrenset med kun to millioner kroner avsatt til bedriftsnettverk. Samtidig har Innovasjon Norge definert reiseliv og kreativ næring som et mulighetsområde, dvs. at det foregår mye arbeid innenfor dette feltet som ikke er en direkte del av KKN-satsingen, men som allikevel kan forventes å påvirke måloppnåelsen.

Øvrige bemerkninger handler først og fremst om hvordan noen av målene er definerte og hva dette betyr for muligheten til å finne målbare indikatorer. Dette gjelder både de overordnede målene og det som i figur 3.1 benevnes som forventet resultat. Eksempel på mål som vi mener er utilstrekkelig definerte, er økt kunnskap om kultur som næring, økt samspill mellom kultur og reiselivsaktører, og styrket innovasjonsevne som grunnlag for videre vekst.

### **NAA-ene**

Innsatslogikken for innsatsene i NAA-ene er relativt enkel. Gjennom å styrke aktørene som arbeider med markedsføring, skal norsk kunst fremmes i en internasjonal sammenheng. Dette skal i forlengelsen medføre økte inntekter for bransjene.

Målet om økte inntekter er relativt enkelt å følge opp. Men målene som handler om styrkede aktører, er mindre vel definerte. Særlig når innsatsen (1 million kroner pr. bransje) er begrenset, kan det være et problem ikke å ha veldefinerte mål som er nærmere knyttet til tiltaket enn hva målet om økte inntekter i bransjene er.

På den andre siden kan man hevde at det kan være tilstrekkelig å følge opp hvordan aktivitetene gjennomføres når ressursene er begrensede.

Det kan selvsagt også stilles spørsmål ved om en så begrenset innsats som 1 million kroner virkelig vil ha noen målbar effekt på markedet.

### **Samlet vurdering av innsatslogikken**

Totalt sett er det en god sammenheng mellom de virkemidler (tiltak og innsatser) som er iverksatt, og de forventede resultatene, dvs. målene med satsingen. Det at man til dels bruker godt etablerte virkemidler, er en fordel – da prøver man ikke ut to «nye» ting samtidig. Om disse virkemidlene ikke får forventet effekt, skyldes det sannsynligvis at de kulturelle og kreative næringene har noen kjennetegn som skiller dem vesentlig fra andre næringer der virkemidlene har vist seg effektive.

Overordnet er strategien å tette hull i verdikjeden eller styrke ledd som er svake. Det vil si at man bygger opp de mer kommersielle delene av næringen. Disse delene utgjør nødvendige «meglere» for at kunstneren skal kunne nå ut til et (større) publikum – eller markedet.

I kultur og næring ligger det innebygde motsetninger, og det kan være bra for begge områdene. Kunstnere drives gjerne av å kunne oppnå en ikke-økonomisk anerkjennelse, og kunsten i seg selv og dens kvalitet oppleves som mye viktigere enn økonomisk fortjeneste av kunsten. Like fullt må det penger inn for at det skal skapes god, djerv og spennende kunst og kultur. Det ligger til grunn en anerkjennelse av at det er flere enn de utøvende kunstnere som bidrar til at kultursektoren er et attraktivt sted å jobbe. Det er like mye de utenfor rampelyset, for eksempel managere, kuratorer og produsenter, som er viktige for å bygge bransjen. Om det er næringsutvikling man vil ha, må man ofte lenger ut i verdikjeden enn det skapende leddet.

Det er på sin plass å påpeke her at flere av disse bransjene gir verdier som ikke er målbare i form av økonomiske verdier. Dette gjelder spesielt for virksomheten vi finner hos kunstneren og det skapende leddet. Hva kunst og kultur gir av opplevelser, følelser, nye perspektiver og kanskje spesielt livskvalitet, fanges ikke av våre forskningsmetoder.

#### **6.1.2 Når man nye brukere av næringsrettede virkemidler?**

Som vist har kulturell og kreativ næring kun i begrenset grad brukt næringsrettede virkemidler tidligere, hvilket bl.a. kan skyldes at disse nærin-

gene ikke har vært godt nok kjent med mulighetene, eller ikke oppfatter at man er i målgruppen. Videre er det flere tidligere undersøkelser som peker på at disse næringene kan falle mellom to stoler; de kan være for kommersielle til å omfattes av de kulturpolitiske virkemidlene, men samtidig for lite kommersielle til å nå frem i konkurransen om de næringsrettede virkemidlene. Å utforme virkemidler som i større grad treffer disse virksomhetene, kan derfor ses som et viktig mål for KKN-satsingen. Dette kan for eksempel måles i form av hvor mange virksomheter man når som er nye for virkemiddelapparatet.

Det kan imidlertid være en målkonflikt mellom det å nå nye virksomheter (i betydningen nye for virkemiddelaktøren, dvs. ikke nødvendigvis nyetablerte virksomheter) og det overordnede målet om økt verdiskaping. Det er ikke nødvendigvis slik at det er de nye virksomhetene som vil bidra mest til verdiskaping. En grunn til at de ikke har brukt virkemiddelapparatet tidligere, kan jo nettopp være at de ikke har blitt vurdert som tilstrekkelig lønnsomme (dvs. ikke nådd opp i konkurransen om tilskudd). Men uansett anser vi det som viktig å følge med på hvor mange «nye» virksomheter som får tilskudd eller annen form for støtte gjennom satsingen.

Selv om KKN-satsingen kun har virket en kort tid, så synes det som at virkemidlene som administreres av Kulturrådet, næringsutvikling og regional bransjeutvikling, i svært stor grad har nådd ut til nye grupper av brukere, som i liten grad tidligere har fått støtte gjennom andre næringsrettede ordninger. Dette er ikke i samme grad registrert for ordningene som Innovasjon Norge forvalter. Det kan naturligvis skyldes at det tar litt tid før ordningene generelt blir etablert, og at det på kort sikt kan være en lavere terskel for kulturvirksomheter å henvende seg til Kulturrådet enn til Innovasjon Norge. Dette er likevel en observasjon som bør følges nøye opp i det videre arbeidet.

### 6.1.3 Forvaltningen av tiltakene

Slik vi har forstått det, har Kulturdepartementet ønsket at tiltakene innenfor KKN-satsingen skal bygge på allerede eksisterende ordninger – så langt det er mulig. For eksempel fremgår det av oppdragsbrevene til Innovasjon Norge fra Kulturdepartementet at støtten til kulturell og kreativ næring skal forvaltes i tråd med føringer og regelverk for eksisterende ordninger (se omtale i kapittel 5.1.1). Videre skal «all tildelt støtte [...] være innenfor bestemmelser for de såkalte

gruppeunntakene i statsstøttereglene. [...] Støtte vil i hovedsak bli gitt etter regler for støtte til utvikling, innovasjon, innovasjonsklynger, SMB-støtte og bagatellstøtte». Flere av NAA-ene har også valgt å basere sine nye ordninger på allerede eksisterende ordninger, og har også benyttet eksisterende søkeportaler eller lignende, for eksempel stikk.no.

Ordningene i Kulturrådet er nye. Også om Kulturrådet har lang erfaring med å forvalte en rekke kulturpolitiske tilskuddsordninger, så bygger ordningene i KKN-satsingen på en annen logikk hvor det bl.a. tas hensyn til potensial for næringsutvikling og økonomisk bærekraftighet. Seksjon for kunstnerøkonomi, som administrerer tilskuddsordningene, melder også fra om at man innledningsvis har brukt ressurser på å bygge opp intern kompetanse om bransjene. I øvrige tilskuddsordninger fra Kulturrådet er det i stor grad den kunstneriske kvaliteten som er avgjørende. Den administrative håndteringen av søknader følger imidlertid i prinsippet samme modell som andre ordninger som Kulturrådet forvalter.

Gitt at alle ordningene er relativt begrensede, er det hensiktsmessig å bygge mest mulig på allerede eksisterende modeller og «infrastruktur» for tilskuddsordninger og administrasjonen av disse. Det betyr både at ordningene relativt raskt ble etablert, og at de administrative kostnadene for hvert enkelt tiltak sannsynligvis er lave.

### 6.1.4 Momenter som bør følges opp videre

Utover målgrupper, hvem som er mottaker av støtte, og selve forvaltningen av ordningene er andre momenter som bør følges opp i den videre følgeevalueringen, følgende:

- *Geografisk fordeling:* Selv om dette kun er et mål for den regionale bransjeutviklingsordningen, vil dette også være relevant å se på for øvrige ordninger. De kulturelle og kreative næringene er representert over hele landet, og bruken av ordningene bør i prinsippet gjenspeile dette. Som vist i figur 6.1 er det så langt relativt stor skjevhet i tildelingen av støtte, med en klar overvekt av støttemottakere på Østlandet. I den grad geografiske forskjeller vedvarer, er det også relevant å analysere mulige årsaker til dette. Det kan for eksempel være at det finnes regionale virkemidler som brukes isteden, eller strukturelle forskjeller i næringene. Gitt at det i 2020 gjennomføres en regionreform, hvor regio-

nene kan få større ansvar både for næringsutvikling og kulturpolitikk, er dette momentet ekstra interessant å følge opp.

- *Bransjefordeling:* Her kan det være interessant å se om bransjefordelingen over tid gjenspeiler bransjenes størrelse eller kommersialiseringspotensial, og hva som eventuelt kan forklare en utvikling som ikke er som forventet. Her kan det for eksempel være aktuelt å følge opp om det er forskjell mellom de bransjer som er mer kulturelle, og de mer kommersielle (kreative) næringene (ref. figur 1.1). Det finnes internasjonale forskere som tar til orde for at det er på tide å skille kultur ut fra de kreative næringene (Bakhshi og Cunningham 2016).
- *Kommunikasjonsarbeidet:* Hvordan arbeider virkemiddelaktørene ut mot bedriftene? Dette henger i stor grad sammen med hvilke virksomheter man når, både knyttet til tidligere kjennskap til virkemidlene, den geografiske fordelingen og bransjefordelingen. I nullpunktanalysen har vi ikke sett på dette arbeidet i detalj, men det er en viktig del av den videre evalueringen.
- *Samarbeid* mellom de deltagende virkemiddelaktørene og med andre relevante virkemiddelaktører. Dette er kanskje spesielt relevant å se på videre i lys av den pågående områdegjennomgangen av alle næringspolitiske virkemidler. Denne gjennomgangen kan resultere i endrede ansvarsforhold. Dette vil sannsynligvis ikke påvirke KKN-satsingen direkte, da denne «eies» av Kulturdepartementet og dermed ikke er gjenstand for områdegjennomgangen, men det kan ha betydning for Innovasjon Norge og for andre potensielle samarbeidspartnere i virkemiddelapparatet. Også her kan regionreformen få betydning.

Listen ovenfor er på ingen måter uttømmende, og heller ikke fastsatt – dvs. at vi forventer at det vil dukke opp en rekke utfordringer og momenter som må følges opp. For eksempel vil det komme nye politiske føringer, det vil være bransjespesifikke utfordringer og strukturelle endringer, for eksempel digitalisering, som helt sikkert vil ha betydning både for innretning og måloppnåelse.

## 6.2 Plan for videre arbeid

Følgeevalueringen skal pågå frem til 2022, og skal utover denne nullpunktanalysen bestå av en midtveisevaluering, som gjennomføres i løpet av 2020, og en sluttevaluering i 2022. Ved begge

disse evalueringene vil vi gjennomføre en grundig analyse av så vel virkemiddelaktørene som de aktører som har fått støtte eller på annen måte deltatt i satsingen. For sistnevnte vil det bl.a. være viktig å følge opp hvilken betydning deltakelse i satsingen har hatt for den enkelt bedrift og bransje. Oppfølgingen av mottakere vil kun omfatte dem som har fått støtte eller deltatt i kompetanseprogrammene i Innovasjon Norge og hos Kulturrådet. For NAA-ene vil de to evalueringene i prinsippet kun omfatte de seks organisasjonene, men støttemottakerne her vil allikevel inkluderes i spørreundersøkelser.

Ettersom deler av KKN-satsingen har som mål å «styrke enkeltkunstnernes muligheter for økte inntekter», er det også viktig å følge opp inntektsutviklingen for disse. For kunstnere som er direkte mottakere av støtte fra Kulturrådet, vil dette skje gjennom oppfølgingen av ordningene i Kulturrådet, mens det vil være mer utfordrende å nå andre kunstnere. Vi vil tilnærme oss dette gjennom spørreundersøkelse og intervjuer med støttemottakere som samarbeider med enkeltkunstnere.

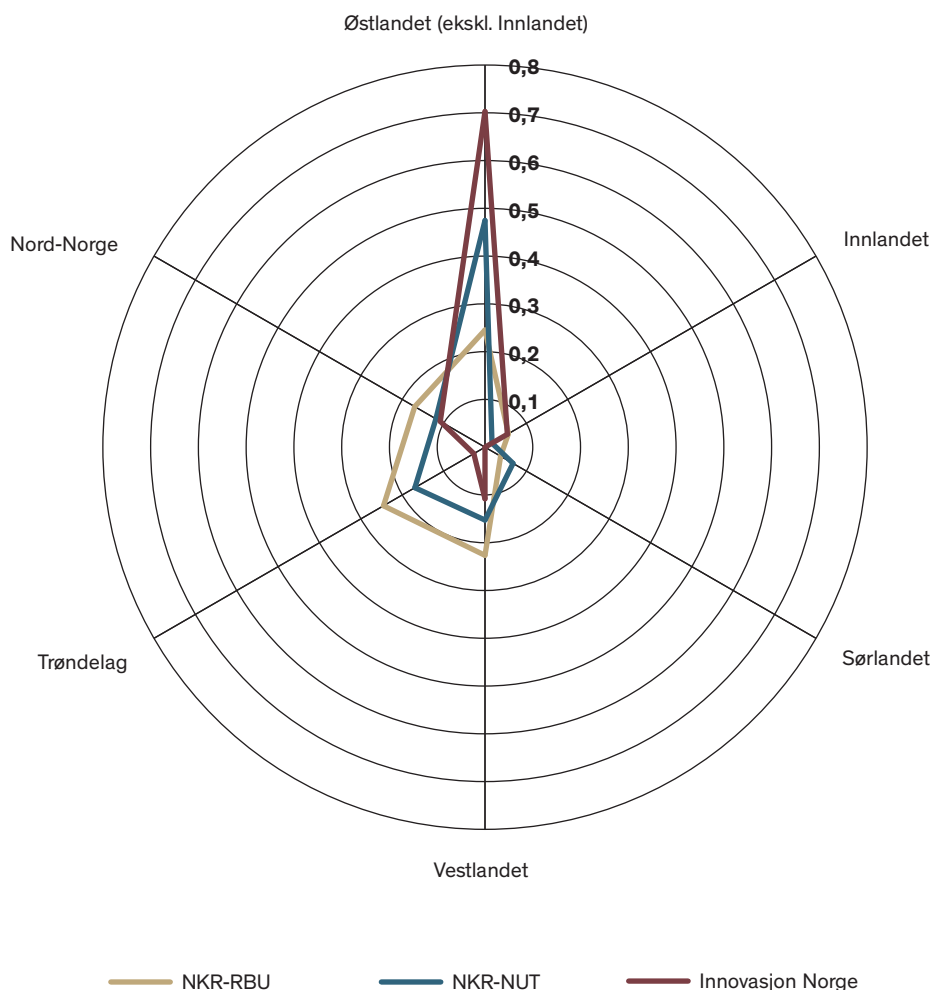
### 6.2.1 Utvikling av indikatorer

Når man skal følge med på resultater av satsingen, må man ha noen indikatorer som man med jevne mellomrom kan måle (tallfeste), og som kan si noe om utviklingen.

#### Kriterier for gode indikatorer

En indikator er en størrelse som er innrettet slik at høye, alternativt lave verdier signaliserer bra eller dårlig kvalitet eller effektivitet. Følgende kriterier er nyttige ved vurdering av hvorvidt en størrelse kan fungere som en indikator:

1. Indikatoren skal angi retning, dvs. at høye eller lave verdier er et uttrykk for bra eller dårlig «kvalitet og/eller effektivitet».
2. Indikatoren skal være relevant og belyse et område som kan utvikles og speile en eller flere dimensjoner av «kvalitet og/eller effektivitet».
3. Indikatoren skal være valid, dvs. at den måler det man ønsker å belyse, og at den måles på en pålitelig måte i et system som samler inn data på likeartet måte hvert år (eller annen valgt periode).
4. Indikatoren skal være akseptert og bygge på kunnskap, for eksempel retningslinjer, vitenskap, lov/forskrift, dokumentert erfaring, konsensus eller kunnskap innhentet fra den/dem det berører.



Figur 6.1. Geografisk fordeling av KKN-satsingen, begrenset til støtte fra Innovasjon Norge (Bedriftsnettverk og Eksportprogram) og fra Kulturrådet (NUT og RBU). 2017–2018. Kilde: Kulturrådet, Innovasjon Norge.

5. Indikatoren skal være mulig å påvirke slik at en aktør i det aktuelle området kan påvirke indikatorens utfall.
6. Indikatoren skal være målbar og skal kunne måles med nasjonalt tilgjengelige og kontinuerlig innsamlede data.

Gjennom å utforme indikatorer og prøve dem mot kriteriene listet ovenfor er det mulig å kvalitetssikre utviklingen av indikatorer. Dette innebærer også at nye indikatorer kan utformes på en mer enhetlig og systematisk måte.

### Indikatorer sammenlignet med andre nøkkeltall

Indikatorer skiller seg fra andre typer nøkkeltall på grunn av de krav eller kriterier som stilles til en indikator. Nøkkeltall har som oftest ikke en oppgitt retning, men kan likevel være viktige å følge opp og monitorere over tid. Befolkningsstruktur og geografiske forutsetninger er eksempler på nøkkeltall man kan følge med på. Felles

for disse typer nøkkeltall er at de vanskelig lar seg påvirke av aktørene. De kan imidlertid brukes for å gi ytterligere forklaring til en indikators utfall.

Et nøkkeltall skal være relevant (kriterium 2), valid (kriterium 3) og målbart (kriterium 6), men trenger ikke å oppfylle de øvrige tre kriteriene (retning, akseptert og påvirkbar).

En indikator som er ønskelig, men som det foreløpig ikke er mulig å måle, for eksempel grunnet manglende data, kan klassifiseres som en utviklingsindikator (oppfyller kriteriene 1–5, men ikke 6).

### Forslag til indikatorer og måling

Følgeevalueringen har til hensikt å kvalitetssikre KKN-satsingen, legge til rette for god måloppnåelse og bidra til økt kunnskap om kultur som næring. Det er kanskje spesielt for de to første målene det er nødvendig å ha noen indikatorer for å måle arbeidet som gjøres innenfor KKN-satsingen. Videre betyr dette at vi trenger indikatorer som kan si noe overordnet om satsingen,

både for hele satsingen samlet og for de enkelte virkemiddelaktørene (programnivå), hvordan de forskjellige virkemiddelaktørene arbeider med de enkelte ordningene (tiltaksnivå), og nytten for de enkelte mottakerne (mottakernivå). Noen indikatorer vil være rent kvantitative (telleanter som antall søknader, støttebeløp mv.), mens andre vil være mer kvalitative (grad av samarbeid, opplevd nytte mv.).

Det ideelle er å bruke indikatorer som måler resultater og effekter, men som regel er det også relevant å inkludere indikatorer som måler hvor mange / hvilke aktiviteter som gjennomføres. Indikatorer for aktivitet brukes gjerne der det ikke finnes indikatorer for resultat eller effekt, eller i tilfeller der det er mange andre forhold enn den offentlige innsatsen som vil påvirke utviklingen for resultat og effektnivå. Aktivitetsindikatorer vil gjerne være tettere koplet til den innsatsen som gjøres.

På mottakernivå vil vi gjennomføre spørreundersøkelser og innhente data fra Bisnode og Samspillsdatabasen for alle som mottar tilskudd fra Innovasjon Norge (eksportprogram eller bedriftsnettverk) eller fra Kulturrådet (næringsutvikling og regional bransjeutvikling).

### Utfordringer knyttet til måling av måloppnåelse

Når det gjelder måling av utviklingen for de valgte indikatorene, er det særlig én utfordring, og det er tilgang til en kontrollgruppe. Prinsipielt er det mulig å skape en kontrollgruppe av de virksomheter innenfor de kulturelle og kreative næringene som ikke deltar i satsingen. Hvis det er slik at de virksomheter som deltar, er et helt representativt utvalg av alle virksomheter i de aktuelle næringene, kan man ved hjelp av økonomiske metoder avdekke om det er noen forskjeller i utviklingen mellom de to gruppene, og som da eventuelt kan tilskrives deltakelse i satsingen. Problemet her er at vi ikke kan være sikre på at deltakende virksomheter utgjør et representativt utvalg; det kan for eksempel ikke utelukkes at de som deltar, er de som har størst evne til å lykkes (dvs. at det er en form for selvseleksjon). Videre er flere av virksomhetene i de aktuelle næringene så små at de ikke er regnskapspliktige, dvs. at vi ikke vil gjenfinne økonomiske data for dem i regnskapsregistrene.

Vi vil derfor bruke en alternativ fremgangsmåte, som er å måle endringer over tid. På denne måten blir virksomhet X kontrollgruppen for seg selv, og virksomhet Y blir kontrollgruppen for seg. I tillegg kan vi sammenlikne utvikling mellom de

ulike virksomhetene og forsøke å identifisere om utviklingen er bedre/dårligere for noen, og eventuelle årsaker til dette.

Kausalitetsutfordringene er imidlertid fortsatt til stede siden vi ikke vet sikkert om utviklingen i virksomheten skyldes den faktiske innsatsen. Dette er grunnen til at man ikke kan hvile på en enkelt indikator for å beskrive utviklingen. Dersom flere typer data indikerer at satsingen har bidratt til utvikling i samme retning, er det større sannsynlighet for at satsingen har hatt en positiv virkning, enn om ulike data peker i ulike retninger. Derfor er det behov av flere indikatorer som måler tilnærmet det samme, og en blanding av resultat-, effekt og aktivitetsindikatorer.

Ytterligere en utfordring er tidsaspektet. Det kan for mange bedrifter, organisasjoner og bransjer ta lang tid å bygge opp en bærekraftig virksomhet. For dem som har fått støtte de to til tre første årene, kan det sannsynligvis være mulig å si noe om de økonomiske effektene ved tidspunktet for sluttevalueringen (dvs. i 2022), men for dem som kommer med senere, kan dette være vanskelig. Men med gode indikatorer bør det være mulig å gjennomføre «enklere» målinger også etter 2022 hvis man ønsker å følge med på hvordan det går for tilskuddsmottakerne.

### Oversikt over indikatorer

Tabell 6.1–6.4 gir en oversikt over indikatorer og de forskjellige nivåene indikatorene vil brukes på. Den konkrete utformingen av indikatorene vil gjøres i samarbeid med de berørte virkemiddelaktørene i forbindelse med oppstart av midtveisevalueringen. Indikatorene vil beregnes for året før satsingen (2016),<sup>44</sup> og for hvert år deretter. Innhenting og beregning av eventuelle historiske tall vil være en del av midtveisevalueringen. Beregningen av indikatorene på mottakernivå krever at data om søknader og tilsagn er knyttet til et organisasjonsnummer.

Tabell 6.1–6.4 viser hvilke «grunndata» som vil bli samlet inn, og hvordan de vil brukes til å utforme indikatorer. Det er også mulig å bruke disse dataene til å gjøre ytterligere analyser, for eksempel gjennom å krysskople dem. Hvor mange slike krysskoplinger eller analyser som skal gjøres, avhenger selvsagt av formålet. Her er det viktig å skille mellom det som er nødvendig informasjon for å svare på spørsmålene i evalu-

44 For regnskapsdata og Samspillsdatabasen kan det være aktuelt med lengre historiske tidsserier.

TABELL 6.1. OVERSIKT OVER INDIKATORER PÅ PROGRAMNIVÅ.

| INDIKATOR                                           | HENSIKT                                                                                                           | HVORDAN MÅLE                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INVESTERINGSNIVÅ I KULTURELL OG KREATIV NÆRING      | Måle oppnåelsen av delmål 1: Økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester.   | Utvikling i egenkapital i bransjene. Regnskapsdata: endring i eiendeler og gjeld.                                                                                           |
| OMSETNING I KULTURELL OG KREATIV NÆRING             |                                                                                                                   | Omsetning i de bransjer som inngår i kulturell og kreativ næring – totalt og fordelt pr. bransje (regnskapsdata).                                                           |
| KUNNSKAP OM KULTUR SOM NÆRING                       | Måle oppnåelsen av delmål 2: Økt kunnskap om kultur som næring og hvordan virkemiddelinnsett kan koordineres.     | Kvalitativ vurdering basert på intervjuer med virkemiddelaktørene og deltakende bedrifter. Samspillsdatabasen – følge bransjens bruk av virkemidler over tid. Medieanalyse. |
| KOORDINERING AV VIRKEMIDDELINNSATS                  |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                             |
| ANTALL NYETABLERINGER I KULTURELL OG KREATIV NÆRING | Måle oppnåelsen av delmål 3: Flere vekstkraftige bedrifter og økt verdiskaping innen kulturell og kreativ næring. | Regnskapsdata:<br>Antall/andel bedrifter yngre enn 3 år.<br>Antall/andel «nye» bedrifter fra forrige år.                                                                    |
| OVERLEVELSESRATE                                    |                                                                                                                   | Regnskapsdata: andel bedrifter som har overlevd fra et år til neste. Andel bedrifter som overlever minst 3 år.                                                              |
| VERDISKAPING I KULTURELL OG KREATIV NÆRING          |                                                                                                                   | Regnskapsdata<br>Bruttoproduksjonen i næringen: omsetning – produktinnsats (driftsresultat + lønn)                                                                          |

TABELL 6.2. OVERSIKT OVER INDIKATORER FOR VIRKEMIDDELAKTØRENE.

| INDIKATOR                                                               | HENSIKT                                                                                                                                                                    | HVORDAN MÅLE                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| TOTALE TILSKUDD TIL GRÜNDERE (BEDRIFTER YNGRE ENN 5 ÅR)                 | Måle hvorvidt Innovasjon Norges samlede satsing gir:                                                                                                                       | Aggregering av data for de enkelte tiltakene i IN, se tabell 6.3.              |
| ANTALL UNIKE BEDRIFTER SOM HAR FÅTT TILSKUDD                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• flere gode gründere</li> <li>• flere vekstkraftige bedrifter</li> <li>• innovative næringsmiljøer.</li> </ul>                     |                                                                                |
| ANTALL UNIKE BEDRIFTER SOM HAR FÅTT LÅN                                 | Øvrige mål/resultater (investeringer, innovasjonsevne, internasjonal konkurransekraft, økt kunnskap) måles gjennom å aggregere indikatorer på tiltaks- eller mottakernivå. |                                                                                |
| ANTALL NETTVERK OG KLYNGER SOM HAR FÅTT TILSKUDD                        |                                                                                                                                                                            |                                                                                |
| ANTALL DELTAKERE I KOMPETANSETILTAK                                     | Måle oppnåelsen av de mål Kulturrådet har i satsingen, dvs. økt forretningskompetanse, økt entreprenørskap, bedret kunstnerøkonomi, kunnskapsutvikling, og møteplasser.    | Aggregering av data for de enkelte tiltakene i Kulturrådet, se tabell 6.3.     |
| ANTALL ENKELTKUNSTNERE SOM HAR FÅTT STØTTE                              |                                                                                                                                                                            |                                                                                |
| ANTALL ENKELTKUNSTNERE SOM ER TILKNYTTET VIRKSOMHET SOM HAR FÅTT STØTTE |                                                                                                                                                                            |                                                                                |
| ANTALL MØTEPlassER SOM ER ARRANGERT                                     | Øvrige mål/resultater (bedre tjenester, styrket distribusjon, formidling, markedsføring og salg) måles gjennom å aggregere indikatorer på tiltaks- eller mottakernivå.     |                                                                                |
| ANTALL NYE VIRKSOMHETER SOM HAR FÅTT STØTTE                             |                                                                                                                                                                            |                                                                                |
| ANTALL ETABLERTE VIRKSOMHETER SOM HAR FÅTT STØTTE                       |                                                                                                                                                                            |                                                                                |
| ANTALL SØKNADER                                                         | Mål for NAA-ene.                                                                                                                                                           | Aggregering av data for de enkelte tiltakene i hver enkelt NAA, se tabell 6.3. |
| ANTALL TILSKUDD                                                         |                                                                                                                                                                            |                                                                                |
| TILSKUDDENES STØRRELSE, TOTALT OG GJENNOMSNITT PR. PROSJEKT             |                                                                                                                                                                            |                                                                                |
| EV. ANDRE TILPASSEDE INDIKATORER FOR DEN ENKELTE NAA                    |                                                                                                                                                                            |                                                                                |

TABELL 6.3. OVERSIKT OVER INDIKATORER FOR TILTAKENE.

| INDIKATOR                                                     | HENSIKT                                                                         | HVORDAN MÅLE                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ANTALL SØKNADER                                               | Sier noe om synlighet                                                           | Innhentes fra virkemiddelaktørene: <ul style="list-style-type: none"> <li>søknadslister</li> <li>data om mottakere (organisasjonsnr., prosjektnavn, sted, søkt beløp, bevilget beløp)</li> </ul> |
| ANTALL TILSAGN                                                | Tellekant                                                                       |                                                                                                                                                                                                  |
| GJENNOMSNITTLIG ANTALL SØKNADER FØR TILSLAG                   | Hvor vanskelig det er å nå frem med en søknad                                   |                                                                                                                                                                                                  |
| TOTALT BEVILGET BELØP                                         | Tellekant                                                                       |                                                                                                                                                                                                  |
| GJENNOMSNITTLIG BELØP PR. TILSKUDD                            | Tellekant                                                                       |                                                                                                                                                                                                  |
| ANDEL NYE TILSKUDDSMOTTAKERE                                  | Når man nye virksomheter/bedrifter?                                             |                                                                                                                                                                                                  |
| BRANSJEFORDELTE TALL: SØKNADER, TILSKUDD OG BELØP PR. BRANSJE | Er det behov for fremstøt mot enkelte bransjer?                                 |                                                                                                                                                                                                  |
| GEOGRAFISK FORDELING: SØKNADER, TILSKUDD OG BELØP PR. REGION  | Geografisk spredning: når man hele landet / der hvor bransjene er representert? |                                                                                                                                                                                                  |
| (ANTALL HENVENDELSER)                                         | Synlighet                                                                       |                                                                                                                                                                                                  |
| ANTALL INVESTORER SOM HAR VÆRT INVOLVERT                      | For investorprogrammene                                                         |                                                                                                                                                                                                  |
| ANTALL INFORMASJONSMØTER                                      | Hvordan markedsføres ordningen?                                                 |                                                                                                                                                                                                  |
| ANTALL OPPSLAG I MEDIA                                        | Hvor kjent er ordningene?                                                       | Søk i mediearkiv/medieanalyse                                                                                                                                                                    |

TABELL 6.4. OVERSIKT OVER INDIKATORER FOR MOTTAKERNE.

| INDIKATOR                                                                                                                                       | HENSIKT                                                         | HVORDAN MÅLE                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ØKONOMISKE NØKKELTALL (OMSETNING, RESULTAT, ANSATTE, INVESTERINGER/KAPITALTILGANG)                                                              | Hvordan går det med bedriftene som mottar støtte?               | Bisnode/regnskapsdata                                                                                                                                                                     |
| BRUK AV ANDRE VIRKEMIDLER                                                                                                                       | Virkemiddelkjeden                                               | Samspillsdatabasen                                                                                                                                                                        |
| KOMPETANSEINIVÅ I BEDRIFTEN: ANDEL SOM SVARER AT TILSKUDDET ELLER DELTAKELSEN I ET PROGRAM E.L. HAR BIDRATT TIL ØKT KOMPETANSEINIVÅ I BEDRIFTEN | Har bedriftene fått økt kompetanse om f.eks. bedriftsutvikling? | Spørreundersøkelse: I hvor stor grad har deltakelsen/tilskuddet bidratt til økt kompetanse om bedriftsutvikling? Svar på skala 1–4 hvor 1 = ikke bidratt og 4 = bidratt i svært stor grad |
| EKSSPORTINNTEKTER SOM ANDEL AV TOTALE INNTEKTER                                                                                                 | Bidrar støtten til økt internasjonalisering?                    | Spørreundersøkelse (kan ikke identifiseres i regnskapsdata)                                                                                                                               |
| BRUK AV ANDRE TILSKUDD                                                                                                                          | Samspill med andre virkemidler                                  | Samspillsdatabasen, spørreundersøkelse for å dekke tilskudd mv. som ikke inngår i Samspillsdatabasen.                                                                                     |

eringen og det som er informasjon som kan være interessant, men egentlig ikke gir noen merverdi for evalueringen (dvs. at man må skille mellom need-to-know og nice-to-know).

Det er viktig å være klar over at indikatorene kun kan måle deler av målene for ordningene. Disse må derfor kompletteres med mer kvalitativ informasjon, som innhentes gjennom intervjuer og spørreundersøkelser til berørte aktører. Disse vil for eksempel brukes til å innhente informasjon om mottakernes erfaring med ordningene, og hvorvidt de svarer på de utfordringer man har. Her kan også spørsmål om samarbeid, strukturelle endringer (for eksempel digitalisering) og andre rammevilkår inngå.

## 6.2.2 Bruk av caser

For å få en fordypet kunnskap om bedriftene som mottar tilskudd, og ikke minst hvilke utfordringer de har støtt på og hvilken nytte de har hatt av tilskuddene, vil vi bruke casemetodikken. Dette er en god metode for å få kunnskap om «hvorfor» og «hvordan», men gir ikke nødvendigvis noen representativ kunnskap om hele populasjonen, dvs. alle bedrifter som får støtte. For sistnevnte vil vi allerede innhente informasjon gjennom statistiske analyser og spørreundersøkelser, men det er ikke nødvendigvis slik at den informasjonen kan si noe om kausaliteter.

Vi vil derfor velge ut et antall caser, dvs. bedrifter, som vi følger opp særskilt. Dette vil

TABELL 6.5. TENTATIV TIDSPPLAN FOR MIDTVEISEVALUERINGEN.

| AKTIVITETER                          | 2020 |      |      |      |     |      |    |
|--------------------------------------|------|------|------|------|-----|------|----|
|                                      | JAN. | FEB. | MARS | APR. | MAI | JUNI | 2H |
| OPPSTARTSRAPPORT                     | X    |      |      |      |     |      |    |
| DOKUMENTANALYSER                     |      |      |      |      |     |      |    |
| INNHEMTING OG ANALYSE AV INDIKATORER |      |      |      |      |     |      |    |
| DYBDEINTERVJUER                      |      |      |      |      |     |      |    |
| CASER                                |      |      |      |      |     |      |    |
| SPØRREUNDERSØKELSE                   |      |      |      |      |     |      |    |
| RAPPORTSKRIVING                      |      |      |      |      |     |      |    |
| MØTE MED VIRKEMIDDELAKTØRENE         |      |      | X    |      |     |      | X  |
| FORMIDLING                           |      |      |      |      |     |      |    |

\* 2h = 2. halvår 2020

omfatte bedrifter som var de første til å få tilskudd (dvs. fra 2017), men også bedrifter som kommer inn i ordningen etter hvert. Gjennom å inkludere bedrifter som kommer inn i ordningen på forskjellig tid, vil vi kunne fange opp endringer og tilpasninger i ordningene over tid. Det er også ønskelig at casene fanger opp de forskjellige ordningene, forskjellige bransjer og geografi. Samtidig bør ikke antallet caser blir for mange. Vårt forslag til antall caser er

- Innovasjon Norge: 1 fra hvert eksportprogram, og 1–3 som har fått støtte til Bedriftsnettverk hovedprosjekt (2018, 2019 og ev. 2020). Totalt 8–10.
- Kulturrådet: 1 fra hhv. Næringsutvikling og Regional bransjeutvikling pr. år. Totalt 10 (forutsatt at siste år er 2021). Eventuelt også 2–3 caser fra andre tiltak.
- NAA: ingen detaljerte caser, men dybdeintervjuer med et utvalg tilskuddsmottakere, anslagsvis 2–3 pr. NAA.

De bedrifter som allerede har fått støtte, vil bli kontaktet med forespørsel om å bidra i følgeevalueringen i 2019, mens øvrige bedrifter vil kontaktes fortløpende. For dem som er villige til å stille opp, vil vi sammenstille kvantitative data samt kort beskrive virksomheten, hvor vi i størst mulig grad vil hente informasjon fra tilgjengelig statistikk, nettsider og annen skriftlig informasjon. På dette stadiet vil vi kun ha en kort samtale med bedriften, men også gi den mulighet til å kvalitetskontrollere beskrivelsen av virksomheten og prosjektet man har fått støtte til. Dybdeintervjuer med virksomhetene vil først gjennomføres i

forbindelse med midtveiseevalueringen i 2020 og sluttevalueringen i 2022.

### 6.2.3 Medieanalyse

For å følge satsingen over tid ønsker vi å gjøre en medieanalyse av nyhetsartikler på nett og papir som omtaler kulturelle og kreative næringer som felt og spesielt satsingen som er gjenstand for evaluering. Vi vil basere oss på mediesøk gjennom ulike databaser og overvåking av aviser og annen presse – både nettbasert og papir.

Analysen vil for det første være en kvantitativ gjennomgang av medieoppslagene, som fokuserer på antall oppslag og hvilke medier som omtaler området.

Dette vil suppleres med en mer kvalitativ analyse, for å få et innblikk i hvilke typer nyheter/saker som tas opp av media, og hvorvidt disse er basert på informasjon som for eksempel pressemeldinger og intervjuer, eller det er saker media selv griper tak i gjennom kritisk journalistikk.

### 6.2.4 Midtveiseevalueringen

I 2020 skal det gjennomføres en midtveiseevaluering av KKN-satsingen. I midtveiseevalueringen vil vi i større grad se på effekter hos de virksomheter som har deltatt i ordningene i Innovasjon Norge og Kulturrådet. Dette vil dels omfatte alle virksomheter, hvor vi vil hente ut data fra regnskapsdatabasen og Samspillsdatabasen, og også gjennomføre en elektronisk spørreundersøkelse. Videre vil vi gå mer i dybden i de utvalgte casene, hvor vi bl.a. vil gjennomføre dybdeintervjuer med representanter for virksomhetene.

Midtveisevalueringen vil selvsagt også se på gjennomføringen av ordningene, dvs. det arbeidet som gjennomføres i virkemiddelapparatet. Som i nullpunktanalysen vil dette baseres på oppdrags-, tildelings- og tilskuddsbrev, årsrapporter og dybdeintervjuer med Kulturrådet, Innovasjon Norge og NAA-ene.

Det er også aktuelt å intervju representanter fra bransjeorganisasjoner og andre aktører som er berørt av ordningene. Sistnevnte kan for eksempel omfatte andre virkemiddelaktører og fylkeskommunene.

# Referanseliste

---

- Andersen, T., K. Ibenholt og A. Hauge. 2018. *Mellom tech og kultur Kulturinkubatoren og dens plass i utviklingen av kreative og kulturelle næringer i Stavanger-regionen*. Rapport 02/2018, Kunnskapsverket
- Bakhshi, H. og S. Cunningham. 2016. Cultural policy in the time of the creative industries: National endowment for science, technology and the arts. Notat fra Nesta [<https://www.nesta.org.uk/report/cultural-policy-in-the-time-of-the-creative-industries/>]
- Bjørseth, P. 2009. Innlegg fra KRD. Presentert på dialogseminaret «Kulturnæringssatsing mot framtida», 2009. Vadsø
- Bråtå, H.O., B. Ericsson og J. Kristoffersen. 2007. *Kunnskapsbehov innen kultur- og opplevelsesnæringene*. Rapport 2007/11, Østlandsforskning
- Bugge, M.M. og A. Isaksen. 2007. *Kultur – Retur. Fylkeskommunenes satsinger på kulturbasert næringsutvikling*, Rapport 4/2007. NIFU-STEP, Oslo og Grimstad
- Caves, R. 2000. *Creative Industries: contracts between art and commerce*. Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- Christophers, B. 2008. Television's Power Relations in the Transition to Digital: The Case of the United Kingdom. *Television New Media* 9(3): 239–257
- Deloitte. 2012. Kultur- og oplevelsesøkonomien i Danmark Evaluering af aftale fra 20. juni 2007 om styrkelse af kultur- og oplevelsesøkonomien i Danmark
- Department for Digital, Culture, Media and Sport. 2001. Creative Industries Mapping Documents 2001. <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
- Erhvervs- og Byggestyrelsen. 2007. Retningslinjer for oplevelseszonerne
- Ericsson, B. 2017. *Kulturelle næringer – innovasjon og lønnsomhet*. Rapport 02/2017, Kunnskapsverket
- Ericsson, B. og T. Andersen. 2016. *Hvordan lykkes stort som små?* Rapport 2016/05, Østlandsforskning
- Espelien, A. og A.-B. Gran. 2011. *Kulturnæringens betydning for norsk økonomi, Status og utvikling 2000–2009*, Menon Rapport 9/2011
- Europakommisjonen. 2017. *Mapping the creative value chains. A study on the economy of culture in the digital age: Final report*. Luxembourg: Publications Office of the European Union
- EY. 2014. Creating growth: Measuring cultural and creative markets in the EU. Report to European Grouping of Societies of Authors and Composers (GESAC)
- Garnham, N. 2005. From cultural to creative industries. *International Journal of Cultural Policy* 11(1): 15–29
- Gran, A.-B., Ø. Torp og M. Theie. 2016. *Kreativ næring i Norge 2008–2014*. Oslo: BI Centre for Creative Industries
- Hansen, T.B., D. de Paoli, B. Brastad og H. Furre. 2010. *To mål – to midler. Økt kunnskap om virkemidlene for kulturnæringene*. Oxford Research og Handelshøyskolen BI
- Haraldsen, T., S.K. Flygind, K. Overvåg og D. Power. 2004. *Kartlegging av kulturnæringene i Norge – økonomisk betydning, vekst og utviklingspotensial*. Østlandsforskning, rapport 10/2004
- Haraldsen, T., S.E. Hagen og P.K. Alnes. 2008. *Kulturnæringene i Norge muligheter og utfordringer – en oppdatering av kartleggingen fra 2004*, Østlandsforskning, rapport 12/2008
- Hauge, A., S.E. Hagen, B. Ericsson, P.K. Alnes, M. Aure, T. Kvidal, V. Nygård og D. Power. 2013. *Evaluering av Intro - fond for kulturnæringen i Tromsø*, Østlandsforskning, rapport 06/2013
- Hauge, A. og O. Håmpland. 2014. *Easier Said Than Done. Kartlegging og evaluering av virkemidler for film- og musikknæringen i Trøndelag*. Østlandsforskning, rapport 11/2014

- Hauge, A. og K. Overvåg. 2009. *Kartlegging av eksisterende informasjon om næringene musikk, film, design og arkitektur*. Østlandsforskning, rapport 06/2009
- Ibenholt, K. 2017. *Virkemidler for næringsutvikling i bokbransjen*, Rapport 8/2017. Kunnskapsverket
- Ibenholt, K., A. Hauge, T. Haraldsen, B. Ericsson og A. Rykkja. 2015. *De gode hjelperne – nasjonale virkemidler for utvikling av kulturelle næringer*. Rapport nr. 03-2015. Kunnskapsverket: Lillehammer
- Innovasjon Norge og Kulturrådet. 2014. Status 2014 Verdiskapingsprogrammet for kulturnæringen. Notat til styringsgruppen for kulturnæringssettingen
- Kretschmer, M., G.M. Klimis og C.J. Choi. 1999. Increasing returns and social contagion in cultural industries. *British journal of management*, 10(s1), s. 61–72
- Kulturdepartementet. 2016. Statsbudsjettet 2017: 70 millioner kroner til kulturell og kreativ næring. Pressemelding datert 06.10.2016, hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/70-millioner-kroner-til-kulturell-og-kreativ-naring/id2514480/>
- Kulturdepartementet. 2018. Kulturens kraft. Kulturpolitikk for framtida. Meld. St. 8 (2018–2019)
- Malasevska, I. og B. Ericsson. 2019. *Der ingen skulle tru ... Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo*. Rapport 01/2019. Kunnskapsverket
- Olsen, E.F. og B. Kramvig. 2009. Kultur som næring – møter som sammenstøter? *Magma* 09-2009, s. 22–29
- Oslo Economics. 2015. *Evalueringsrapport av kulturnæringssettingen*. OE-rapport 2015\_27
- Power, D. og D. Hallencreutz. 2007. Competitiveness, local production systems and global commodity chains in the music industry: entering the US market. *Regional Studies*, Volume 41, 3, s. 377–389
- Power, D. og J. Jansson. 2008. Cyclical Clusters in Global Circuits: Overlapping Spaces and Furniture Industry Trade Fairs. *Economic Geography* Vol. 84, No. 4, s. 423–448
- Pöyry. 2010. *Evalueringsrapport av Innovasjon Norge*. Rapport 2010-054
- Rykkja, A. 2017. *(Virke)apparatet bak musikken 2017*. Rapport 02/2017, Kunnskapsverket, Lillehammer
- Rønshaugen, M. og A. Hauge. 2018. *Mammons akkompagnement, næringsrettede virkemidler for scenekunst*. Rapport 05/2018. Kunnskapsverket
- Sverdrup, S. 2014. *Evalueringsrapport, tilnærming, modeller og eksempler*. Gyldendal. Oslo
- Throsby, D. 2002. *Economics and Culture*. Cambridge University Press. Cambridge
- Åstedt, E., G. Hallin og J. Strömblad. 2015. *Utvärdering av KReaNord. Nordisk ministerråds initiativ för kulturella och kreativa näringar 2008–2015*. TemaNord 2015:556

## Dokumenter fra virkemiddelaktørene

### Innovasjon Norge

- Statsbudsjettet 2017 – tilskudd til Innovasjon Norge. Brev fra Kulturdepartementet, datert 22.02.2017
- Statsbudsjettet 2018 – Oppdragsbrev til Innovasjon Norge. Brev fra Kulturdepartementet, datert 23.01.2018
- Statsbudsjettet 2018 – tillegg til oppdragsbrev. Brev fra Kulturdepartementet datert 19.12.2018
- Statsbudsjettet 2019 – Oppdragsbrev til Innovasjon Norge – kulturell og kreativ næring. Brev fra Kulturdepartementet datert 01.02.2019
- Oppdragsgiverrapport fra Innovasjon Norge 2017
- Oppdragsgiverrapport fra Innovasjon Norge 2018
- Oversikt over alle tilskuddsmottakere 2017–2018 innenfor ordningene:

- Arkitektur ut i verden
- Litteratur ut i verden
- Bedriftsnettverk, forprosjekt
- Bedriftsnettverk, hovedprosjekt
- Powered by Culture

### Kulturrådet

- Statsbudsjettet 2017 – tildelingsbrev – Norsk kulturråd. Brev fra Kulturdepartementet datert 25.01.2017
- Statsbudsjettet 2018 – tildelingsbrev – Norsk kulturråd. Brev fra Kulturdepartementet datert 18.01.2018
- Kulturrådets årsrapport 2017
- Kulturrådets årsrapport 2018
- Oversikt over alle tilskuddsmottakere 2017–2018 innenfor ordningene
- Næringsutvikling
  - Regional bransjeutvikling

## Music Norway

Statstilskudd for 2017 – tilskuddsbrev. Brev fra Kulturdepartementet datert 03.01.2017

Music Norway – statstilskudd for 2017 – korrigert tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 25.10.2017

Statstilskudd for 2018 – tilskuddsbrev. Brev fra Kulturdepartementet datert 08.01.2018

Music Norway Årsrapport 2017

## Norsk Film

Norsk filminstitutt – budsjett 2017 – endelig tildelingsbrev. Brev fra Kulturdepartementet datert 20.01.2017

Norsk filminstitutt – statsbudsjettet 2017 – supplerende tildelingsbrev nr. 2. Brev fra Kulturdepartementet datert 28.06.2017

Norsk filminstitutt – statsbudsjettet 2017 – supplerende tildelingsbrev nr. 3. Brev fra Kulturdepartementet datert 02.10.2017

Norsk filminstitutt – statsbudsjettet 2017 – supplerende tildelingsbrev nr. 4. Brev fra Kulturdepartementet datert 18.12.2017

Norsk filminstitutt – Endelig tildelingsbrev for 2018. Brev fra Kulturdepartementet datert 12.02.2018

Norsk filminstitutt – statsbudsjettet 2018 – supplerende tildelingsbrev nr. 1. Brev fra Kulturdepartementet datert 20.03.2018

Årsrapport 2017

Årsrapport 2018

## NORLA

Statstilskudd for 2017 – tilskuddsbrev. Brev fra Kulturdepartementet datert 19.12.2016

Statsbudsjettet 2018 – Tilskuddsbrev NORLA. Brev fra Kulturdepartementet datert 08.03.2018

Årsmelding 2017

Årsmelding 2018

## Norwegian Crafts

Statstilskudd for 2017 – tilskuddsbrev. Brev fra Kulturdepartementet datert 15.12.2016

Statstilskudd for 2018 – tilskuddsbrev til Norwegian Crafts. Brev fra Kulturdepartementet datert 20.12.2017

Annual Report 2017

Annual Report 2018

## Office for Contemporary Arts Norway

Statstilskudd for 2017 – tilskuddsbrev. Brev fra Kulturdepartementet datert 16.12.2016

Statstilskudd for 2018 – tilskuddsbrev. Brev fra Kulturdepartementet datert 20.12.2017

Annual Report 2017

## Danse- og teatersentrum / Performance Arts Hub Norway

Statsbudsjettet 2017 – tilskuddsbrev. Brev fra Kulturdepartementet datert 03.01.2017

Statsbudsjettet 2017 – korrigert tilskuddsbrev. Brev fra Kulturdepartementet datert 04.01.2017

Danse- og teatersentrum – statsbudsjettet 2018 – tilskuddsbrev. Brev fra Kulturdepartementet datert 21.12.2017

Årsrapport 2017, inkl. vedlegg 1 Resultatregnskap 2017

Årsrapport 2017, UD's tilskuddsordninger for scenekunst

# Næringsinndeling Kulturell og kreativ næring

---

**TABELL V1.1. NÆRINGSINDELING I FØLGEVALUERING, INNOVASJON NORGE OG GRAN MFL. (2016). VERDISKAPING I 1000 NOK, ANDEL I PROSENT, ALLE TALL GJELDER FOR ÅR 2016.**

| KATEGORI                                                    | NACE-KODE | NACE-KODE TEKST                                                          | VÅR DEFINISJON | INNOVASJON NORGE | GRAN MFL. (2016) | VERDISKAPING | ANDEL AV BRANSJENS VERDISKAPING | BRANSJENS VERDISKAPING |
|-------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------|------------------|--------------|---------------------------------|------------------------|
| Arkitektur                                                  | 71.111    | Plan- og reguleringsarbeid                                               | X              |                  | (x)              | 149 690      | 2,9 %                           | 5 188 533              |
|                                                             | 71.112    | Arkitektjenester vedrørende byggverk                                     | X              | X                | X                | 4 863 172    | 93,7 %                          |                        |
|                                                             | 71.113    | Landskapsarkitektjenester                                                | X              | X                | X                | 175 671      | 3,4 %                           |                        |
| Annonse og reklame                                          | 73.110    | Reklamebyråer                                                            | X              | X                | X                | 3 572 976    | 100,0 %                         | 3 572 976              |
| Spesialisert design-virksomhet                              | 14.130    | Produksjon av annet yttertøy                                             |                | X                | X                | 178 107      | 7,1 %                           | 2 504 036              |
|                                                             | 14.390    | Produksjon av andre klær av trikotasje                                   |                | X                | X                | 95 120       | 3,8 %                           |                        |
|                                                             | 32.120    | Produksjon av gull og sølvarer og lignende artikler                      |                | X                | X                | 209 802      | 8,4 %                           |                        |
|                                                             | 74.101    | Industridesign, produktdesign og annen teknisk designvirksomhet          | X              | X                | X                | 793 037      | 31,7 %                          |                        |
| Film-, video- og fjernsynsprogram produksjon, radio og foto | 74.102    | Grafisk og visuell kommunikasjonsdesign                                  | X              | X                | X                | 876 265      | 35,0 %                          |                        |
|                                                             | 74.103    | Interiørarkitekt, interiørdesign og interiørkonsulentvirksomhet          | X              | X                | X                | 351 705      | 14,0 %                          |                        |
|                                                             | 46.433    | Engroshandel med plater, musikk- og videokassetter og CD- og DVD-plater  |                | X                | X                | 48 105       | 0,6 %                           | 7 794 417              |
|                                                             | 59.110    | Produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer                         | X              | X                | X                | 1 374 726    | 17,6 %                          |                        |
|                                                             | 59.120    | Etterarbeid knyttet til produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer | X              | X                | X                | 165 397      | 2,1 %                           |                        |
|                                                             | 59.130    | Distribusjon av film, video og fjernsynsprogrammer                       | X              | X                | X                | 168 517      | 2,2 %                           |                        |
|                                                             | 59.140    | Filmfremvisning                                                          | X              | X                | X                | 409 543      | 5,3 %                           |                        |
|                                                             | 60.100    | Radiokringkasting                                                        | X              | X                | X                | 318 570      | 4,1 %                           |                        |
|                                                             | 60.200    | Fjernsynskringkasting                                                    | X              | X                | X                | 4 991 500    | 64,0 %                          |                        |
|                                                             | 74.200    | Fotografvirksomhet                                                       | X              | X                | X                | 313 933      | 4,0 %                           |                        |
| Dataspill<br>Bokbransjen (Forlagsvirksomhet)                | 77.220    | Utleie av videofilm, DVD og lignende                                     | X              | X                | X                | 4 126        | 0,1 %                           |                        |
|                                                             | 58.210    | Utgivelse av programvare for dataspill                                   | X              | X                | X                | 48 379       | 100,0 %                         | 48 379                 |
|                                                             | 18.110    | Trykking av aviser                                                       |                | X                | X                | 542 391      | 3,8 %                           | 14 173 632             |
|                                                             | 18.120    | Trykking ellers                                                          |                | X                | X                | 2 229 039    | 15,7 %                          |                        |
|                                                             | 18.140    | Bokbinding og tilknyttede tjenester                                      |                | X                | X                | 110 233      | 0,8 %                           |                        |
|                                                             | 47.610    | Butikkhandel med bøker                                                   | X              | X                | X                | 947 624      | 6,7 %                           |                        |
|                                                             | 47.620    | Butikkhandel med aviser og papirvarer                                    | X              |                  |                  | 734          | 0,0 %                           |                        |
|                                                             | 58.110    | Utgivelse av bøker                                                       | X              | X                | X                | 1 539 170    | 10,9 %                          |                        |
|                                                             | 58.130    | Utgivelse av aviser                                                      | X              | X                | X                | 6 040 607    | 42,6 %                          |                        |
|                                                             | 58.140    | Utgivelse av blader og tidsskrifter                                      | X              | X                | X                | 2 003 750    | 14,1 %                          |                        |
| 90.034                                                      | 63.910    | Nyhetsbyråer                                                             | X              | X                | X                | 389 688      | 2,7 %                           |                        |
|                                                             | 90.034    | Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen litteratur                      | X              | X                | X                | 206 396      | 1,5 %                           |                        |
|                                                             | 58.190    | Forlagsvirksomhet ellers                                                 | X              | X                | X                | 164 000      | 1,2 %                           |                        |

TABELL V1.1. (FORTS.) NÆRINGSINNDELING I FØLGEEVALUERING, INNOVASJON NORGE OG GRAN MFL. (2016).  
VERDISKAPING I 1000 NOK, ANDEL I PROSENT, ALLE TALL GJELDER FOR ÅR 2016.

| KATEGORI                                                          | NACE-KODE                    | NACE-KODE TEKST                                                      | VÅR DEFINISJON | INNOVASJON NORGE | GRAN MFL. (2016) | VERDISKAPING | ANDEL AV BRANSJENS VERDISKAPING | BRANSJENS VERDISKAPING |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------|------------------|------------------|--------------|---------------------------------|------------------------|
| Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter | 74.300                       | Oversettelses- og tolkevirksomhet                                    | X              |                  | (x)              | 411 861      | 18,7 %                          | 2 208 079              |
|                                                                   | 91.011                       | Drift av folkebiblioteker                                            | X              | X                | X                |              | 0,0 %                           |                        |
|                                                                   | 91.012                       | Drift- av fag- og forskningsbiblioteker                              | X              | X                | X                | 7 604        | 0,3 %                           |                        |
|                                                                   | 91.013                       | Drift av arkiver                                                     | X              |                  | (x)              | 15 121       | 0,7 %                           |                        |
|                                                                   | 91.021                       | Drift av kunst- og kunstindustrimuseer                               | X              | X                | X                | 267 077      | 12,1 %                          |                        |
|                                                                   | 91.022                       | Drift av kulturhistoriske museer                                     | X              | X                | X                | 1 283 473    | 58,1 %                          |                        |
|                                                                   | 91.023                       | Drift an naturhistoriske museer                                      | X              | X                | X                | 102 897      | 4,7 %                           |                        |
|                                                                   | 91.029                       | Drift av museer ikke nevnt annet sted                                | X              | X                | X                | 20 284       | 0,9 %                           |                        |
|                                                                   | 91.030                       | Drift av historiske steder og bygninger og lignende severdigheter    | X              |                  | (x)              | 99 762       | 4,5 %                           |                        |
|                                                                   | 47.594                       | Butikkhandel med musikkinstrumenter og noter                         |                | X                | X                | 112 575      | 5,4 %                           | 2 101 094              |
| Musikk                                                            | 47.630                       | Butikkhandel med innspillinger av musikk video                       | X              |                  | X                | 67 505       | 3,2 %                           |                        |
|                                                                   | 59.200                       | Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak                      | X              | X                | X                | 813 474      | 38,7 %                          |                        |
|                                                                   | 90.011                       | Utvøende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk          | X              | X                | X                | 649 495      | 30,9 %                          |                        |
|                                                                   | 90.032                       | Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen musikk                      | X              | X                | X                | 49 045       | 2,3 %                           |                        |
|                                                                   | 74.903                       | Impresariativirksomhet                                               | X              |                  | (x)              | 409 000      | 19,5 %                          |                        |
|                                                                   | 85.521                       | Kommunal kulturskoleundervisning                                     | X              |                  |                  | 664          | 0,0 %                           | 3 348 791              |
|                                                                   | 85.522                       | Undervisning i kunsthøgskole                                         | X              |                  | X                | 81 546       | 2,4 %                           |                        |
|                                                                   | 85.529                       | Annen undervisning innen kultur                                      | X              |                  | X                | 2 791        | 0,1 %                           |                        |
|                                                                   | 90.012                       | Utvøende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen scenekunst      | X              | X                | X                | 1 745 509    | 52,1 %                          |                        |
|                                                                   | 90.019                       | Utvøende kunstnere og underholdningsvirksomhet ikke nevnt annet sted | X              | X                | X                | 56 892       | 1,7 %                           |                        |
| Utvøende og kunstnerisk virksomhet                                | 90.020                       | Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet                        | X              | X                | X                | 905 213      | 27,0 %                          |                        |
|                                                                   | 90.031                       | Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen visuell kunst               | X              | X                | X                | 272 944      | 8,2 %                           |                        |
|                                                                   | 90.033                       | Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen scenekunst                  | X              | X                | X                | 29 982       | 0,9 %                           |                        |
|                                                                   | 90.039                       | Selvstendig kunstnerisk virksomhet ikke nevnt annet sted             | X              |                  | X                | 7 906        | 0,2 %                           |                        |
|                                                                   | 90.040                       | Drift av lokaler tilknyttet kunstnerisk virksomhet                   | X              | X                | X                | 245 344      | 7,3 %                           |                        |
|                                                                   | TOTALT                       |                                                                      |                |                  |                  | 40 939 937   |                                 |                        |
|                                                                   | FØLGEEVALUERINGENS INNDELING |                                                                      |                |                  |                  | 37 414 565   |                                 |                        |
|                                                                   | Innovasjon Norges inndeling  |                                                                      |                |                  |                  | 39 693 357   |                                 |                        |
|                                                                   | Gran mfl. (2016)             |                                                                      |                |                  |                  | 39 785 600   |                                 |                        |

# Omtale i statsbudsjettet

I dette vedlegget gjengir vi omtalen av satsingen på kulturell og kreativ næring i statsbudsjettet for hhv. 2017, 2018 og 2019.

## Prop. 1. S (2016–2017)

### Programkategori 08.20 Kulturformål (kap. 320–329)

Kulturell og kreativ næring (s. 39)

#### *Tilstandsvurdering*

Kulturell og kreativ næring er en samlebetegnelse på næringsvirksomhet basert på fremstilling av kulturelle uttrykk som primært kommuniserer gjennom estetiske virkemidler. Etterspørselen etter kulturelle uttrykk har aldri vært større. Den globale handelen av kulturprodukter og -tjenester ble doblet i perioden 2004–2013, men sammenliknet med våre nordiske naboer har Norge i liten grad klart å dra nytte av denne utviklingen.

Dette bekreftes også i utredningen Kunstens autonomi og kunstens økonomi (2015), som viser en realnedgang i kunstnerisk inntekt fra 2006 til 2013 på tross av økt etterspørsel, doubling i det statlige kulturbudsjettet og sterk vekst i den norske økonomien i samme periode.

Innspill fra Næringspolitisk råd og andre bransjeaktører innen den kulturelle og kreative næringen peker på utfordringer knyttet til tilgang til låne- og investeringskapital, samt manglende internasjonal markedsmessig erfaring og kompetanse.

#### *Utfordringer og strategier*

Kulturell og kreativ næring representerer et betydelig vekstpotensial, men det er behov for en målrettet satsing for å bidra til å realisere potensialet.

Regjeringen foreslår en satsing på kulturell og kreativ næring som går langs tre spor. Det foreslås at et nytt kontor under Norsk Kulturråd, Kreativt Norge, skal ivareta tiltak knyttet til enkeltkunstneres egeninntekter, markedsarbeid tilknyttet kunstproduksjoner og tiltak som skal bidra til å forsterke støtteapparatet rundt kunstnere og de regionale miljøene utenfor det etablerte institusjonsfeltet. Målgruppen for tiltakene er kunstnere og mindre virksomheter som jobber med formidling og salg av kulturelle uttrykk, samt regionale kompetansemiljøer som støtter opp om disse.

Det foreslås at Innovasjon Norge skal ivareta tiltak som skal bidra til enklere låneadgang, økt forretningsmessig kompetanse, bransjeutvikling og økt investering i norske kunstproduksjoner, talenter og rettigheter. Målgruppen for tiltakene er større selskaper og virksomheter med vekstambisjoner og investorer.

Ved å styrke formidlings- og salgsleddet i verdikjeden vil man bidra til at norsk kunst og kultur når et større publikum. Det vil gi økte inntekter tilbake til de norske bransjene og styrke kunstens og kunstnernes økonomiske bærekraft.

Satsingen omfatter alle uttrykk. Målet er at det offentlige virkemiddelapparatet i større grad skal bidra til å styrke kunstnernes muligheter for økte egeninntekter, og at det stimuleres til økt investering i norske kunstnere, produksjoner og rettigheter.

Satsingen skal også bidra til at flere skal få mulighet til å realisere sitt kunstneriske talent der de bor og samtidig bidra til økt verdiskaping og flere arbeidsplasser i kunst- og kultursektoren regionalt.

Det foreslås videre å styrke Norwegian Arts Abroad (Music Norway, Norsk filminstitutt, Office for Contemporary Art Norway (OCA), Norwegian Crafts, Danse- og teatersentrum og NORLA) med en satsing som retter seg mot støtteapparatet rundt kunstnerne.

For nærmere omtale henvises det til de respektive fagkapitler og omtale av budsjettøk-

ning til formålet under kap. 325, post 71. Norsk kulturråd er også tiltenkt en rolle i det videre arbeidet på dette feltet, jf. omtale her under overskriften Norsk kulturråd og Norsk kulturfond, og under kap. 320, post 01.

### Kap. 325 Allmenne kulturformål

Post 71 Kulturell og kreativ næring (s. 76–77) Bevilgningen på posten er overført fra kap. 314, post 71. Bevilgningene på posten skal dekke utgifter til tiltak for å legge til rette for vekst og utvikling i kultursektoren og bidra til å styrke kunstneres muligheter for økte egeninntekter. Tilskuddene på posten foreslås derfor økt med 40 mill. kroner, se omtale under programkategori 08.20.

Det foreslås 29,9 mill. kroner til en særskilt satsing på kreativ næring i Innovasjon Norge. Aktuelle tiltak er opprettelse av et kompetanseprogram, låneordning, bedriftsnettverk, eksportprogram, nasjonal konferanse og etablering av investorforum.

Regjeringen vil at flere skal få mulighet til å realisere sitt kunstneriske talent der de bor og samtidig bidra til økt verdiskaping og flere arbeidsplasser i kunst- og kultursektoren regionalt. Det foreslås derfor 10,1 mill. kroner til en målrettet satsing hvor kunst- og kulturmiljøer over hele landet kan søke midler til regional bransjeutvikling.

Regjeringen vil styrke støtteapparatet rundt utøvende og skapende kunstnere og bidra til at norsk kunst og kultur når et større publikum, nasjonalt og internasjonalt. Kulturnæringsatsingen på 7,4 mill. kroner i Norsk kulturråd vil bli ivaretatt av den nye organisatoriske enheten i Kulturrådet, se omtale under kap. 320, post 01. Målgruppen er aktører utenfor det etablerte institusjonsfeltet.

## Prop. 1. S (2017–2018)

### Kap. 325 Allmenne kulturformål

Post 71 Kulturell og kreativ næring (s. 64) Bevilgningene på posten skal dekke utgifter til tiltak som styrker kulturfeltets økonomiske bærekraft, ved å vektlegge kultur som næring og legge til rette for entreprenørskap i kultursektoren.

Av avsetningen på posten foreslås 18,4 mill. kroner avsatt til tilskuddsordninger som retter seg

mot kunstnere i samarbeid med mindre virksomheter som jobber med distribusjon, formidling eller salg av kulturelle uttrykk, samt til regionale kompetansemiljøer som støtter opp om disse.

Ordningene forvaltes av Norsk kulturråds kontor Kreativt Norge og skal bidra til at skapende og utøvende aktører i større grad skal kunne livnære seg av kunstnerisk virksomhet, ved at det som skapes og produseres når et større publikum og marked. Det vises i tillegg til omtale av økt bevilgning til Kreativt Norge under kap. 320, post 01.

Det foreslås videre 30 mill. kroner til Innovasjon Norge, til tiltak som bedriftsnettverk, næringsklynger, eksportprogram, investorprogram og låneordninger. Tiltakene skal rette seg mot bedrifter med vekstambisjoner og -potensial og skal bidra til økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester.

Regjeringen har i Meld. St. 19 (2016–2017) *Opplev Norge – unikt og eventyrlig* varslet at den vil utarbeide en strategi for kultur og reiseliv, med vekt på kulturturisme. Posten foreslås økt med 8,2 mill. kroner knyttet til arbeidet med strategien i 2018. Det foreslås at 2. mill. kroner av avsetningen stilles til disposisjon for Innovasjon Norge, øremerket etableringen av et forenklet klyngeprogram særlig rettet inn mot samspill mellom kultur og reiseliv. De resterende midlene foreslås benyttet til å utvikle kunnskapsgrunnlaget om kulturbasert reiseliv, og til ytterligere tiltak i strategien for kultur og reiseliv som fremlegges i 2018.

### Kap. 334 Film- og medieformål

Post 50 Filmfondet (s. 90)

Satsingen på Norwegian Arts Abroad videreføres med 1 mill. kroner.

## Prop. 1 S (2018–2019)

### Kap. 320 Norsk kulturråd

Mål for 2019

*Utviklingsoppgaver (s. 45)*

I 2019 vil Norsk kulturråd arbeide videre med satsingen på kulturell og kreativ næring, og det utvidede oppdraget innenfor satsningen som også omfatter kulturinstitusjoner og kulturarvfeltet.

**Post 01 Driftsutgifter (s. 46)**

Bevilgningen på posten skal dekke lønns- og driftsutgifter for fagadministrasjonen i Norsk kulturråd og utgifter til drift av råd, styre og utvalg.

Fagadministrasjonens oppgaver inkluderer sekretariatsfunksjonene for de styrende organene for Norsk kulturfond, Statens kunstnerstipend og Fond for lyd og bilde. Virksomheten omfatter videre oppgaver knyttet til nasjonal museums-utvikling og -forvaltning, *utvikling og styrking av kulturell og kreativ næring* samt forskning, utvikling og rådgivning. Oppfølging av UNESCO-konvensjonen om immateriell kulturarv og arbeid med å styrke internasjonalt samarbeid på kulturfeltet ligger også til fagadministrasjonen, i tillegg til funksjonen som offisielt kontaktpunkt for EUs kulturprogram Kreativt Europa og programpartner for flere land i tilknytning til EØS' kulturutvekslingsmidler.

Det er satt av 5 mill. kroner til en tilskuddsordning knyttet til det utvidete oppdraget innen kulturell og kreativ næring. Tilsvarende beløp er derfor overført fra denne posten til kap. 325, post 71, se nærmere omtale av tilskuddsmidler til dette formålet under nevnte kapittel.

**Kap. 325 Allmenne kulturformål****Mål for 2019*****Kultur som næring (s. 78)***

Norsk økonomi er i omstilling. Vår fremtidige velferd er avhengig av at vi klarer å utvikle nye forretningsområder og inkludere flere i arbeidslivet. Den kulturelle og kreative næringen kan bidra til vekst, verdiskaping og sysselsetting – og til nyskaping og innovasjon.

Kulturdepartementet bidrar til å styrke kunst og kultursektorens økonomiske bærekraft ved å synliggjøre kulturens næringspotensial. Ved å styrke kunnskapen om kultur som næring og bidra til at kunst og kulturproduksjoner når et større publikum og marked, kan et større verdiskapingspotensial realiseres og flere kunst og kulturarbeidere kan livnære seg av det de skaper. Kulturdepartementet støtter derfor opp om tiltak som bidrar til kunnskap og kompetanseutvikling og til å styrke verdikjeden og kompetansemiljøer i alle deler av landet, samt tiltak som legger til rette for investering i norsk innhold, kulturell innovasjon og eksport.

Kultursektoren kan bidra til å styrke reiselivet på flere måter. Kulturdepartementet vil i løpet av

vinteren 2019 legge frem en strategi for kultur og reiseliv sammen med Nærings- og fiskeridepartementet som del av oppfølgingen av Meld. St. 19 (2016–2017) Opplev Norge – unikt og eventyrlig. Regjeringen har opprettet et samarbeidsråd for kultur og reiseliv som har gitt innspill til arbeidet.

**Post 71 Kultur som næring (s. 79)**

Bevilgningene på posten skal dekke utgifter knyttet til tiltak som styrker kunnskapen om kultur som næring og kompetansen om entreprenørskap og forretningsdrift. Videre skal de dekke utgifter til tiltak som skal bidra til at kunst og kulturproduksjoner når et større publikum og marked, styrke verdikjeden og stimulere til verdiskaping og investeringer i norsk innhold og kulturell innovasjon, styrke kompetansemiljøene i alle deler av landet og legge til rette for økt eksport.

I statsbudsjettet for 2018 fikk Norsk kulturråd en økt bevilgning på 12 mill. kroner under kap. 320, post 01 til en utvidet satsing på kulturell og kreativ næring som også omfatter etablerte kulturinstitusjoner. For 2019 foreslås at 5 mill. kroner av denne avsetningen flyttes til denne posten med sikte på å etablere en ny tilskuddsordning forvaltet av Norsk kulturråds fagadministrasjon. Ordningen retter seg mot etablerte kulturinstitusjoner og prosjekter som tester nye metoder og modeller med vekt på det digitale markedet, for markedsføring, effektivisering av inntektsmodeller og tilrettelegging av informasjon til publikum.

Bevilgningen på 8,2 mill. kroner til oppfølging av regjeringens strategi for kultur og reiseliv med vekt på kulturturisme videreføres, herunder 2 mill. kroner til næringsklynger rettet mot samspillet mellom kultur og reiseliv.

**Rapport 2017*****Kulturell og kreativ næring (s. 83)***

Bevilgningen til kulturell og kreativ næring i 2017 hadde som mål å bidra til vekst ved å vektlegge kultur som næring og legge til rette for entreprenørskap i kultursektoren. Kulturdepartementet iverksatte i 2017 en målrettet satsing på kulturell og kreativ næring.

For å bidra til økt investering i og omsetning av kunst- og kulturproduksjoner, økt kunnskap om kultur som næring og flere vekstkraftige bedrifter fikk Innovasjon Norge en bevilgning på 29,9 mill. kroner til kompetanse- og eksportprogram (Arkitektur ut i verden), bedriftsnettverk,

investorforum og enklere tilgang til låne- og investeringskapital.

Kulturrådet fikk i oppdrag å etablere et rådgivende kontor i Trondheim med mål om å styrke enkeltkunstneres muligheter for økte inntekter, legge til rette for mindre virksomheter som utgjør støtteapparatet rundt utøvende og skapende virksomhet og de regionale kompetansemiljøene som støtter opp om disse. Det ble bevilget 7 mill. kroner til etablering av kontoret og 17,5 mill. kroner til to tilskuddsordninger i budsjettet for 2017. Kulturrådet vil i 2019 arbeide videre med satsingen.

For å styrke aktørene som markedsfører og selger norsk kunst og kultur internasjonalt, fikk de seks organisasjonene i Norwegian Arts Abroad som er på Kulturdepartementets budsjett (Norsk filminstituttinstitutt, Music Norway, Norwegian Crafts, Danse- og teatersentrum, Office for Con-

temporary Art og NORLA) i alt en bevilgning på 6 mill. kroner.

For å styrke kunnskapen om den økonomiske utviklingen i den kulturelle og kreative næringen og det norske musikkfeltet, sett i lys av den teknologiske og digitale utviklingen, ble det utlyst en oppdrag om en utredning som skal kartlegge musikkfeltets økonomi, verdikjede, markedsstruktur og pengestrømmer. Sluttrapport for utredningen vil foreligge ultimo desember 2018.

Næringspolitisk råd for kulturell og kreativ næring, som ble oppnevnt i 2015 i samarbeid mellom Nærings- og fiskeridepartementet og Kulturdepartementet, leverte en samlet rapport med i alt 19 innspill til hvordan regjeringen kan legge til rette for økt verdiskaping i næringen. Kulturdepartementet har fulgt opp flere av innspillene i tiltak under satsingen på kulturell og kreativ næring.

Denne rapporten er nullpunktanalysen for følgeevalueringen av Kulturdepartementets satsing på kulturell og kreativ næring som ble igangsatt i 2017. Den beskriver økonomiske data for næringen, noen strukturelle trekk og virksomhetenes tidligere bruk av næringsrettede virkemidler. Videre beskrives de ordninger og tiltak som er iverksatt i satsingen, samt videre opplegg for følgeevalueringen. Følgeevalueringen gjennomføres av Østlandsforskning / Høgskolen i Innlandet, i samarbeid med Samfunnsøkonomisk analyse og Kontigo/WSP.



KULTURRÅDET  
Arts Council  
Norway

i kommisjon hos Fagbokforlaget

[www.fagbokforlaget.no](http://www.fagbokforlaget.no)

ISBN 978-82-7081-194-6



9 788270 811946