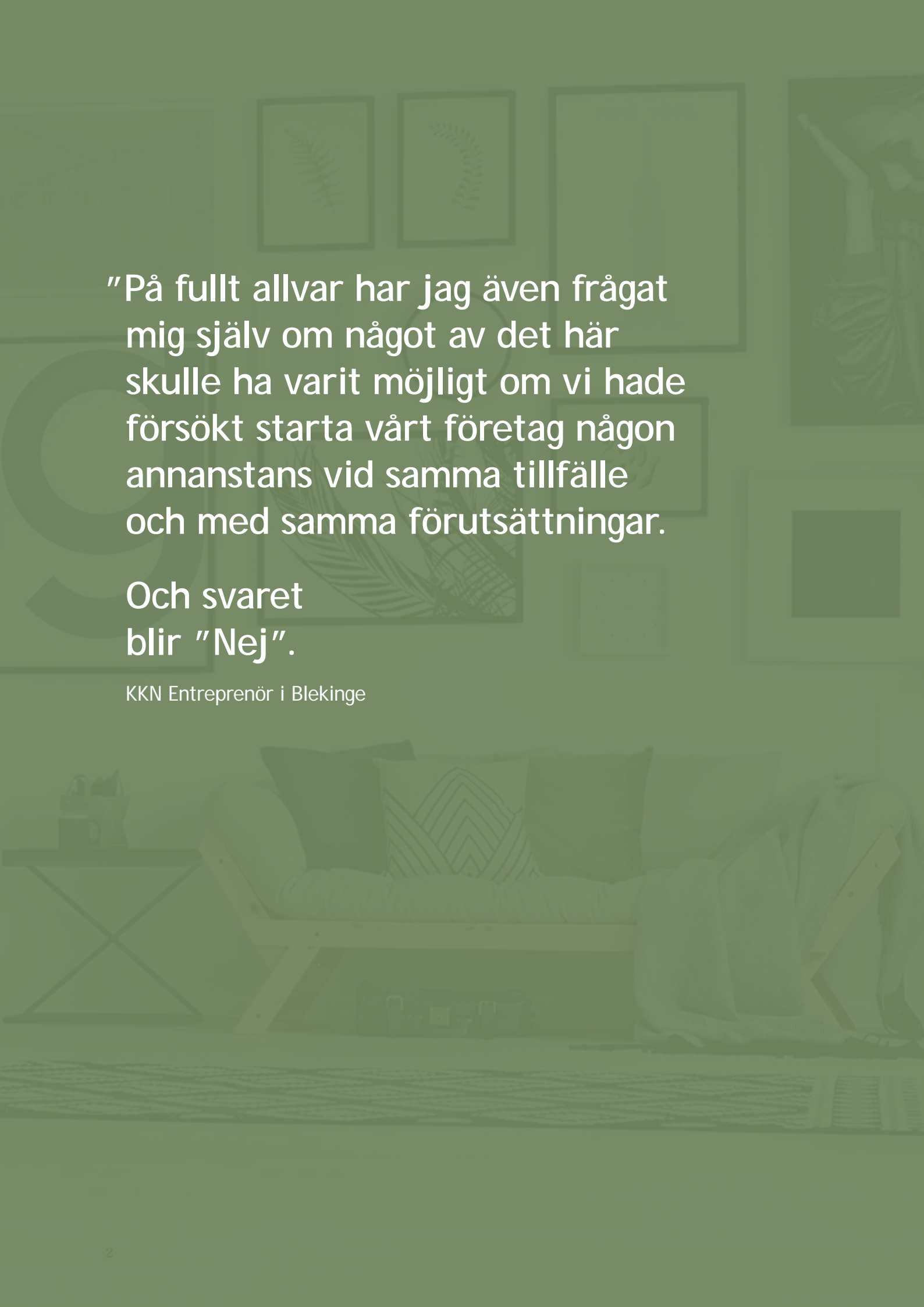


Utvecklingsplan för kulturella och kreativa näringar i Blekinge 2018-2022



A living room interior with a sofa, coffee table, and framed pictures on the wall. The room is dimly lit, and the overall color palette is muted and earthy. The text is overlaid on the upper half of the image.

”På fullt allvar har jag även frågat mig själv om något av det här skulle ha varit möjligt om vi hade försökt starta vårt företag någon annanstans vid samma tillfälle och med samma förutsättningar.

Och svaret blir ”Nej”.

KKN Entreprenör i Blekinge

Innehåll



Inledning	4
Kulturella och kreativa näringars kopplingar till nationell och regional kultur- och näringspolitik	5
Min resa i de kreativa och kulturella näringarna	8
Kulturens betydelse för den kreativa näringen	10
Jag lämnade Köpenhamn för möjligheterna i Blekinge	14
Hur ser det ut i siffror?	16
Från studentrum till USA, Moskva och Stockholms stadshus	18
Blekinge in i framtiden	20
Aktivitetsplan 2018-2020	22
Centrala aktörer, nätverk och initiativ som främjar utveckling	24
Referenser	25



Inledning

Milano, Kairo, Cannes, New York, LA – alla har de en gemensam nämnare, precis som Österlen, Öland och Glasriket – Det är platser med ett starkt varumärke kopplat till de kulturella och kreativa näringarna. Blekinge har goda förutsättningar att också räknas upp i detta sammanhang.

I Blekinge finns hög kreativitet och ett starkt innovationsklimat, det är därför en ypperlig plats att utveckla nya verksamheter och stötta befintliga företag som vill växa med nya idéer och samverkansformer. Blekinge har också ett strategiskt läge för samverkan med övriga Europa och en helt unik kust- och skärgård. I Blekinges underbara vatten skapas konst och kultur i olika uttrycksformer. (Blekingestrategin, 2013)

Kulturella och kreativa näringar är viktiga ur flera aspekter, det handlar om utveckling av såväl individer, som företag, samhällsstrukturer och platsens attraktivitet. Kulturen har en viktig roll i en hållbar samhällsutveckling, både som egen kraft och i samverkan med andra politikområden, som i detta fall näringspolitik. (En nationell strategi för hållbar regional tillväxt och attraktionskraft 2015–2020, 2014)

Region Blekinges utvecklingsplan för kulturella och kreativa näringar (KKN) är framtaget i syfte att Blekinge på ett systematiskt sätt bättre ska tillvarata den potential och kapacitet som finns inom KKN och möjligheterna som utveckling inom denna näring medför. Utvecklingsplanen är ett prioriteringsverktyg och vänder sig till kultur- och näringspolitisk regional och lokal verksamhet, aktörer inom det företagsfrämjande systemet, akademin, kulturverksamheter samt näringsliv.



I utvecklingsplanen synliggörs infrastrukturen för KKN i en nulägesbeskrivning. Utvecklingsplanen angriper strategiska frågeställningar och avslutas med en aktivitetsplan för 2018–2020, som konkretiserar Region Blekinges mål och viljeinriktningar;

Utvecklingsplanen ska bidra till följande mål i Blekingestrategin Attraktiva Blekinge:

- År 2020 kännetecknas Blekinge av ett starkt innovationsklimat som involverar näringsliv, utbildningsaktörer, offentlig, ideell och kreativ sektor. Idéer lyfter och blir livskraftiga företag.

Genom att främja följande viljeinriktningar;

- Skapa förutsättningar för kulturella och kreativa näringar att verka och i Blekinge.
- Samverka med andra regioner för kompetensutveckling och forskning inom området.
- Synliggöra kulturella och kreativa näringar och deras betydelse.

(Regional kulturplan för Blekinge 2018-202)

Utvecklingsplanens övergripande mål

Entreprenörer inom kulturella och kreativa näringar ska uppleva att det finns goda förutsättningar att verka och växa i Blekinge.

Tack till

Region Blekinge vill tacka våra samverkanspartner och de företrädare för de olika branscherna inom kulturella och kreativa näringar som bidragit med sina tankar och inspel för utveckling av näringen. Vi vill också tacka de gästskribenter som bidragit till att göra utvecklingsplanen komplett genom unika berättelser, inspiration och konkreta modeller för förståelse av näringens komplexitet.

Kulturella och kreativa näringars kopplingar till nationell och regional kultur- och näringspolitik

Kulturella och kreativa näringar bygger på ett tvärsektorielt samarbete mellan kulturpolitik och näringspolitik. Regeringskansliet beskriver målet med **Kulturpolitiken** som "Att främja ett levande och oberoende kulturliv. Området omfattar kulturskaparnas villkor och människors tillgång till kultur i alla dess former samt hur kulturarvet ska bevaras, användas och utvecklas". Målet med **Näringspolitiken** beskrivs som "Att stärka den svenska konkurrenskraften och skapa förutsättningar för fler jobb i fler och växande företag". (Regeringen.se, 2017)

Kulturella och kreativa näringar har utpekats som ett viktigt strategiskt område. I Sveriges exportstrategi skriver man att "kulturella och kreativa näringar ska öka internationaliseringen och främja kulturdriven export" (Sveriges exportstrategi, 2015)

Blekinges regionala utvecklingsstrategi kallas för *Blekingestrategin*. Målet med Blekingestrategin är ett *Blekinge där fler vill bo, arbeta och komma på besök*. De regionala utvecklingsstrategierna tas fram i samverkan, på uppdrag av regeringen och kan ses som ett paraply och en övergripande regional riktning för andra regionala och lokala strategier, planer och program såsom utvecklingsplan för kulturella och kreativa näringar, kulturplan samt innovationsstrategi.

Blekingestrategin har fyra insatsområden där utvecklingen av kulturella och kreativa näringar passar väl in under både *Bilden av Blekinge, Livs-*



kvalitet samt Arbetsliv. (Blekingestrategin, 2013)

I Innovationsstrategi för Blekinge (2015) definieras gynnsamma förhållande för innovationer "för att skapa innovation måste en eller flera människor våga, vilja och kunna tänka nytt. För att människor ska kunna skapa innovationer måste den omgivande miljön vara tillåtande och uppmuntrande, där både misstag och framgång är tillåtna. Det behövs också mod och uthållighet. Innovation handlar om att utveckla idéer och att genomföra dem." (Innovationsstrategi för Blekinge 2015, s.4) I detta arbete är kulturella och kreativa näringar viktiga branscher för att kunna åstadkomma innovationer och innovationsvänliga miljöer. I innovations-

Regional kulturplan för Blekinge 2018-2020

I den regionala kulturplanen för Blekinge 2018-2020 finns ett särskilt avsnitt för utveckling av kulturella och kreativa näringar som handlar om att;

- Skapa förutsättningar för kulturella och kreativa näringar att verka i Blekinge.
- Samverka med andra regioner för kompetensutveckling och forskning på området.
- Synliggöra kulturella och kreativa näringar och deras betydelse.

(Kulturplanen 2018-2020, 2017)

”Kulturella och kreativa näringar ska öka internationaliseringen och främja kulturdriven export”

Sveriges exportstrategi



index beskrivs öppenhet, tolerans och mångfald som viktiga grundförutsättningar för innovation, vilket är starkt kopplade till den kulturella kärnan. (Blekingestrategin, 2013)

Tillväxtverket definierar kulturella och kreativa näringar

Region Blekinge utgår ifrån Tillväxtverkets¹ definition för vilka branscher som inkluderas inom ramen för KKN. Tillväxtverket har nyligen, på uppdrag av regeringen, presenterat en ny definition och ny metod för att mäta utvecklingen av KKN. För att kunna mäta omsättning och sysselsättning inom näringen har Tillväxtverket delat in KKN i branschområden, som i sin tur är nedbrutna på branschkatégorier. För den som vill fördjupa sig i mätmetoder och avgränsningar rekommenderas publikationen *Kreametern* (Tillväxtverket, 2017).

På Tillväxtverkets hemsida www.tillvaxtverket.se finns även *Kreametern* som ett digitalt verktyg med siffror och jämförelser nationellt och regionalt. De branschgrupper som Tillväxtverket definierar som en del av KKN är; *Arkitektur, Audiovisuellt, Bild & Form, Kulturarv, Litteratur & press, Litterärt &*

konstnärligt skapande, Mode, Reklam, Scenkonst, samt Måltid, Upplevelsebaserat lärande, Slöjd & Hantverk. De tre sistnämnda branschgrupperna (*Måltid, Upplevelsebaserat lärande, Slöjd & Hantverk*) finns dock inte med i statistiken, detta på grund av svårigheterna att koppla dessa företag till SNI-koder² för kulturella och kreativa näringar. Fördjupad beskrivning finns i *Kreametern*. Det finns en hel del som påverkar möjligheten att få fram exakta siffror inom KKN. Det går bland annat inte att mäta tjänsteexporten och så finns det branscher som kräver för mycket handpåläggning för att kunna räknas med i statistiken. Det som går att säga med säkerhet är att minst 3 % av Sveriges BNP är näringar inom KKN samt att 8 % av alla företag i Blekinge är KKN-företag. (Tillväxtverket, 2017)

Regioners attraktivitet och arbetsmarknad

Näringsidkare inom kulturella och kreativa näringar är viktiga bärare av platsens attraktivitet, de bidrar till en levande plats, till väntade traditioner och oväntade upplevelser. EU-kommissionen tillsammans med Europaparlamentet och organisa-



tionen Nesta de kreativa framhåller i sin rapport att EU bör främja en politik som tar vara på Europas mest unika tillgång: dess kultur. (Kulturrådet.se, 2017)

Rapportförfattarna menar att EU ska vara ledande i att framhålla den positiva inverkan som de kulturella och kreativa näringarna har på samhällsnivå och när det gäller att representera EU på en global nivå. Över 12 miljoner människor är anställda inom KKN i Europa och näringen utgör en viktig del av den totala ekonomin. KKN driver tillväxten och genererar flera positiva effekter även inom andra näringar, såsom turism och digital teknologi. (Kulturrådet.se, 2017)

Kulturella och kreativa näringar är viktiga utifrån ett arbetsmarknadspolitiskt perspektiv. Eftersom många branscher inom näringen är starkt förknippade till människors hobby och fritidsintressen finns det en stark dragningskraft i att kunna livnära sig på det man älskar att göra. Många instegsjobb är kopplade till en bransch inom KKN, exempelvis teater, reklam och handel. Tröskeln till sitt första jobb kan vara relativt låg. Däremot är tröskeln till det professionella kulturskapandet betydligt högre, än inom många andra näringar. Detta blir särskilt tydligt om företagaren befinner sig i den kulturella kärnans mitt och är beroende av både kultur- och näringspolitik.

¹ Tillväxtverket är en nationell myndighet som tillhör Näringsdepartementet och har uppdrag inom entreprenörskap och Regional tillväxt.

² Svensk näringsgrensindelning (SNI) är en branschkod som varje företag kategoriseras under och används vid beräkning av nationalräkenskaperna i Sverige.

Min resa i de Kreativa och kulturella näringarna

Av: Alexander Höglund Grundare och festivalgeneral för PLX

Min resa började på den gamla panncentralen i Karlshamn, här huserade amatörteaterföreningen Teatersmedjan. Som 10 åring visste jag inte mycket om teater eller varför mina föräldrar tyckte att det skulle vara en god idé för mig att testa denna konstform. Vi hoppar fram till första premiären, lukten av fettsmink, svett, nervositet och spänning, en fantastisk upplevelse för en 10 åring såväl som för en etablerad konstnär. Kicken från upplevelsen att skapa konst och att möta publiken har varit en viktig drivkraft för mitt intresse av kulturproduktion och konst sedan dess. Teater är ett lagarbete precis som fotboll är en lagsport, en föreställning är inte bättre än den svagaste länken och för att lyckas måste alla med, denna erfarenhet och senare insikt har definierat stora portioner av min och mina kollegor och vänners kulturproduktion.

Tjäröfestivalen, som är kulturföreningen PLXs flaggskepp på Tjärö, i Blekingeskärgård är ett sant lagarbete för att skapa en högkvalitativ konst- och kulturfestival. Totalt samverkar hundratals personer för att framföra en totalupplevelse som skall drabba publiken emotionellt, intellektuellt och kroppsligt. Genom år av hårt arbete inom kultursektorn bjuder vi in internationella och skandinaviska kulturakter ofta med särskilt fokus på performativitet.

Från Teatersmedjan till Tjärö är avståndet inte långt men vatten var tvunget att rinna under bron för att komma till detta.

Efter Teatersmedjan och högstadiet började jag på estetiska programmet med inriktning mot drama på Vaggaskolan i Karlshamn. Lagarbetet fortsatte men här gavs en första möjlighet att läsa teori och en första inblick i kulturhistoria, vår teaterlärare hade ett särskilt starkt intresse för Bertolt Brecht så det blev mycket fokus på denne tyske dramatiker. Något jag särskilt minns är Brechts intresse för att bryta den fjärde väggen vilket direkt relaterar till mitt första möte med lajv och föreningslivet. Lajv, eller levande rollspel var vid tiden en populär hobby och kulturform i Blekinge. På fritiden spenderade jag och mina vänner mycket tid åt att arrangera egna lajvspel runt skogarna i Karlshamn, vi blev inbjudna till föreningen Pegas och vips var

vi en del av styrelsen som arbetade med att skapa evenemang för en något större publik. Jag har ofta kallat lajv den ultimata konstformen då den kombinerar ett fantasifullt förarbete i form av att studera fiktiva värddar med att skapa karaktärer, sy kläder och samla föremål, därefter följer en teaterupplevelse där du agerar skådespelare synkront med åskådare och en postupplevelse som reflekterar över upplevelsen och när vänskapsband. I lajv hittar vi referenser till samtida konstnärer så som den danska performancegruppen SIGNA eller den historiska idén om allkonstverket (Gesamkunstwerk) som drar tankarna till Wagner.

Från teater, lajv och Karlshamn väntade studier i Lund, sedermera den förberedande filmskolan, ”Stockholms filmskola” och därefter Konstakademien i Amsterdam. Här lades under fyra spännande, fascinerande, utmanande år, grunden till mitt professionella konstnärskap. Först genom att upptäcka min bottenlösa naivitet och okunskap om vad konst kan vara därefter betydelsen av koncentration och personligutveckling samt vikten av hårt arbete! Efter Amsterdam flyttade jag hem till Sverige och Malmö där jag tillsammans med kollegor och vänner öppnade Kirsebergs Konsthall. En mötesplats och utställningsarena för samtida konst och performanceverk, utställningarna utvecklades med allkonstverket som centralfilosofi. Här sammanstrålade idéer om lajv, teater, klassiskt måleri, performance, teknologi och videokonst. Allt var möjligt även om vi helt saknade ekonomiska och materiella resurser. Kanske är det denna drivkraft, att trots begränsade eller inga resurser, aldrig låta detta utgöra ett hinder, och att kanske till och med se denna knapphet som en resurs. Insikt och flit är Konstfacks ledord där jag efter Kirsebergprojektet genomförde min masterutbildning i fri konst.

Dessa erfarenheter och utbildningsmöjligheter har gett mig tillfällen att göra utställningar i Sverige och i världen, det har gett möjlighet att öppna en tvärdisciplinär arkitektstudio som bland annat ritar en park i Malmö. Det har gett mig och mina kollegor i PLX ingångar till att skapa fantastiska dans- och musikupplevelser i Blekinges vackra natur och som just nu kulminerar i en konstfestival i ”samarbete” med Karlshamns fantastiska skärgård.



Kulturens betydelse för den kreativa näringen

Alla kulturskapare blir inte företag, men kulturskapandet ligger till grund för de kulturella företagen. Ekonomen David Thorsebys cirkelmodell nedan beskriver det ömsidiga beroendet av kultur och kulturella företag, utan teater skulle vi exempelvis inte ha någon filmindustri. Ur filmindustrin skapas i sin tur en värdekedja med biografier, leksaker och kläder kopplat till karaktärerna i filmen, även restauranger, hotellbesök och researrangörer har tydlig koppling, såväl som matbutiker och transporter gynnas. (Karlsson, 2014).

Den så kallade cirkelmodellen beskriver hur ekonomiskt värde skapas på konstens och kulturens områden. Utgångspunkten tas i det konstnärliga handlandet, ett verk skapas, därefter sprids effekterna av detta i allt vidare cirklar, som ringar på vattnet. En roman skrivs (centrum av cirkeln), ges ut på ett bokförlag (nästa cirkel), kommer eventuellt att filmatiseras eller generera kulturturistiska effekter (Wallanderturister i Ystad, Läckbergläsare i Fjällbacka). Med hjälp av modellen kan man alltså följa konstskapandets ekonomiska spridningseffekter till andra branscher och samhällsområden. Modellen beskriver inte kulturens betydelse i samhällsutvecklingen eller konstens verkliga värde. Den beskriver endast konstens, i förekommande fall, ekonomiska effekter: först skapas konst, därefter kommersialiseras den.

I cirkelns mitt skapas inga ekonomiska värden. Konstskapandet är i sig självt, på samma sätt som teknisk eller medicinsk grundforskning, inte ekonomiskt lönsamt. Däremot kan det utgöra en "råvara" för kommersiella företag, som måste, vara lönsamma.

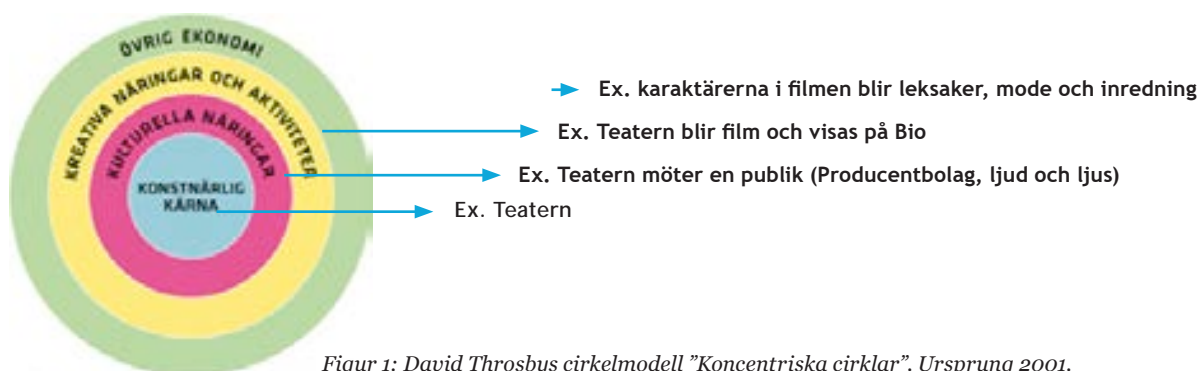
Cirkelmodellens utgångspunkt i konstskapandet och dess tydliga gräns mellan konsten och kommersialiseringen gör den lämpad som grund för den politiska arbetsföreningen på området KKN. Att stödja konstskapandet i cirkelns centrum är en kulturpolitisk uppgift, att stödja företagen i de följande cirkelarna en näringspolitisk.

Cirkelmodellen, har legat till grund för ett antal viktiga kartläggningar och handlingsprogram för KKN-området på EU-nivå och i en rad länder. Från och med 2017 har även Sverige, genom Tillväxtverket, lagt modellen till grund för nationella riktlinjer och rekommendationer. (Föreläsning av David Karlsson, Nätverkstan 2017)

Till skillnad från andra branscher där det handlar om att ta marknadsandelar från varandra utifrån logiken att marknaden är begränsad, finns det i princip ingen borte gräns för hur mycket kultur som kan konsumeras. Detta beskrivs som konstkonsumtionsackumulerad logik och betyder att ju mer kulturella uttryck som konsumeras, desto större efterfrågan. (Karlsson, 2014)

Affärsmodeller från Kultur 1.0 till Kultur 3.0

Så länge människan skapat konst, det vill säga åtminstone sedan de första grottmålningarna för 30 000 år sedan, har frågan hur den ska finansieras varit aktuell. Konstens historia har följaktligen också en ekonomisk sida. Idag är detta fortfarande en hett omdiskuterad fråga. Vem ska betala konstnärerna? Vilket värde har den konst som inte klarar sig på "marknadens villkor"?



Figur 1: David Thorsebys cirkelmodell "Koncentrisk cirkel". Ursprung 2001.

”Vi behöver en bubblande mylla för grogrund”

Malena Sandgren kulturchef,
Region Blekinge



Den italienske ekonomen Pier Luigi Sacco menar att under mänsklighetens historia har konstskapandet finansierats på tre olika sätt. Under största delen av historien har konsten finansierats med medel från annat håll (Kultur 1.0), genom mecenater och offentlig kulturpolitik. Om vi vill ha konst – då måste vi betala för det. Vi måste tillföra konsten resurser.

För drygt hundra år sedan kom detta att förändras. Kulturproduktionen, åtminstone till vissa delar, industrialiserades. Detta var en följd av en rad tekniska innovationer: förmågan att spela in ljud och bild och därigenom omvandla musik och skådespel till produkter och, i förlängningen, varor på en marknad. Dessa tekniska genombrott kommersialiserades och blev grunden till en rad kulturindustrier (skivbolag, filmbolag, kommersiell radio och tv). Det visade sig möjligt att tjäna pengar på konstskapande (Kultur 2.0). Drygt hundra år senare blev dessa kulturföretag ett eget politikområde: KKN.

Idag genomlever vi ett nytt genomgripande tekniskifte. Digitaliseringen förändrar samhället i grunden, även konst- och kulturproduktionen. Gränsen

mellan konsument och producent blir otydlig (vem är vad på Sociala medier). Trösklarna för tekniskt avancerad konst- och kulturproduktion sänks drastiskt (vi kan spela in högkvalitativ film med våra mobiltelefoner). Nya betalningslösningar och affärsmodeller växer långsamt fram (Kultur 3.0). Dessa tre historiska epoker beskriver alltså tre olika relationer mellan konsten och pengarna. Men de är inte endast tre skilda historiska skeden, de beskriver samtidigt tre olika logiska relationer mellan konst och pengar. Alla dessa tre relationer och epoker är högst levande idag. Vi lever idag samtidigt i Kultur 1.0, 2.0 och 3.0. Den politiska uppgiften är att logiskt hålla isär dessa och besluta om vilka insatser som bör göras i vilket sammanhang. (Föreläsning av David Karlsson, Nätverkstan 2017)

Produkt eller marknadsorienterad verksamhet

Skiljer sig kulturföretag från andra, ”vanliga” företag? När en politik för KKN utformas är frågan viktig. Om man svarar nej, då krävs inga andra åtgärder eller insatser för dessa företag än för det offentliga företagsstödet i allmänhet. Svarar man ja, då krävs speciallösningar och skräddarsydda insatser för dessa branscher.

”Jag skulle kunna ta vilket jobb som helst, bara jag får göra min grej och slippa anpassa min konst till en målgrupp som inte intresserar mig” Kulturentreprenör



Bland kulturföretagare och i den akademiska litteraturen hävdas ofta att kulturföretagen har en särprägel. Det finns en rad olika argument för detta, så till exempel den från Hollywood kända ”Nobody knows”-principen, det vill säga det faktum att marknaden för kulturprodukter är oförutsägbar, det är därför näst intill omöjligt att göra marknadsundersökningar eller tillförlitliga försäljningsprognoser. Andra argument handlar om att konstnären är produktorienterad, inte marknadsorienterad, eller att det i konstvärlden handlar om att skaffa sig kulturellt kapital, vilket inte sällan står i motsättning till ekonomiskt (det gäller att inte ”sälja ut sig”). Det finns en rad ytterligare argument för kulturföretagens annorlundahet (för en förteckning se t ex Karlsson, David. 2010. En kulturutredning: pengar, konst och politik, s 117-126).

Oavsett hur man ställer sig till dessa olika argument för kulturföretagens särart finns ett förhållande som det råder enighet om: kulturföretagarens självförståelse. Konstnären eller kulturföretagaren uppfattar sig själv som annorlunda. Ett framgångsrikt arbete med KKN-frågor förutsätter därför att hänsyn tas till denna kulturföretagarnas självbild. Den som vill arbeta med dessa frågor måste därför

besitta förmågan att översätta mellan olika världar och språkbruk: konstens och företagets. (Föreläsning av David Karlsson, Nätverkstan 2017)

Hur skiljer sig kulturella och kreativa näringar från andra näringar?

Den kulturella kärnan är något helt annat än cirkelarna runtomkring som blir mer och mer en traditionell näringsverksamhet med traditionella ekonomiska och näringspolitiska drivkrafter. Den kulturella kärnan tar sin utgångspunkt i konsten, och utforskar historiska och nutida samhällsutmaningar och är en viktig förutsättning för det demokratiska samhället.

Konst och kultur kan få människor att se världen och sig själva genom andras ögon. Kultur ger individer och samhällen bättre förmåga att möta livet och dess förändringar. Kultur ger perspektivförskjutning, ifrågasättande, empati, skapar sammanhang och mening. Att få ta del av konstnärliga upplevelser och själv ges möjlighet att uttrycka sig konstnärligt är grundläggande mänskliga behov. (Regional kulturplan för Blekinge 2018-2020, sid.6)



Jag lämnade Köpenhamn för möjligheterna i Blekinge

Av: Simone Alexandra Ærsøe

Mitt namn är Simone Alexandra Ærsøe och jag är utbildad konstfotograf från Fatamorgana i Köpenhamn (min hemstad) och Akademin Valand i Göteborg. Då jag hade färdiggjort min utbildning flyttade jag full av ambitioner tillbaka till Köpenhamn med min partner Christopher Landin. Jag jobbade några år med olika konstrelaterade arbeten, samtidigt som jag försökte finna tid till att skapa mina egna projekt. Under denna tiden växte det fram en idé om att starta en egen plattform för oss själva och andra konstnärer som gärna vill arbeta under mer solidariska och lekfulla förhållanden. Vi lämnade Köpenhamn för en "renoveringsmogen" gård på Blekinges Östkust och startade ett år senare den ideella konstföreningen Land404.

Under Land404 driver vi ett residensprogram för konstnärer med utgångspunkt i vårt lokala område och de problemställningar som finns här. Vi gestaltar utställningar och andra evenemang, huvudsakligen på vår gård, men jobbar även med dialogen mellan land och by. Vilket bland annat innebär att vi det nästa året kommer att utställa på Ronneby Konsthall och delta på Supermarket Art Fair i Stockholm.

Jag tycker att vi har fått bra stöd både lokalt och regionalt, men det är säkert många utmaningar förknippat med att starta ett eget företag inom kreativa näringar. På ett personligt plan är det ofta en kunskapsbrist då det är ovanligt med undervisning i ekonomi, ansökningar etc. på akademien och dels för att man jobbar med många olika intäkter. Det är mycket att lära sig och det är inte alltid helt enkelt att hitta information som riktar sig på konstnärlig verksamhet. Kollegor är en annan viktig sak som det har tagit längre tid för mig att hitta. Kanske har det tagit extra tid då jag inte ursprungligen är från Karlskrona, men detta är nog inte hela förklaringen. I större städer är det vanligt att konstnärer och andra kreativa ingår i olika verkstads-kollektiv. Där kan man för låg hyra arbeta, växla erfarenheter och påbörja samarbeten på tvärs av olika färdigheter. En sådan miljö gynnar en snabb professionalisering, en trevligare miljö och nya ini-



tiativ. En plats med både handledning i bästa praxis inom ekonomi och ansökningar samt verkstad/kontorsplatser för folk som jobbar med kreativa och kulturella näringar hade varit idealiskt.

De flesta jag känner som jobbar inom konstnärliga fält i Blekinge har inte bara ett jobb men måste ha 3 eller 4 för att få ihop en månadslön. Jag är inte något undantag då jag samtidigt som jag driver Land404 även arbetar med min egna konst där jag gör utställningar etc. Utöver detta driver jag och min partner dessutom en designstudio som heter Studio Mycel, där vi formger grafiska affischer, och ibland skapar jag även stickmönster som säljs via nätet.

Om jag fick önska hade jag gärna sett att man politiskt och strukturellt försökte stärka vardagen för personer som arbetar med kultur. Jag måste ständigt välja mellan kvaliteten på de evenemang jag gestaltar, lön till deltagare och lön till mig själv. Eftersom det oftast inte finns budget till allt så prioriterar jag alltid mig själv sist vilket ofta innebär att lönen uteblir. Pensionen vägar jag inte ens tänka på. Jag är tyvärr långt ifrån ensam om detta. Vill man ha ett starkt kulturliv måste man enligt mig se till att de som jobbar inom branschen inte bara jobbar ideellt, utan faktisk kan leva på det. Annars



slits folk ner innan de hinner etablera någon form av förändring.

Generellt vill jag dock säga att jag är glatt överraskad över hur positivt och solidariskt kulturlivet är i Blekinge. Vi har blivit mottagna med öppna armar av båda grannar, besökande och folk inom bran-

schen. Att Blekinge är ett litet län ser jag mest som en fördel. Där är inte långt från idé till handling, från kulturarbetare till politiker.

Dessutom finns här en stor vilja och lust att skapa nya initiativ och det är oerhört spännande att få vara en del av.

Hur ser det ut i siffror?

I Sverige står kulturella och kreativa näringar för minst 3 procent av BNP. Det finns 127 961 företag och 142 595 personer som är verksamma inom KKN i Sverige. I Blekinge omsätter näringen närmare 2 miljarder kronor, det finns drygt 1 100 företag och ungefär lika många verksamma inom näringen. (Tillväxtverket, 2017)

Om man bryter ner KKN på de olika branschområdena kan man se att den bransch som vuxit starkast mellan 2010–2015 i Blekinge, är audiovisuellt, som har mer än dubblat sin omsättning. Inom denna bransch finns bland annat spel, film, radio och TV. Även scenkonst, litterärt och konstnärligt skapande är två branscher som ökat under samma period. Den bransch som har tappat mest är reklam, med nästan 40 %. (Tillväxtverket.se, 2017)

Är kulturella och Kreativa näringar en jämställd näring?

Som helhet är fördelningen mellan män och kvinnor jämn inom kulturella och kreativa näringar, 54 % kvinnor och 46 % män arbetar idag inom KKN i Blekinge (Tillväxtverket.se, 2017). Bryts dessa siffror ner på bransch blir siffrorna däremot annorlunda. Audiovisuellt och reklam är två branscher som har en övervägande representation av män som ligger strax över 60%. Mode, däremot är den bransch som sticker ut allra mest, med en överrepresentation på närmare 80% kvinnor och endast 20% män. Övriga branscher inom KKN redovisar en jämn könsfördelning, det vill säga fördelningen 60/40. (Tillväxtverket 2017). Det finns jämställd-

Blekinge i siffror

1 143 företag inom KKN
1 163 är verksamma inom KKN
1 958 909 000 kronor i omsättning

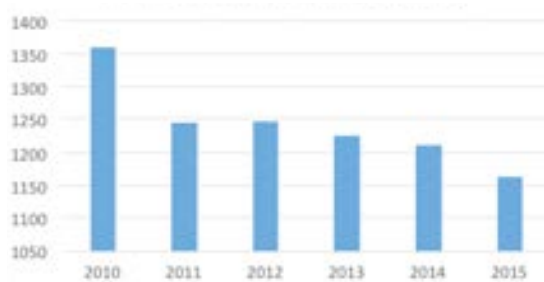
(Tillväxtverket.se, 2017)

hetsutmaningar inom KKN, precis som inom de flesta andra näringar och sektorer. Förutom representation av respektive kön per bransch, behöver specifika data analyseras, såsom branschkategori och hur position, påverkan -och beslutsutrymme fördelas för kvinnor och män.

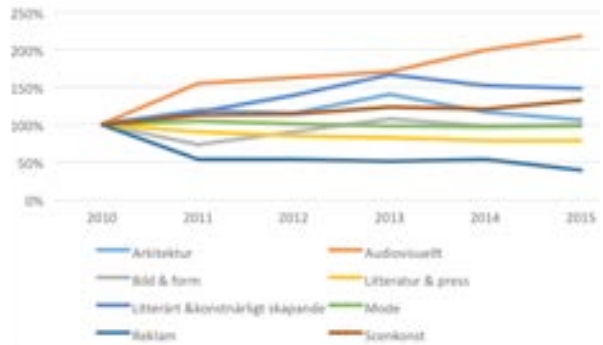
Det handlar exempelvis om vilka tjänster som män respektive kvinnor söker sig till och får. För att göra de branscher och tjänster som domineras av det motsatta könet mer attraktiva för både kvinnor och män är det viktigt att arbeta medvetet med de strukturella förutsättningarna. En ingång till detta är utbildning och akademi som är oerhört viktiga för vilken kompetens som finns tillgänglig inom näringens olika professioner. Svaret på frågan är alltså ja och nej, inom KKN är könsrepresentationen relativt jämställd inom de flesta branscher, men den kvalitativa jämställdhetsanalysen inom näringen behöver utvecklas.

Nedan presenteras siffror i diagramform, hämtade från det digitala verktyget *Kreametern* på Tillväxtverkets hemsida. Diagrammen beskriver hur kulturella och kreativa näringar har utvecklats i Blekinge de senaste fem åren.

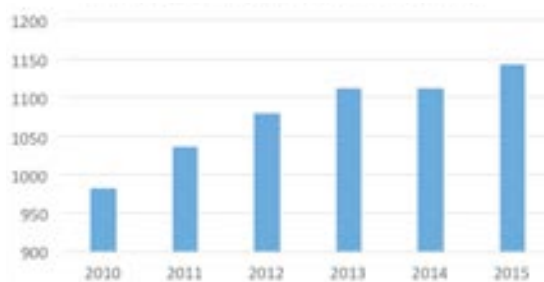
Antal anställda inom KKN i Blekinge



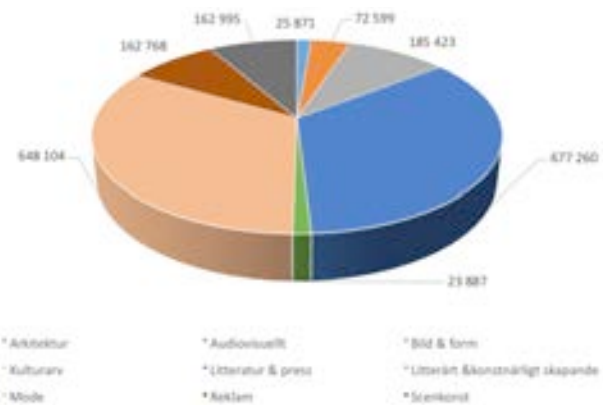
Procentuell ökning per bransch i Sverige



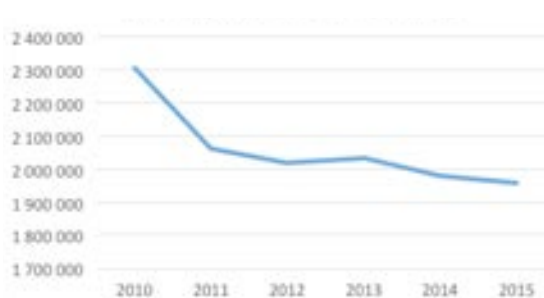
Antal verksamheter inom KKN i Blekinge



Omsättning av totalen fördelat per bransch



Omsättning i tkr för KKN i Blekinge



Från studentrum, till USA, Moskva och Stockholms stadshus

Av Mathias Nygren, Grundare av spelbolaget Tarzier och The Station

När jag får frågan om min resa eller min story, hur det är att starta och driva företag i Karlshamn och Blekinge så är jag aldrig sen att påpeka det enorma stöd som jag och mina medgrundare och medarbetare har fått under bolagens resor. Resor som har tagit oss från studentrum och skolsalar till världens största industrimässor i USA, presskonferenser i Moskva och banketter i Stockholms Stadshus.

På fullt allvar har jag även frågat mig själv om något av det skulle ha varit möjligt om vi hade försökt starta vårt företag någon annanstans vid samma tillfälle och med samma förutsättningar. Och svaret blir "Nej".

Som med mycket annat så tror jag en hel del har skett på grund av tillfälligheter, olika val vi gör vid olika tidpunkter (både bra och dåliga), personer vi träffar, chanser vi tar – men jag tror också på att ju hårdare man jobbar, desto mer "tur" har man. Jag tror också på att alla har en chans att lyckas med vad man än tar sig för, hur svåra förutsättningarna än är - men att det är fasen så mycket enklare när man har människor omkring sig som uppmuntrar, stöttar och tror på en.

Vi har jobbat hårt, vi har haft en del tur men vi har också fått mycket stöd och uppmuntran, framförallt när vårt hårda jobb ändå inte räckt och när turen tagit slut.

I Karlshamn och Blekinge finns mycket hjälp för den som vill starta och driva företag eller olika typer av projekt. I Karlshamn finns bl.a. NetPort Science Park, Blekinge Business Incubator och Sparbanken i Karlshamns Näringslivsstiftelse. Jag väljer att nämna just dessa då de har betytt särskilt mycket för mig genom åren men det finns även andra såklart. Ett företag, en stiftelse eller organisation är däremot inget utan de människor som driver dem och det är främst till dem som jag riktar mitt tack. Ett tack till de eldsjälar som stöttat oss, uppmuntrat oss och, även när vi stått vid ruinens brant, har "chansat" på oss. Tack för det!

Men vad kan göras bättre då? Hur kan vi fortsätta att utveckla Karlshamn och hela Blekinge med fokus på kulturella och kreativa näringar?

Ett återkommande problem för de företag som jag har drivit och andra i liknande situation har bl a varit att kunna underlätta inflyttningen av ung arbetskraft till Karlshamn och Blekinge.

Boende har varit en sådan faktor. I konkurrens med stora världsberömda studios i Stockholm och Malmö är vi ändå flera bolag som framgångsrikt lyckats locka unga talanger att göra sin praktik eller söka anställning i Karlshamn. Vad har vi lockat med? Utöver våra små men hårt arbetande studios och våra spännande projekt så har staden och länet varit, och är, viktiga ingredienser. Vi har inte storstadens utbud av nattklubbar eller ändlösa shoppinggallerior, men vi har havet och naturen om hörnet och det mesta man behöver inom gångavstånd. "Och det är lätt att hitta boende", har vi också sagt. Men det stämmer inte.

Det är lättare att hitta boende för den som är redo att köpa hus och det är lättare för den nya mellancheferen på det framgångsrika IT-bolaget, men för en ung nyinflyttad anställd på ett bolag inom den kreativa sektorn där man inte producerar Hollywoodfilmer eller har Hollywoodlöner så är det svårt att hitta en normalbra hyresrätt till ett pris man klarar av.

Vi har många exempel där personal blir inneboende, får långtidshyra rum på Bed & Breakfast eller pensionat och även de som får flytta in till Ronneby för att sedan pendla till Karlshamn. "Jamen då hittar de ju boende ändå?" säger någon och "ja, det gör de". Men det gör man i Stockholm också. Vi förlorar en av få starka konkurrensfördelar när unga människor ställs inför valet att pendla eller bo ihop med tre andra i Stockholm, eller att bo i Blekinge med samma förutsättningar.

Ett annat problem för inflyttade unga är mötesplatser. Om man inte kommer från orten eller har gått på högskolan så är ens umgänge begränsat till sina arbetskamrater men om man vill träffa andra människor också under sin vakna tid och inte älskar att hänga på krogen, var går man då för att möta nya människor? För oss och andra bolag inom Kreativa Näringar i Karlshamn har svaret blivit "Brädspelskaféet".



Brädspelskaféet i Karlshamn drivs också av eldsjälarna och har blivit en mötesplats inte bara för inbitna spelentusiaster men för alla som vill umgås med andra människor, hänga lite, prata och ta en kopp kaffe medan man gör något tillsammans. Sällskapsspel i sin bästa bemärkelse. Vi behöver fler sådana initiativ.

På ett helt annat område så tror jag något som hade underlättat för bolag inom kreativa näringar hade varit stöd i olika typer av ansökningar. Det finns olika sorters bidrag att erhålla, det kommer utlysningar både från EU och andra håll men att ha koll på alla dessa, och när något väl passar inte bara fylla i tomma fält utan göra verkligt bra ansökningar är svårt för många. Jag har själv suttit långa nätter och kliat mig i huvudet när jag försökt fylla i 30-60 sidors ansökningsformulär med kryptiska instruktioner.

En dedikerad resurs med kompetens och erfarenhet av att skriva sådana ansökningar tror jag hade kunnat göra stor skillnad för små och mellanstora bolag inom kreativa näringar i länet. Kanske finns redan en sådan resurs men då skulle detta bara behöva kommuniceras bättre.

Det finns många fler exempel på vad som hade kunnat göras men viktigast av allt är att viljan finns. När jag kommer med mina, ibland vilda, idéer får jag ibland höra "så är det väl ingen som

gör" och "kan du ge mig något annat exempel där det har gjorts"? Berättigade frågor men en lite trängsynt inställning tycker jag – att ha en konkurrensfördel innebär ju faktiskt att kunna erbjuda något som inte alla andra har.

– "Men måste vi i Blekinge göra mer än andra platser för att vara konkurrenskraftiga, för att locka företag och medarbetare?"

Kanske. Kanske mer eller på ett annat sätt, allt handlar om hur mycket vilja det finns att fortsätta utvecklas.

I mina ögon är Karlshamn som stad och Blekinge som region en mycket bra plats att starta och driva företag, inom kreativa- såväl som inom andra näringar och industrier – för det finns många positiva krafter och eldsjälarna inom regionen.

Men, när organisationer och direktiv förändras och när drivande entusiastiska människor byter positioner, pensioneras eller flyttar så kan vi inte vara beroende av enstaka individers goda vilja, då måste kanske långsiktigt hela regionen vara eldsjälarna?

Blekinge in i framtiden

Utmaningar

Utmaningen för Blekinge handlar om att bättre tillvarata de möjligheter som kulturella och kreativa näringar skapar, genom att erbjuda en gynnsam tillväxtmiljö för utveckling. Mellan 2010-2015 har KKN som näring sjunkit med 15 % i Blekinge. Blekinges närregioner visar på liknande siffror, någon region har ökat marginellt, annars har KKN som näring legat på ungefär samma omsättning eller sjunkit även i de andra regionerna och i övriga Sverige. Stockholm sticker ut i statistiken och där har näringen vuxit starkt under samma period, samtidigt som Halland är den stora förloraren.

De olika branscherna inom KKN har mycket olika förutsättningar och utmaningarna inom respektive bransch skiljer sig åt. Inom exempelvis spelutveckling finns utbildningar från grundskolenivå till gymnasium och högskola med säte i Blekinge. Det finns en spelinkubator och branschorganisation som verkar för Blekinge och Skåne. En stark infrastruktur för branschen underlättar givetvis både start av företag och vidareutveckling av företag med god kompetensförsörjning och investerare.

Spelbranschen har dessutom sina kunder extremt nära sig, bara något knapptryck bort kan spelbolaget nå en global arena. Jämförs detta med andra branscher inom KKN saknar Blekinge högre utbildningar inom samtliga områden, förutom när det gäller de inriktningar som har ett digitalt spår. Blekinge saknar även tillväxtmiljöer och starka nätverk inom flertalet branscher. Det är en markant skillnad på affärsmodellerna i den kulturella kärnan mot övriga kreativa näringar, och avståndet till sin målgrupp/kunderna är betydligt längre trots att människorna man riktar sig till finns geografiskt mycket närmare.

Det finns stora skillnader inom KKN, men det finns också gemensamma nämnare som skulle gynnas av utvecklingen av näringen som helhet samtidigt som nya produkter och tjänster skulle kunna utvecklas inom näringsliv och offentlig verksamhet. Exempel på goda insatser som har gjorts inom KKN är bland annat utvecklingen av mataktörer. Ett starkt nätverk har byggts upp med en ideell förening som bas där förädling av produkter och samver-

kan mellan mathantverkare utvecklats snabbt under relativt kort tid. Utmaningen inom detta område handlar nu om att höja kompetensen hos kunderna och skapa en medveten efterfråga om hög kvalitet.

Regionsamverkan Sydsverige

Samverkan behövs. Inte bara mellan branscher och över politikområden, utan även över kommun- och regiongränser för att kunna utveckla området vad gäller utbildning och forskning, utbyte av "best practice" samt kunna stödja företagen internationellt. Region Blekinge samverkar inom Regionsamverkan Sydsverige, vilket innefattar de sex sydligaste regionerna i Sverige, för att tillsammans kunna utveckla bland annat kulturella och kreativa näringar i en större kontext med mera resurser. På regionsamverkan.se finns mer information om regionernas samarbete.

Regionsamverkan Sydsverige verkar bland annat för att visa öppenhet för nya konst- och kulturformer, stärka samverkan mellan högre utbildning och kulturverksamhet samt lyfta kulturens potential i utveckling av innovationer och näringsliv. Samverkan inom Regionsamverkan Sydsverige öppnar möjligheter för Blekinge att kunna erbjuda spetsutbildningar på högre nivå, få tillgång till god kompetensförsörjning till företagen och ligga i framkant vad gäller forskning och utveckling. I samverkan får Blekinge även ett ökat inflytande i dialog med nationell nivå.

Region Blekinge vill därför verka för utveckling inom insatsområden kopplade till Regionsamverkans Positionspapper Ett enat Sverige skapar ett starkt Kultursverige, Regionsamverkan Sydsverige.

- Visa öppenhet för nya konst- och kulturformer.
- Stärka samverkan mellan högre utbildning och kulturverksamhet.
- Lyfta kulturens potential i utveckling av innovationer och näringsliv.
- Underlätta för Sydsveriges kulturaktörer att samarbeta.
- Stödja och uppmuntra samverkan med andra politikområden.
- Utöka internationell närvaro i Sverige.
- Initiera gemensam forskning för ökat deltagande. (Positionspapper, 2017)

”Det blir intressant
att ta reda på vad
en testbädd skulle
vara för mig”

Kulturentreprenör



Aktivitetsplan 2018-2020

Övergripande mål

Utvecklingsplanen ska bidra till följande mål i Blekingestrategin

År 2020 kännetecknas Blekinge av ett starkt innovationsklimat som involverar näringsliv, utbildningsaktörer, offentlig, ideell och kreativ sektor. Ideér lyfter och blir livskraftiga företag.

Detta genom att främja följande viljeinriktningar:

- Skapa förutsättningar för kulturella och kreativa näringar att verka och i Blekinge.
- Samverka med andra regioner för kompetensutveckling och forskning inom området.
- Synliggöra kulturella och kreativa näringar och deras betydelse.

Utvecklingsplanens övergripande mål

Entreprenörer inom kulturella och kreativa näringar upplever att det finns goda förutsättningar att verka och växa i Blekinge.

Indikatorer

1. Ökad omsättning inom kulturella kreativa näringar i Blekinge
2. Ökat antal anställda inom kulturella kreativa näringar i Blekinge

Delmål

- Ökad kunskap om Kulturella och kreativa näringar bland tjänstepersoner och politiker inom näringsliv och kultur på kommunal och regional nivå.
- Ökad samverkan mellan;- politikområdena näringsliv och kultur på kommunal och regional nivå
 - olika branschområden inom kulturella och kreativa näringar (KKN)
 - KKN och andra näringar
 - kommuner och regioner
- Bättre möjligheter för fler aktörer inom KKN att kunna försörja sig på sitt arbete.
- Blekinge är bättre på att tillvarata de möjligheter som KKN skapar.
- Ökad kunskap om kulturella och kreativa näringar utifrån ett jämställdhetsperspektiv, samt verktyg för att främja en mer jämställd näring.

Utvecklingsinsatser

Under framskrivningen av Utvecklingsplanen har Region Blekinge inhämtat information, synpunkter och inspel från företrädare för de olika branscherna inom kulturella och kreativa näringar, samt från företrädare inom det företagsfrämjande systemet. Detta har bland annat skett via dialogmöten och workshop med utgångspunkten att ta reda på vilka utmaningar, behov och möjligheter som finns inom respektive bransch. Resultatet har sammanvägts med nationella strategier och planer, samt utmaningar, behov och möjligheter som synliggjorts inom Region-samverkan Syd och slutligen kärnats ner till följande insatser för perioden 2018-2020.

- Stärkt kompetens och erfarenhetsutbyte för kommunens tjänstepersoner inom Kultur och Näringsliv, detta i samverkan med andra regioner. Syftet är att få ökad kunskap och dra lärdom av hur andra kommuner arbetar med KKN utifrån ett lokalt perspektiv.
- Ta reda på förutsättningarna och möjligheterna att utveckla Animation som kompetensområde inom KKN och inom andra näringar och sektorer. Syftet är att utforska hur animation som kompetensområde kan skapa hängrännor mellan andra branschområden.
- Verka för ett gränsöverskridande samarbete inom KKN och med andra näringar och sektorer. Syftet är att dra lärdom av arbetsprocesser, affärsmodeller, kompetenser, verktyg och tekniska lösningar, branscherna emellan samt tillgängliggöra kulturella och kreativa näringars kapacitet inom näringslivet.
- Att arbeta med de professionella kulturskaparnas villkor. Med syfte att förbättra kulturskaparnas möjligheter till att försörja sig på sitt arbete.
- Genom en förstudie undersöka möjligheten till ett administrativt centrum för kulturföretag i den innersta kärnan. Syftet är att den professionella kulturentreprenören ska kunna lägga mer tid till kulturskapande.
- Fortsatt samverkan med andra regioner i Syd-sverige. Syftet är att stärka Blekinges förutsättningar att utveckla kulturella och kreativa näringar.
- Utveckla möjligheten kring specifik tillväxtmiljö för Kulturföretag.
- Undersöka möjligheten till en Innovation Hub inom kulturella och kreativa näringar Blekinge
- Ta fram en jämställdhetsanalys nedbruten på bransch kategorier, samt ta fram förslag på insatser.
- Verka för utveckling inom insatsområden kopplade till Positionspapper Ett enat Sverige skapar ett starkt Kultursverige, Regionsamverkan Sydsverige.

Centrala aktörer för utveckling

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

- **Region Blekinge** - Utvecklar planer, strategier och stöttar projekt för Blekinge län.
- **Länsstyrelsen** - Erbjuder statligt företagsstöd och landsbygdsstöd.
- **Kommunernas näringslivskontor** - Utvecklar näringslivet lokalt.
- **Kommunernas Kulturenheter** - Utvecklar kultur lokalt.
- **Blekinge Busienss Incubator** - Stöd till nystartade företag med fokus på tillväxtbolag.
- **Gameport** - Stöd till nystartade företag inom spelindustrin.
- **Almi företagspartner** - Erbjuder microfinansiering, företagsstarter och företagsutveckling.
- **Netport Science Park** - Triple-Helixorganisation med fokus på intelligent logistik, energi och digitala medier.
- **Kreativum Science Center** - Erbjuder upplevelse-baserat lärande i en experimentell miljö och är en arena för innovationsrelaterade projekt.
- **Cluk** - Centrum för livsmedelsutveckling, hjälper företag att testa och utveckla framtidens livsmedelsprodukter.
- **Nyföretagarcentrum** - Erbjuder företagsrådgivning för nystartade företag.
- **Coompanion** - Företagsrådgivning för alla som vill starta företag tillsammans.
- **Reaktor Sydost** - Arbetar för att stärka filmen och den rörliga bildens ställning och utveckling i sydost-regionen.
- **Musik i Blekinge** - Länsmusiken verkar för utveckling av det professionella musikalivet i länet, ökade arbetstillfällen för frilansmusiker och utveckla barn- och ungdomsverksamheten.
- **Slöjd i Blekinge** - Utifrån ett näringsinriktat, kulturarvsinriktat och kunskapsförmedlande perspektiv, främja kunskap och samverkan om konst och slöjd i Blekinge, Sverige och internationellt.
- **Dans i Blekinge** - Verkar för att stärka den professionella dans- och scenkonsten i Blekinge.
- **Konst i Blekinge** - Är en plattform för utveckling av bild- och konstområdet i länet.
- **Regionsamverkan Sydsverige** - Ett samarbetsorgan för Sveriges sex sydligaste regioner, som arbetar för långsiktigt hållbar utveckling för Sydsverige.
- **Game city** - Främjar spelutveckling i Blekinge och Skåne.
- **Media Eveolution** - Ett mediakluster för innovation inom mediabranscherna och den kreativa sektorn.
- **Southern Sweden Creativs** - Stöttar små och medelstora företag inom kulturella och kreativa näringar som vill växta internationellt.
- **Smakupplevelse Blekinge** - Ett nätverk för utveckling och samverkan mellan mathantverkare i Blekinge.
- **Matakademin Blekinge** - Uppmärksamma den blekingska matkulturen, premiera goda initiativ inom så väl matlagningskonsten som inom offentlig verksamhet.
- **Young innovation hub** - Ungdomsdrivna mötesplatser - där entreprenörskap, kreativitet och personlig utveckling står i fokus.
- **Form/Design Center** - En plats för kunskap och inspiration inom form, arkitektur och design.
- **Centrumbildningar** - såsom konstnärscentrum och konsthantverkscentrum.



Referenser

Karlsson, David. 2014. Hur långt är ett snöre.
Västra Götaland: Nätverkstan

<http://regionsamverkan.se/>

Karlsson, David. 2017-11-24. Föreläsning.
Karlskrona: Blekinge Museum

<https://tillvaxtverket.se/statistik/kulturella-och-kreativa-naringar/kreametern---statistik.html>
(Hämtad: 2017-11-20)

Innovationsindex, sid. 32

<https://tillvaxtverket.se/statistik/kulturella-och-kreativa-naringar/kreametern---statistik/individ-baserade-matt.html> (Hämtad: 2017-12-13)

Regeringskansliet. 2014. En nationell strategi
för hållbar regional tillväxt och attraktionskraft
2015–2020. Stockholm: Regeringskansliet. s 40.

http://www.kulturradet.se/EU_Kulturprogram/Nyheter/2016/SEP/Tre-rapporter-om-kulturella-och-kreativa-naringar/ (Hämtad: 2017-12-13)

Regeringskansliet. 2015. Sveriges exportstrategi.
Stockholm: Regeringskansliet

<http://www.regeringen.se/regeringens-politik/kultur/> (Hämtad:2017-10-09)

Region Blekinge. 2013. Attraktiva Blekinge,
Blekingestrategin 2014-2020,
Karlskrona: Region Blekinge

<http://www.regeringen.se/regeringens-politik/naringspolitik/mal-for-naringspolitik/>
(Hämtad:2017-10-09)

Region Blekinge. 2017. Innovationsstrategi för
Blekinge. Karlskrona: Region Blekinge. sid 4

Region Blekinge. 2017. Regional kulturplan för
Blekinge 2018-2020.
Karlskrona: Region Blekinge. sid.6

Tillväxtverket. 2017. Kreametern. Stockholm:
Tillväxtverket

Utvecklingsplan för Kulturella och kreativa näringar
i Blekinge
Region Blekinge, 2017
Dnr: 18/00253

Grafisk form: Mustasch Reklambyrå AB

Foto: Håkan Larsson, Lina Alriksson Regionteatern,
Hanna Reidmar, Jörgen Skagert, Kristian Pedersen och Malin Arnesson



Region Blekinge, Valhallavägen 1, 371 41 Karlskrona
Tel 0455-30 50 00 | E-post kansli@regionblekinge.se
www.regionblekinge.se