



## Musik, film och dataspel som katalysator i regional tillväxtpolitik

– *En del av Dalarnas inträde i kunskapsekonomin*

---

Ett samarbetsprojekt mellan:

FOLUN

 Borlänge

REGION DALARNA

 HÖGSKOLAN  
DALARNA

 Landskapet  
DALARNA



## Sammanfattning

Dalarna är för många sinnebilderna av svensk kultur, spelmannslag, trähästar och kurbitsar har spelat en central roll. År 2015 ser vi också andra konstformer som har potential att bidra till den tillväxtmotor som Dalarnas kulturliv är för regionen. Musiklivet har sedan decennier blommat ut också inom populärmusikområdet. Vi har högkvalitativa utbildningar inom både film- och dataspelsområdena och vi har attraktiva miljöer för filminspelning och en grund för den tekniska infrastruktur som krävs för postproduktion, där hela världen är företagets marknad. Konsumtionen av dataspel har ökat lavinartat det senaste decenniet, och det finns en stor och viktig potential i att använda både teknik och pedagogik från dataspel för att förbättra arbetsprocesser i företag som i vardagen inte har något med dataspel att göra.

Vi står i begynnelsen av en ny ekonomisk era i form av kunskaps- och tjänsteekonomin. Dalarna som region behöver hitta strategier för att växa givet de förutsättningar som detta bär med sig. Framförallt handlar det om att få utbildade och kreativa personer att bo och verka i Dalarna, med hela världen som marknad. I tjänsteekonomin är det individens kompetens och kreativitet som är råvaran och dess val av bostadsort som ger inkomster till det gemensamma offentliga systemet.

Denna förstudie har initierats av Borlänge och Falu kommuner i samarbete med Högskolan Dalarna och Landstinget Dalarna. Region Dalarna är den centrala finansiären. Projektet har gått under namnet MFD-projektet (musik, film och dataspel) och bestått av branschrepresentanter, kommunala tjänstepersoner och forskare från Högskolan Dalarna. Arbetsgruppen har lagt fram följande förslag på insatser som vi anser behöver göras i Dalarna för att musik-, film- och dataspelsbranscherna ska bli en självklar del av Dalarnas tillväxtmotor och attraktionskraft.

Våra förslag innebär att regionen måste ta ett helhetsgrepp och bygga en grundstruktur för innovationssystemen för musik, film och dataspel i Dalarna för att nå mål om stabilt växande branscher.

Förslag som är gemensamma och som gäller alla tre branscher:

- *musik, film och dataspel blir en naturlig och självklar del i grundskolan.*
- *kultur/musikskolorna breddar sitt utbud till att inkludera band/grupp-övningar och coachning för musikband. Alla orter bör även erbjuda någon form av filmproduktion eller manusskrivande samt dataspelsproduktion.*
- *befintliga utbildningar på eftergymnasial nivå förstärks med en tydlig inriktning på ledarskap och management för samtliga tre branscher.*
- *Dalarnas kommuner tar initiativ till lokala mötesplatser/kreativa hus för kulturföretagare, vilket bygger en regional fysisk infrastruktur för branscherna. Det kan stimulera både befintliga företagare och utövare på hobbynivå att lägga större fokus på en karriär inom området. Befintliga företag inom branscherna är generellt små. Erfarenheter från tidigare projekt för kulturella och kreativa branscherna i Dalarna och från utvecklingsarbeten i övriga delar av landet pekar entydigt på att företagen skulle vara behjälpta av lokala Kreativa hus där de kan hyra kontorsplats och hålla möten. Mötesplatserna skapar stora mervärden genom att vara en plats för idéutveckling och för kontakter med andra kompetenser som ett kulturföretag behöver men annars kanske inte söker upp på grund av bland annat tidsbrist.*

- *Lokala resurspersoner/mäklare utses i varje kommun med uppdrag att fånga upp både utövare på hobbynivå och företag i branscherna, men även fungera som kontaktyta för den regionala företagsinkubatorn.*
- *Den regionala företagsinkubatorn integrerar befintlig kunskap och erfarenhet om de framgångsfaktorer som gäller inom kulturella och kreativa branscher.*
- *En intresseförening startas av offentliga aktörer med målsättning att på sikt drivas av branschrepresentanter. Tidigare försök att få till stånd ett kluster för populärmusikområdet har misslyckats. Två centrala anledningar är att musikbranschen utgörs av enskilda näringsidkare/deltidsföretagare utan resurser för representation samt en mängd olika kompetenser som har olika funktioner i värdekedjan – och således inte tillräckligt gemensamt för att samordnas i ett kluster. Vår slutsats är att framgång ges av att sammanföra de delbranscher som har tillräckligt med gemensamma intressen, detta kräver ett systematiskt arbete från offentliga institutioner, se också delrapport 4.*

#### Särskilda förslag för musik

- *Musik i Dalarna tar ett helhetsansvar för populärmusiken på samma sätt som organisationen idag tar för folkmusik och konstmusik.*
- *Dalapop bildas, ett regionalt resurs- och produktionscenter för det fria musiklivet inom populärmusiken. Dalapops syfte är att gynna utvecklingen av det regionala musiklivet och komma Dalarnas musiker, låtskrivare, musiktekniker och producenter till del, se också delrapport 3.*

#### Särskilda förslag för film

- *Målet i Dalarnas kulturplan om att "yrkesverksamma inom filmområdet kan utvecklas, bo och verka i Dalarna" uppfylls. Det är vår slutsats att om detta mål ska uppfyllas måste omsättningen i den regionala filmbranschen öka markant. Befintligt framgångsrecept för detta är att med ekonomisk bas i offentliga medel bygga upp ett produktionscenter med tillhörande filmfond. En filmfond fungerar som grundfinansiering av filmproduktioner som lockar hit ytterligare kapital och skapar lokal efterfrågan. Se också delrapport 2.*

#### Särskilda förslag för spel

- *När det gäller spelområdet saknas finns behov av en spelkonsulent på regional nivå som kan verka för ett systematiskt införande av spel på grundskolenivå. Förslagsvis ansluts den till den befintliga filmkonsulentfunktionen.*
- *Ett fokus på att knyta kontakter med riskkapitalbolag och liknande finansiärer.*

### Specificering av intresseföreningens verksamhet

Intresseföreningens verksamhet koncentreras inledningsvis till fem områden:

- **Strategisk påverkan** – information och kunskapsförmedling riktad till beslutsfattare om branschen och dess villkor.
- **Marknadsföring** – målgruppsriktade aktiviteter såväl fysiska som på facebook, hemsida, elektroniska nyhetsbrev mm. Stöd samt eventuellt samordning av medlemmars motsvarande aktiviteter.

- **Mötesplatser och event** – arrangemang och tillhandahållande av virtuella mötesplatser, verka för tillkomsten av fler fysiska mötesplatser i regionen, arrangör av nätverksträffar, studiebesök och seminarier.
- **Finansieringsstöd** – tillhandahåller information om finansiella stödmöjligheter, finansiell rådgivning samt stöd i ansökningsförfaranden.
- **Inkubation och företagsstöd** – rådgivning till företag för utveckling på musik, film och dataspelsmarknaden, scouting av affärsidéer, entreprenörer och företagare med framgångspotential på musik-, film- och dataspelsmarknaderna, proaktivt stödja arbetet vid Stiftelsen Teknikdalens regionala kreativa inkubator.
- **Stöd för kompetensutveckling och FOU** – svara för Dalarnas regionala kompetens- och FOU råd inom musik-, film- och dataspelsområdet. Fånga upp och initiera nödvändiga kompetensutvecklingsinsatser (t.ex. utbildningar), fånga upp och initiera nödvändig FOU verksamhet, ha överblick över pågående FOU insatser och resultat.
- **Vägledning** – uppmuntra och motivera unga människor med ambitioner på hobbynivå att utvecklas genom att visa på förebilder, goda exempel och karriärvägar inom musik-, film- och dataspelsbranscherna i regionen.

## Branschernas särskilda ekonomiska förutsättningar

I vår teorigenomgång kan vi konstatera att alla tre konstformerna har produktions- och konsumtionsförutsättningar som inte passar in i de förutsättningar som måste uppfyllas för att en fungerande fri konkurrensmarknad ska uppstå och fylla sin funktion. Denna slutsats medför att offentliga insatser kan göras och rätt utformade kommer att ”smörja” branscherna så att utfallet blir positivt för både bransch, konsument och skattebetalare. I föreliggande rapport belyser vi dessa utmaningar både kvalitativt och kvantitativt tillsammans med vilka värden och effekter och potentiella effekter som en satsning på musik, film och dataspel i Dalarna skulle kunna föra med sig.

Ambitionen med våra förslag är att lägga en grund för konvergens och cross innovation med förväntade effekter i form av ökad lokal omsättning och sysselsättning. Tidigare studier pekar på att det är dags att omvärdera föreställningar om fördelarna med konkurrens till att fokusera på fördelarna med ett ökat samarbete, både inom branscher och mellan branscher, för en hållbar samhällsutveckling.

## Om slutrapporten

Slutrapporten är författad av projektgruppen för musik-, film- och dataspelsutveckling, bestående av Anna Klerby (Högskolan Dalarna), Daniel Olsson (Borlänge kommun), Mia Mästerbo (projektets expert inom musikområdet), Daniel Wallentin (projektets expert inom filmområdet) samt Magnus Björkman (projektets expert inom dataspelsområdet).

Tillhörande denna slutrapport finns fyra delrapporter:

1. *Dala-Pop av Daniel Olsson och Pelle Andersson.*
2. *Regional utveckling av film och rörlig bild i Dalarna – Ett strategiskt underlag av Daniel Wallentin och Mattias J Skoglund*
3. *Creative region of Sweden, Daniel Olsson, Leif Adolfsson och Erik Jansson.*
4. *Teori och praktik om musik-, film- och dataspelsbranscherna i samhällsekonomi med fokus på Dalarna, av Anna Klerby och Tobias Heldt.*

Samtliga rapporter finns hos Borlänge kommun, Falu kommun, Landstinget Dalarna samt Högskolan Dalarna.



## Innehållsförteckning

|          |                                                                                                           |           |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Inledning .....</b>                                                                                    | <b>9</b>  |
| 1.1      | Syfte.....                                                                                                | 11        |
| 1.2      | Avgränsningar.....                                                                                        | 11        |
| 1.3      | Projektgruppens arbetssätt.....                                                                           | 12        |
| 1.4      | Definitioner.....                                                                                         | 12        |
| <b>2</b> | <b>En introduktion till branscherna .....</b>                                                             | <b>12</b> |
| 2.1      | Musikbranschen.....                                                                                       | 12        |
| 2.2      | Filmbranschen.....                                                                                        | 13        |
| 2.3      | Spelbranschen .....                                                                                       | 16        |
| <b>3</b> | <b>Musik, film och dataspel som katalysator för ekonomisk utveckling .....</b>                            | <b>18</b> |
| 3.1      | En modell över samband.....                                                                               | 19        |
| 3.2      | Exempel på avnämare och värden .....                                                                      | 20        |
| 3.2.1    | Musik.....                                                                                                | 20        |
| 3.2.2    | Film .....                                                                                                | 21        |
| 3.2.3    | Dataspel .....                                                                                            | 21        |
| 3.3      | Motiv till offentliga insatser för musik, film och dataspel .....                                         | 22        |
| 3.4      | Sammanfattande problem och utmaningar för resp. bransch .....                                             | 24        |
| 3.4.1    | Gemensamma utmaningar för musik-, film- och dataspelsbranscherna .....                                    | 25        |
| <b>4</b> | <b>Förslag för branscutveckling för musik, film och dataspel i Dalarna.....</b>                           | <b>26</b> |
| 4.1      | Förslaget i korthet.....                                                                                  | 27        |
| 4.1.1    | Mötesplatser och event.....                                                                               | 27        |
| 4.1.2    | Strategisk påverkan .....                                                                                 | 27        |
| 4.1.3    | Marknadsföring .....                                                                                      | 27        |
| 4.1.4    | Inkubation och företagsstöd .....                                                                         | 27        |
| 4.1.5    | Stöd för kompetensutveckling och FOU .....                                                                | 28        |
| 4.1.6    | Vägledning .....                                                                                          | 28        |
| 4.2      | Fördjupad beskrivning av respektive insats .....                                                          | 28        |
| 4.2.1    | Mötesplatser och event; Kreativa Hus, studios, artist in residence och digitala mötesplatser .....        | 28        |
| 4.2.2    | Strategisk påverkan .....                                                                                 | 31        |
| 4.2.3    | Inkubation och företagsstöd .....                                                                         | 32        |
| 4.2.4    | Stöd för kompetensutveckling och FOU .....                                                                | 34        |
| 4.2.5    | Vägledning .....                                                                                          | 34        |
| 4.3      | Hur vinner Dalarna på förslagen vi lägger för utveckling av musik-, film- och dataspelsbranscherna? ..... | 35        |
| <b>5</b> | <b>Innovationssystemet för musik, film och dataspel i Dalarna .....</b>                                   | <b>35</b> |
| 5.1      | Företagande och sysselsättning inom konst och kultur.....                                                 | 36        |
| 5.1.1    | Värdekedjan för musikbranschen .....                                                                      | 37        |
| 5.1.2    | Värdekedjan för filmbranschen .....                                                                       | 38        |
| 5.1.3    | Värdekedjan för spelbranschen .....                                                                       | 39        |
| 5.2      | Tillgänglig statistik ger långt ifrån rättvisa till branschernas betydelse .....                          | 41        |
| 5.2.1    | Förslag till förbättringar i statistiken .....                                                            | 44        |
| 5.3      | Mötesplatser och infrastruktur för musik, film och dataspel samt KKN i Dalarna .....                      | 46        |
| 5.3.1    | Fysiska miljöer för kreatörer i Borlänge och Falun .....                                                  | 46        |
| 5.3.2    | Kluster inom musik .....                                                                                  | 48        |
| 5.3.3    | Kluster inom film .....                                                                                   | 49        |
| 5.3.4    | Kluster inom spel.....                                                                                    | 49        |
| 5.4      | Det offentliga stödsystemet i Dalarna .....                                                               | 49        |
| 5.4.1    | Borlänges respektive Faluns kommuner .....                                                                | 49        |
| 5.4.2    | Region och landsting – regionalt ansvar och förankring i styrdokument.....                                | 50        |

|                 |                                                                           |           |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>5.5</b>      | <b>Utbildningskedjan för musik, film och dataspel i Dalarna.....</b>      | <b>56</b> |
| 5.5.1           | Förskola och grundskola .....                                             | 57        |
| 5.5.2           | Musik/kulturskola (fritid) .....                                          | 59        |
| 5.5.3           | Gymnasium .....                                                           | 60        |
| 5.5.4           | Studieförbund .....                                                       | 60        |
| 5.5.5           | Folkhögskolor.....                                                        | 60        |
| 5.5.6           | Yrkehögskolor och högskoleförberedande eftergymnasiala utbildningar ..... | 60        |
| 5.5.7           | Högskola, utbildningar och kurser .....                                   | 61        |
| <b>6</b>        | <b>Regionala framtidsstrategier.....</b>                                  | <b>62</b> |
| <b>6.1</b>      | <b>Regional framtidsstrategi för populärmusik.....</b>                    | <b>63</b> |
| 6.1.1           | Branschråd.....                                                           | 63        |
| 6.1.2           | Mötesplatser .....                                                        | 63        |
| 6.1.3           | Företagsinkubation för musikområdet – att ta Bandboostern vidare .....    | 64        |
| <b>6.2</b>      | <b>Regional framtidsstrategi för film.....</b>                            | <b>65</b> |
| 6.2.1           | Förslag på vision för film och rörlig bild .....                          | 65        |
| 6.2.2           | Insatsområde 1: Samproduktion av film och rörlig bild.....                | 66        |
| 6.2.3           | Insatsområde 2: Utveckling och innovation.....                            | 66        |
| 6.2.4           | Insatsområde 3: Infrastruktur .....                                       | 67        |
| 6.2.5           | Horisontellt perspektiv: Barn och unga.....                               | 68        |
| <b>6.3</b>      | <b>Regional framtidsstrategi för spel.....</b>                            | <b>70</b> |
| 6.3.1           | Branschorganisation .....                                                 | 70        |
| 6.3.2           | Utbildning.....                                                           | 70        |
| 6.3.3           | Barn och unga.....                                                        | 70        |
| 6.3.4           | Förankring i offentliga systemet.....                                     | 70        |
| <b>7</b>        | <b>Avslutande reflektioner .....</b>                                      | <b>70</b> |
| <b>8</b>        | <b>Källförteckning.....</b>                                               | <b>73</b> |
| <b>Bilaga 1</b> | <b>Definitioner .....</b>                                                 | <b>77</b> |
| 8.1.1           | Kulturbegreppet.....                                                      | 77        |
| 8.1.2           | Konst .....                                                               | 77        |
| 8.1.3           | Kompetens, hantverksskicklighet och kvalitet.....                         | 77        |
| 8.1.4           | Konvergens.....                                                           | 77        |
| 8.1.5           | Gamification.....                                                         | 77        |
| 8.1.6           | Cross innovation.....                                                     | 78        |
| 8.1.7           | Individuell nytta vs samhällsnytta .....                                  | 79        |
| 8.1.8           | Egenvärde respektive instrumentellt värde .....                           | 79        |
| 8.1.9           | Transaktionskostnader.....                                                | 80        |
| 8.1.10          | Ekonomiska värden .....                                                   | 80        |
| 8.1.11          | Affärsmodeller och finansieringsmodeller .....                            | 80        |
| 8.1.12          | Innovationssystem och kluster .....                                       | 80        |
| <b>Bilaga 2</b> | <b>Erfarenheter av tidigare insatser inom KKN-området .....</b>           | <b>81</b> |
| <b>8.2</b>      | <b>Nationellt .....</b>                                                   | <b>81</b> |
| <b>8.3</b>      | <b>Regionalt.....</b>                                                     | <b>82</b> |
| <b>8.4</b>      | <b>Borlänge kommun .....</b>                                              | <b>86</b> |
| <b>8.5</b>      | <b>Falu kommun .....</b>                                                  | <b>87</b> |
| <b>Bilaga 3</b> | <b>Resurser från kommuner och landsting.....</b>                          | <b>89</b> |
| <b>Bilaga 4</b> | <b>Lediga platser hos Arbetsförmedlingen .....</b>                        | <b>91</b> |
| <b>Bilaga 5</b> | <b>Inkubatorer för KKN i Sverige.....</b>                                 | <b>93</b> |
| <b>Bilaga 6</b> | <b>Mind-map.....</b>                                                      | <b>95</b> |



# 1 Inledning

Vi står i begynnelsen av en ny ekonomisk era i form av kunskaps- och tjänsteekonomin. Dalarna som region behöver hitta strategier för att växa givet de förutsättningar som detta bär med sig. Framförallt handlar det om att få utbildade och kreativa personer att bo och verka i Dalarna med hela världen som marknad. I tjänsteekonomin är det individens kompetens och kreativitet som är råvaran och dess val av bostadsort som ger inkomster till det gemensamma offentliga systemet.

I Region Dalarnas strategi för regionen fram till år 2020 slås fast att ”Dalarna är en region som genom kulturens kraft driver fram ny utveckling för samhälle och näringsliv”.<sup>1</sup>

Dalarna har blivit ett starkt turistlän och hjärtat av Sverige med hjälp av många byggstenar, inte minst den kreativa och kulturella sektorn. Ur den har traditioner, identitet och attraktionskraft växt fram, som i sin tur lett till näringar i flera led. Kulturella och kreativa näringar (KKN), är en av de starkast växande branscherna i Sverige. ”Olika uppskattningar som gjorts pekar på att KKN är så stor som 4,5 procent av EU:s BNP och sysselsatte 3,8 procent av arbetskraften år 2008.”<sup>2</sup> I det svenska perspektivet omsatte den svenska musikbranschen år 2013 närmare 8 miljarder kronor<sup>3</sup>, svenska spelutvecklare omsatte cirka 9 miljarder kronor år 2014<sup>4</sup> och biljettintäkter från biografer uppgick till ca 1,5 miljarder kronor och köpfilm (DVD och blue-ray) uppgick till 2,3 miljarder kronor, för film således exkluderat VOD och streamade filmer, år 2013.<sup>5</sup>

Att kultur är en drivkraft för regional utveckling är förankrat i forskningen. Kultur är en central faktor för samhällets framgång och tillväxt genom dess attraktionskraft för besökare och turism, som innovationskatalysator, som stärkare av identitet och sammanhållning, som kunskapsbärare och för den enskilde individens personliga utveckling.<sup>6</sup> En faktor som den ofta citerade forskaren Richard Florida framhåller är att talangfulla människor föredrar att bosätta sig på orter med högt i tak vad gäller tolerans och demografisk mångfald, det vill säga en miljö där människor med vitt skilda bakgrunder och förutsättningar känner sig bekväma att satsa på sina idéer, utvecklas och bidra till samhället.<sup>7</sup>

En kärnfråga i detta är på vilket sätt som samhället, lokalt, regionalt och nationellt kan lägga en infrastruktur, både fysisk och mental infrastruktur, som ger rätt förutsättningar för att kultur och kulturverksamheter ska bli denna centrala drivkraft för lokal och regional utveckling och tillväxt. Ekonomisk teori talar för att med offentliga medel göra vissa insatser för att smörja marknadsmekanismerna, då kulturens och konstens särskilda produktions- och konsumtionsförutsättningar förhindrar en självgående marknad.

Offentliga insatser kan utformas på olika sätt och finansieringsformer och affärsmodeller är beroende av vilka värden som verksamheterna väntas tillföra och bidra. Målsättningen för offentliga insatser är att öka sysselsättningen och frågan är hur vi kan utforma dessa insatser för att stärka KKN-branscherna med utgångspunkt i Dalarnas starka dragningskraft. Vi belyser i denna förstudie sambandet mellan det näringspolitiska och kulturpolitiska, mellan

---

<sup>1</sup> Dalastrategin – Dalarna 2020.

<sup>2</sup> EU Working Group, 2012.

<sup>3</sup> Musiksverige, 2014.

<sup>4</sup> Dataspelsbranschen, 2015.

<sup>5</sup> Svenska filminstitutet, 2014.

<sup>6</sup> Lindeborg 1993, 2010. Pine och Gilmore, 1999.

<sup>7</sup> Florida, 2002:750. ”Talented people making location decisions report a clear preference for places with a high degree of demographic diversity. The findings for the diversity index suggest that talented people prefer locations where anyone from any background, race, ethnicity, gender, or sexual orientation can easily plug in”.

framtidsbranscher och tillväxt i regionen och sambandet mellan invånaridentitet, inflyttning, innovation och arbetstillfällen.

I projektansökan för denna förstudie står att ”Projektet ska ses som en start på ett långsiktigt arbete med utvecklingen av kulturella och kreativa näringar. Arbetet kommer fortgå under flera år framöver, även efter projekttidens slut. De mål och metoder och följeforskningen kommer att delges alla kommuner i Dalarna. En önskad effekt med projektet är att stärka det regionala näringslivet, men också att stärka samarbetet mellan näringsliv och offentliga aktörer. En långsiktig ambition är också att etablera samarbeten och kontakter utanför länet.

De kontakter och den kompetensutveckling projektet medverkar till, kommer att leda till synergieffekter även inom andra områden. Kunskaper, erfarenheter och lärande kommer att sammanställas i resultatredovisningen samt vara en del i regionens fortsatta utveckling.”<sup>8</sup>

”Projektet går i linje med de flesta av de områden som anges i Dalastrategin och Handlingsprogrammet för näringslivsutveckling. Både Dalastrategin och Handlingsprogrammet för näringslivsutveckling betonar betydelsen av näringslivets förändrings- och konkurrensförmåga där man vill stimulera växande företag och entreprenörskap, samt utveckla och stärka innovativa miljöer m.m. Detta är målbilder som går hand i hand med projektets syfte och mål, där man vill åstadkomma detta med kulturella och kreativa näringar som redskap.”<sup>9</sup>

Region Dalarna arbetar strategiskt utifrån fyra kunskapsområden<sup>10</sup>

- *Energieffektivt samhällsbyggande*
- *Avancerad industri*
- *Hälsa och välfärd*
- *Innovativ upplevelseindustri*

Vårt arbete inordnas primärt under området Innovativ upplevelseindustri, men som läsaren kommer att förstå finns även potential att låta musik, film och dataspel vara förädlare och leverantörer till alla de tre andra kunskapsområdena.

Vi tar vårt avstamp i en lång tradition inom samtliga områden musik, film och dataspel. Den musikaliska traditionen har alltid varit ett stort fokus i Dalarna. De senaste decennierna har populärmusiken fått en särskild betydelse genom en rad framgångsrika artister.<sup>11</sup> I Borlänge har Peace & Love-festivalen satt ett tydligt avtryck för populärmusiken i länet och nationen som den hittills största stadsfestivalen. Under perioden 2001 – 2014 bedrevs projektet BoomTown med regional/nationell spridning från Borlänge. Dalarnas rika natur har sedan långt tillbaka lockat filmare att spela in här, och vi har de senaste decennierna producerat framgångsrika regissörer, manusförfattare och skådespelare.<sup>12</sup> I Falun ligger en av Sveriges noder för dataspelsutveckling under ledning av Tension Graphics och Sveriges första yrkeshögskola för spelutvecklare, Playground Squad. Borlänge och Falun har härigenom identifierat sina starkaste kort inom KKN, och ser att de passar in i Region Dalarnas specialiseringsområden för både Innovativ upplevelseindustri och som förädlingsprocess för övriga näringslivet i Dalarna.

---

<sup>8</sup> Projektansökan till Region Dalarna.

<sup>9</sup> Projektansökan till Region Dalarna.

<sup>10</sup> Region Dalarna,

<sup>11</sup> Ex. Mando Diao, The Tallest Man On Earth, Lars-Kristerz, Moneybrother, Mimikry, Miss Li, Sator, Sabaton, In Mourning, Civil War, m.fl.

<sup>12</sup> Maria Blom, med flera.

Rapporten är disponerad enligt följande. I avsnitt 2 ges en introduktion till branscherna, i avsnitt 3 ges exempel på vilka positiva ekonomiska effekter som musik, film och dataspel kan generera för samhället vilka sammanfattas i en teoretisk modell, tillsammans med motiveringar med stöd i ekonomisk teori till varför offentlig sektor bör göra insatser för musik, film och dataspelsbranscherna. Utmaningar för branscherna sammanfattas avslutningsvis i avsnittet. Därefter presenteras i avsnitt 4 projektgruppens förslag och slutsatser, bland annat i form till en organisation mer i detalj framgångsfaktorer som vi identifierat i vårt kartläggningsarbete, läs därtill delrapport 3 som innehåller den föreslagna föreningens verksamhetsplan. I avsnitt 5 redogör vi steg för steg för vår kartläggning av innovationssystemet för Dalarna, företagande och branschernas värdekedjor, mötesplatser, det offentliga stödsystemet samt utbildning från förskola till högskola. Vi synliggör de luckor och behov som vi identifierat under arbetet. I avsnitt 6 presenteras regionala framtidsstrategier för respektive bransch och i avsnitt 7 presenteras några avslutande reflektioner.

I bilaga 1 finns definitioner för en del centrala begrepp. I bilaga 2 finns redogörelser för bakgrunden till KKN och musik-, film- och dataspelsområdet i Dalarna och vilka erfarenheter som dragits i tidigare projekt inom området både nationellt, regionalt och lokalt. I bilaga 3 presenteras diagram över kommuners och landstings utgifter för kultur, i bilaga 4 återges statistik från Arbetsförmedlingen, och i bilaga 5 ges en kunskapsöversikt över inkubatorer med fokus på KKN-området i Sverige.

## **1.1 Syfte**

Denna rapport har tre syften;

1. att beskriva nuläget för musik- film och dataspelsbranscherna i Borlänges och Faluns kommuner, och i Dalarna som region,
2. att ge förslag på satsningar som stärker musik-, film-, och dataspelsbranscherna i Dalarna.
3. att motivera förslagen genom kunskapsbaserad förankring av kulturens och konstens förutsättningar i rådande samhällsekonomiska system.

## **1.2 Avgränsningar**

Borlänges och Faluns kommuner har identifierat att de har en stor potential i musik, film och dataspel och därför fokuseras i denna rapport på dessa områden.

Vidare innebär musik endast populärmusik (pop/rock/hiphop/singer songwriter) då vi identifierat att det inom detta område finns glapp i karriärvägen från ung till professionell.

För film och dataspel görs inga direkta avgränsningar utan samtliga filmformer och dataspelsformer med både kommersiella och kulturpolitiska värden beaktas i kartläggning och förslag.

Region Dalarna har ett fokusområde i *Innovativ upplevelseindustri*, och vi ser musik, film och dataspel som en central del av detta kunskapsområde och för utvecklingen av Dalarna. För att ge branscherna bästa möjliga förutsättningar ser vi även att de måste ges utrymme att utvecklas som leverantörer eller förädlare av kunskap, idéer och teknik till både nationella och internationella parter. Det vill säga ett möjligt avsteg från fokus på upplevelseindustri men något som inte minst ger möjligheter att bygga större företag med fler anställda i regionen, och som därmed kan bli långsiktigt tryggare, generera exportinkomster till regionen och öka efterfrågan på arbete och sysselsättning. Vi menar att inkludering av export också kommer att gynna den regionala upplevelseindustrin ekonomiskt genom ett ökat inflöde av resurser, inte

bara genom besökare, utan genom att Dala-företagen förädlar produkter och tjänster för världen.

### **1.3 Projektgruppens arbetssätt**

Projektarbetet har varit en förstudie, vilket betyder ett fokus på kartläggning och på utformning och förankring av förslag, och inte särskilt på praktiska insatser.

Kartlägningsarbetet har innefattat kvalitativ kunskapsinhämtning genom samtal med olika aktörer inom musik-, film-, och dataspelsbranschen och kvantitativt underlag har hämtats från befintliga rapporter och forskning, men även produktion av forskningsartiklar har genomförts inom projektet.

Vidare har kontakter knutits nationellt bland annat genom deltagande vid Reg lab<sup>13</sup>-konferenser om KKN, och ett antal studiebesök på orter med verksamheter som vi ser som förebilder har gjorts. Vidare har musik- film och dataspels-projektet bidragit till aktiviteterna Stugan, Dalecarlia Music Awards och en förstudie av House of Songs-konceptet samt att en film om Dalarna potential som inspelningsplats för film har producerats.

### **1.4 Definitioner**

Området vi kartlagt verkar i mångt och mycket i samhällsutvecklingens framkant men också i samhällets ytterkant. En del återkommande och centrala begrepp kan vara oklara eller relativt nya, och vi beskriver och förklarar därför vårt sätt att använda dem i bilaga 1. Följande begrepp definieras; Kulturbegreppet, konst, kompetens, hantverksskicklighet och kvalitet, konvergens, gamification, cross innovation, individuell nytta vs samhällsnytta, inneboende värden respektive instrumentella värden, transaktionskostnad, ekonomiska värden, affärsmodeller och finansieringsmodeller, innovationssystem och kluster.

## **2 En introduktion till branscherna**

### **2.1 Musikbranschen**

Musikområdet är den vidaste genren av de tre vi studerar i detta arbete. I uppdraget är det avgränsat till populärmusiken, men även den är bångstyrig att kategorisera och synliggöra i tydliga processer, bland annat på grund av att musikerna och artisterna ofta arbetar genreövergripande. Karriärvägen för en musiker är alltifrån spikrak till extremt krokig och en utgångspunkt vi arbetar utifrån är att det finns glapp i den offentliga stödstrukturen. Kultur- och musikskolorna bidrar med utbildningar men exempelvis ensemblespel saknas i stort i deras undervisning. Studieförbunden är de verksamheter som idag kan fånga upp och vägleda unga blivande musikartister.

Vidare förmedlas och konsumeras musik på många olika sätt, främst genom inspelade medier både fysiska och digitala men också genom konserter och som förädling av andra branschers produktioner som exempelvis i reklam, merchandise-produkter (dvs. profilmaterial).

Därutöver utgör intäkter från upphovsrätt för själva skapandet av musik och text en stor andel av den svenska musikbranschens omsättning, och där Sverige sedan ett drygt decennium tagit en ledande position internationellt.

Sedan 2011 görs en årlig nationell studie av musikbranschens ekonomiska utveckling. Under de studerade åren har branschens omsättning ökat med närmare 25 procent, och varje år har tillväxten varit betydligt starkare än tillväxten i Sveriges BNP. Några resultat från studien:

---

<sup>13</sup> Sveriges Kommuner och Landstings nätverk för erfarenhetsutbyte mellan tjänstepersoner i landsting och regioner.

- ”Omsättningen i musikbranschen ökade med knappt tio procent jämfört med 2012.
- Upphovsrättsliga intäkter stod för 27 procent av intäkterna och ökade med sex procent till 2,1 miljarder kronor.
- Intäkter från inspelad musik utgjorde en dryg femtedel (22 procent) och ökade med sju procent till 1,7 miljarder kronor.
- Konsertintäkter stod för mer än hälften (51 procent) av de totala intäkterna och ökade med tretton procent till 3,8 miljarder kronor.
- Den svenska musikbranschen genererade exportintäkter till Sverige på 1,2 miljarder kronor.
- Drygt hälften av exportintäkterna utgjordes av upphovsrättsliga intäkter till rättighetshavare såsom artister, musiker, kompositörer, textförfattare, musikförlag och musikbolag.”<sup>14</sup>

Trots detta så måste vi också nämna att den svarta delen av marknaden kan vara betydande, både vad gäller försäljning och för konserter med musiker som exempelvis spelar ”på dörren” och dylikt.

Enligt statistiken minskar fysiska musikinspelningar medan försäljningen via digital distribution ökar tillsammans med konsertmarknaden som också ökat kraftigt och nu är den viktigaste inkomstkällan för många musiker. Genom den allmänna digitaliseringen av samhället har utgivningen av musik förenklats och utgivningen av musik har ökat och försäljningen av låtar genom olika förlag har ökat stadigt, detta återspeglas också i att efterfrågan på musikinstrument ökar. Däremot har den digitala utvecklingen medfört att fler har tillgång till inspelningsteknik hemma och väljer att spela in och producera sin musik själva. Studios och tillhörande professioner efterfrågas i högre grad endast för mer krävande redigeringsuppdrag. Sammantaget visar ytterligare studier att:

- CD/DVD försäljning – minskar
- Digital försäljning – ökar
- Streaming – ökar kraftigt
- Konserter försäljning – ökar
- Musikinstrument försäljning – ökar
- Inspelningsstudios, efterfrågan – minskar<sup>15</sup>

Något att beakta vad gäller affärsmodeller för musikbranschen är att streamad musik växer mer än nedladdningar och ställer då andra villkor på både regelverk för upphovsrätt och för affärsmodell. När det kommer till regional och lokal statistik över musikområdet är den knapphändig, men vi återkommer i kommande avsnitt med det material vi har haft till hands.

## 2.2 Filmbranschen

Film och den rörliga bilden är en audiovisuell sektor som har en stark tillväxt vad gäller publik och produktion över hela världen och inte minst i Sverige, men den är starkt påverkad av teknikutvecklingen där konsumtionen övergår till digitala lösningar in-demand, och de traditionella biobesöken numera utgör cirka 20 procent av marknaden. Antalet köpta spelfilmer har halverats mellan åren 2009 och 2013, men både tv och framförallt streamad film genom Video on demand-bolag (VOD) nu ligger nära biografbolagen i årlig omsättning.<sup>16</sup>

<sup>14</sup> Musiksverige, 2014, s 8. *Musikbranschen i siffror 2013*.

<sup>15</sup> Interreg Sverige-Norge, 2011, s 5.

<sup>16</sup> Svenska Filminstitutet 2014, *Filmåret i siffror 2013*

En helt kommersiell del av filmbranschen som också har positiva effekter för spelfilmsutvecklingen är reklamfilmen, då både produktionsbolag och filmarbetare i stor utsträckning arbetar med såväl reklamfilmsproduktion som spelfilmsproduktion. År 2010 omsatte tv-reklam knappt sex miljarder kronor i Sverige vilket utgjorde nästan 20 procent av den totala omsättningen på reklammarknaden. Värt att notera är att 80 procent av reklamfilmsproduktionen i nuläget sker i Stockholm-Sörmland-regionen.<sup>17</sup> Här kan således finnas marknadsandelar att försöka ta över, men det kräver en kompletterande studie till denna av vilka specifika förutsättningar som skulle locka reklamfilmsproduktioner till Dalarna.

I Svenska Filminstitutets (SFI) årsrapporter ges statistik över aktiebolagen inom filmbranschen i Sverige. Enligt deras statistik fanns år 2013 cirka 75 verksamma filmproduktionsbolag i aktiebolagsform som gjorde lång spelfilm under perioden 2009-2013, lägger vi till kortfilmsproduktion blir antalet drygt 220 aktiebolag. Av dessa gjorde sju av tio bolag i genomsnitt en film om året, en av tio gjorde två filmer om året och två av tio gjorde tre filmer eller fler om året.<sup>18</sup> Observera att dessa siffror är grovt underskattade då vi vet att det bara i Dalarna år 2014 fanns 74 företag registrerade på SNI-koden *Produktion av film, video och tv-program*. Här noterar vi således ett centralt behov av bättre företagsstatistik om branschen för att kunna dra avvägda slutsatser om branschens omfattning och effekter. Totalt sett omsätter bolagen inom svensk filmnäring cirka 8,9 miljarder kronor (år 2013).<sup>19</sup>

Det finns sedan lång tid tillbaka en kulturpolitisk tradition av att stötta film med offentliga medel med fokus på den filmkulturella utvecklingen, och helt utan näringspolitiskt perspektiv.<sup>20</sup> 31 av 49 svenska långa spelfilmer (inkl. dokumentärer) som hade premiär år 2013 hade stöd från Svenska filminstitutet. Det genomsnittliga stödet låg på 40 procent av produktionsbudgeten.<sup>21</sup>

Riskkapital är sällsynt i filmbranschen, endast 4-5 procent av en genomsnittlig långfilm består av riskkapital.<sup>22</sup> Den senaste utvecklingen pekar istället på att regionala satsningar på samproduktion av film och av tv-serier är framgångsreceptet både i Sverige och i Europa, det vill säga offentlig ekonomi fungerar genom en filmfondsmodell som katalysator för regional filmproduktion, som sedan förväntas och visar sig ge tillbaka direkta tillväxteffekter i den region den spelas in i. Det finns således en samklang mellan kulturpolitiska och näringspolitiska mål i dessa exempel. Nyckeln till den regionala utvecklingen är att det sedan sker återkommande filminspelningar i regionen vilket ger en samlad efterfrågan på den lokala arbetsmarknaden för professionella inom filmbranschen som gör att flera kan bo och arbeta på orten, och ger också en grogrund för ett hållbart kreativt kluster. Att samma insatser och utveckling kan ske inom musik, spel, eller andra media kan förklaras av att produktionsförutsättningarna för film är så specifika när det gäller att engagera ett stort antal personer på en begränsad geografisk yta för själv inspelningen.

Produktionen av film och tv är speciell då den kräver stora arbetsinsatser på en begränsad geografisk yta och under en kortare tidsperiod. Produktionen bedrivs i projektform och leds av en producent och produktionsbolag som finansierar projektet från fler olika källor. Formen kräver ett ständigt flöde av nya platser och miljöer. Ibland är platsen specifik i manuset, en

---

<sup>17</sup> Cloudberry communications 2011.

<sup>18</sup> Svenska Filminstitutet 2014.

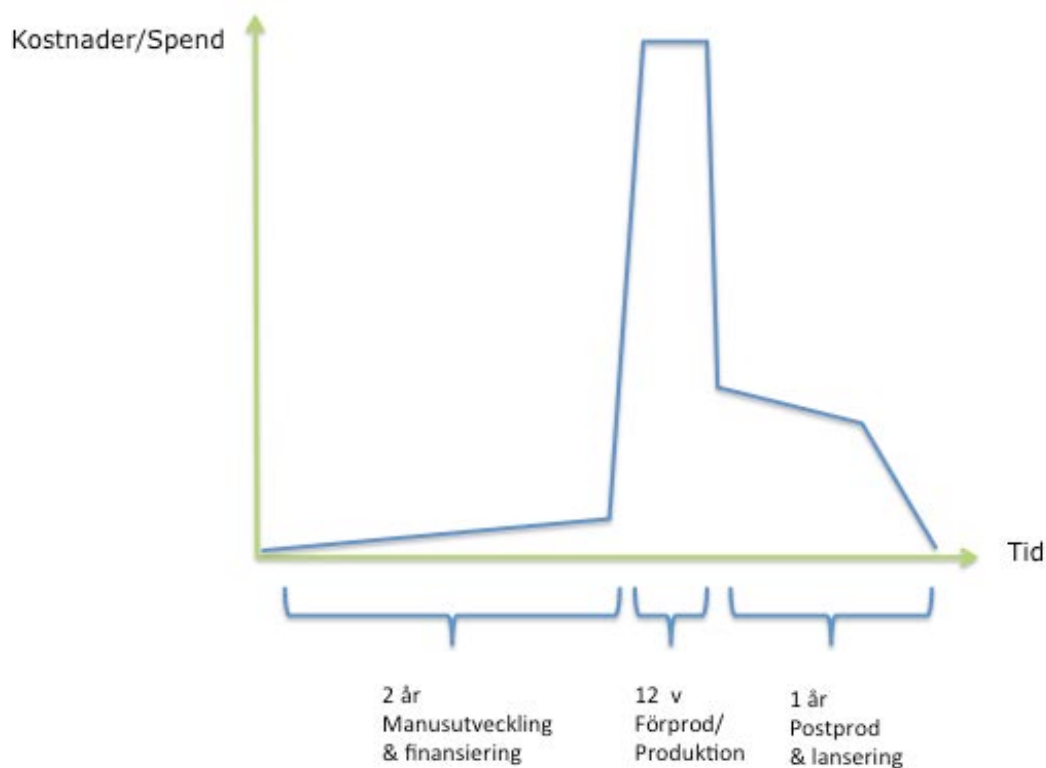
<sup>19</sup> Svenska Filminstitutet 2014, s 16.

<sup>20</sup> De kulturpolitiska mål som gällt mellan åren 1974 och 2009 lydde istället att "kulturpolitiken skall motverka kommersialismens negativa verkningar". Prop 1974:28.

<sup>21</sup> Svenska Filminstitutet 2014, s 5.

<sup>22</sup> Svenska Filminstitutet 2014.

bestämd del av handlingen, ibland är den generell och kan tillfredsställas av flera skilda platser. Ett projekt kan ta flera år att utveckla och finansiera men den kostnadsintensiva inspelningen sker under en kort period, 5-8 veckor för en långfilm. Med andra ord: 50-75 procent av budgeten spenderas under några procent av projektets löptid.



Ett film- eller tv-bolag består därför av få personer, oftast producenter, utvecklare och administrativ personal. Filmarbetarna och de så kallade A-funktionerna (manus, regi, foto, scenografi, mask och kostym) anlitas för olika faser i projektet. Näringen är en utpräglad frilansarbransch med många geografiskt rörliga filmarbetare vilket medför särskilda förutsättningar som vi återkommer till.

Genom att själva produktionstillfället är så pass arbetskraftsintensivt och vanligtvis geografiskt avgränsat kan vi påvisa ekonomiska effekter där en inspelning förläggs geografiskt. Här följer exempel på tillgängliga siffror över produktionseffekter:

- *Produktionsbolagen (aktiebolag) i Sverige omsatte i genomsnitt 13 miljoner kronor per bolag och år, med cirka 224 verksamma aktiebolag blir det 2,9 miljarder kronor.*<sup>23</sup>
- *Studier av enskilda filmproduktioners lokala ekonomiska effekter visar på att, med rätt kravspecifikation (se mer detaljerat om detta under filmfonder xx), kan upp till hälften av budgeten spenderas på orten. Budgeten för en lång spelfilm ligger mellan 10 och 50 miljoner kronor.*<sup>24</sup>
- *För Västra Götaland, som är ett internationellt framgångsrikt produktionscentra för film, handlade den lokala/regionala omsättningen under år 2010 om drygt 220 miljoner kronor brutto och med ett nettobidrag om 150 miljoner kronor. Film i Väst*

<sup>23</sup> Svenska Filminstitutet 2014, s 18.

<sup>24</sup> Filmpool Nord, 2014, årsredovisning. inno Scandinavia 2011.

*hade genom finansiering från Västra Götalandsregionen satsat cirka 70 miljoner kronor i filmprojekt under det aktuella året.<sup>25</sup>*

- *Filmpool Nord gick år 2013 in med drygt 17 miljoner kronor i sex samproduktioner av långfilm och tv-serier vars totala budgetar sammanlagt uppgick till 163 miljoner kronor, dvs. filmpoolens andel var cirka 10 procent.<sup>26</sup>*

Distributions/konsumtionseffekter:

- *Mellan 2009 – 2013 låg biobesöken konstant på ett genomsnitt om 1,7 – 1,9 besök per innevånare och år.*
- *Biobiljettintäkterna uppgick år 2013 till 1,6 miljarder kronor (brutto).*
- *Mängden fysiska köpfilmer har minskat i antal från 2009 till 2013 med nästan 40 procent, från 22,5 miljoner till 14 miljoner exemplar.*
- *Omsättningen för fysiska köpfilmer minskade under samma period med 47 procent, vilket signalerar att styckepriset sjunkit.*
- *Filmens visningsfönster domineras av allmän TV som står för hälften av filmtittandet. Filmkanaler står för 26 procent, DVD för 19 procent, VOD för fyra procent och biografbesöken för två procent.*
- *Distributionsbolagen omsatte per bolag i genomsnitt 127 miljoner kronor, totalsiffra saknas.*
- *Biografbolagen omsatte per bolag i genomsnitt 75 miljoner kronor, totalsiffra saknas.*
- *Vod-bolagen omsatte per bolag i genomsnitt 70 miljoner kronor, totalsiffra saknas.*

Filmproduktion i Dalarna attraherar kapital och uppmärksamhet till regionen, som vi nyligen sett med filmer som *Trevligt Folk*, *Den fördömde* och *Hallå Hallå*. Det efterfrågas och produceras mer film och rörligt innehåll än någonsin tidigare, samtidigt som den digitala utvecklingen har lett till nya distributions- och konsumtionsmönster som på många sätt kräver andra former för den offentliga stödstrukturen för dem som skapar och producerar innehållet. I Europa och i Sverige blir därför regionala satsningar allt mer avgörande för var stora filmproduktioner genomförs geografiskt. Incitamenten styr i allt högre grad valen. Tillväxt inom denna framtidssektor sker där det ges regionala förutsättningar för det. En mer eller mindre tillfällig effekt är också den besöksanledning som vissa filminspelningsplatser visat sig vara, så som Wallanderfilmerna, Sagan om Ringen med flera.

## 2.3 Spelbranschen

Spelbranschen har på några årtionden vuxit från en hobby för entusiaster till en världsomspännande industri med kulturell och ekonomisk betydelse.

Den nationella branschorganisationen Dataspelsbranschen sammanställer årligen i rapporten *Spelutvecklarindex* en kartläggning och analys av svenska spelutvecklare verksamheter och internationella trender baserat på information från bolagens årsredovisningar. Svensk spelutveckling är en exportnäring och verkar på en i hög grad globaliserad marknad. I rapporten *Spelutvecklarindex 2014* framgår i korthet att:

- *Svenska spelutvecklare omsättning växte med 76 procent till 6,55 miljarder kronor under 2013.*

---

<sup>25</sup> Inno Scandinavia 2011.

<sup>26</sup> Filmpool Nord, 2014, verksamhetsberättelse.



- *Merparten av företagen är lönsamma och branschen redovisar en sammanlagd vinst för femte året i rad.*
- *Sysselsättningen ökade med 29 procent, eller 567 heltidstjänster, till 2 534 anställda.*
- *Antalet kvinnor ökade med 38 procent, att jämföra med 27 procent för männen.*
- *Den genomsnittliga årliga tillväxten (CAGR) 2006-2013 är 39 procent.*
- *30 nya bolag har tillkommit, vilket med avdrag för de bolag som försvunnit resulterar i 170 aktiva bolag, en ökning med 17 procent.*
- *Spelutveckling är en tillväxtbransch. Över hälften av alla bolag har registrerats efter 2010. Spelen lanseras ofta direkt på en internationell marknad, vilket också ger en global arbetsmarknad. De största företagen är mångkulturella, och det är inte ovanligt att de har anställda med över 30 olika nationaliteter.*
- *Svenska spelutvecklare kännetecknas av bredd och kvalitet. Sverige har världsledande utvecklare inom AAA, digital distribution, social games, mobilspel och specialiserade underleverantörer.”<sup>27</sup>*

Vad gäller resultatet i *Spelutvecklarindex* ovan är siffrorna för 2013 och omfattar medlemmar i den nationella branschorganisationen Dataspelsbranschen samt aktiebolag. Här ingår således inte de delar av värdekedjan som omfattar distribution och försäljning. Vidare saknas säkert en del av de minsta spelutvecklaraktörerna som ännu inte organiserat sig genom branschföreningen eller har registrerat aktiebolag.

I rapporten *Spelutvecklarindex 2014* konstateras vidare att ”att spelförsäljningen blir allt mer digital är ett skifte som pågått i flera år. Fler företag släpper spel enbart i digitala kanaler, och fler spel når till de mobila plattformarna vilket återspeglas i årets statistik. Men det handlar inte bara om att spelen säljs som exemplar i digitala kanaler, det handlar om att locka nedladdningar, installerade spel och användare som spelar ett spel flera gånger.”<sup>28</sup>

Detta skifte återspeglas i försäljningsledet där det skett ett skifte från att fysiska dataspel dominerat till att den digitala försäljningen dominerar. Den fysiska försäljningen uppgick år 2013 till ca 1,1 miljarder kronor. Sedan mätningarna började år 2009 har den fysiska försäljningen minskat med omkring 5-15 procent varje år. År 2013 var första året som också den digitala försäljningen räknades in, och den stod redan då för 65 procent av marknadens omsättning och den fysiska försäljningen för 35 procent av marknadens omsättning.<sup>29</sup>

Dataspel är det område som är minst förankrat i offentliga stödsystem men samtidigt det område som röner störst uppmärksamhet när det gäller exportmöjligheter och globalisering.

Ett tidigt exempel från dataspelsområdet är spelet *Battlefield 1942*, som utvecklades av fyra unga Växjö-bor på deras fritid, dvs. obetald arbetstid. År 2003 hade *Battlefield* ett större exportvärde än hela den svenska skivindustrin. Fram till år 2011 har spelet sålt i ca 40 miljoner exemplar, och serien är en av Sveriges största exportprodukter inom kulturområdet någonsin.<sup>30</sup>

Vidare är det värt att poängtera att det krävs många olika kompetenser för att utveckla ett dataspel. Tillväxtanalys gjorde 2011 en rapport där ett antal framgångsrika exportföretag beskrevs mer ingående och spelutvecklingsföretaget DICE som utvecklat *Battlefield* var ett av dem. På DICE kan fyra grupper av kompetenser urskiljas. ”Den första gruppen består av

<sup>27</sup> Dataspelsbranschen 2014, *Spelutvecklarindex 2014*, baserad på årsredovisningar 2013.

<sup>28</sup> Dataspelsbranschen 2014.

<sup>29</sup> GfK Entertainment, 2014, s. 8. *Nordic Game Sales 2013, Retail & Digital*.

<sup>30</sup> Tillväxtanalys, 2011, s. 22.

*programmerare*. Dessa är ofta ingenjörer och har som uppgift att programmera den kod som spelet i praktiken består av. Rent innehållsmässigt består dock spelet förenklat av olika grafiska element, en spelvärld med sina egna "naturlagar" samt en handling eller skeende. Dessa element skapas av olika grafiker (t ex 2D- och 3D-artister) och speldesigners som "regisserar" skeendet i spelet. Slutligen koordineras allt detta av en projektledare som har ett produktmässigt och produktionsmässigt fokus."<sup>31</sup> Även storytellers blir viktigare och viktigare i dataspelens tillkomst. Kunskap om litteratur, historia och samhället i allmänhet är centrala byggstenar för samtidskonst i allmänhet och så även dataspel – människor uppskattar och reagerar på det de blir *berörda* av, och det som berör är det som på olika sätt ligger människan nära.<sup>32</sup>

"År 2010 bestod det genomsnittliga spelföretagets arbetskraft av 42 procent programmerare, 33 procent grafiker, 22 procent speldesigners (leveldesign, game writing, balansering, etc.) och tre procent ljudarbetare".<sup>33</sup>

Vidare beskrivs i Tillväxtanalys rapport om vikten av spelmotorn som central del av spelets innehåll. "I takt med att de tekniska plattformarna får en allt större kapacitet ökar även möjligheterna för spelutvecklarna att fylla spelet med mer och mer innehåll. För att allt innehåll ska kunna hanteras behövs en bra spelmotor eftersom den bestämmer dels hur spelvärlden beter sig och hur den interagerar med spelets skeenden, dels hur spelaren interagerar med världen och alla dess olika objekt. I äldre spel var spelvärlden stabil och lät sig inte påverkas av spelarna men idag har spelen generellt en så kallad "destructible environment". Detta innebär att en spelares val kan påverka omgivningen oavsett om det passar med spelets handling eller inte. För att spelvärlden och dess datorstyrda invånare skall reagera trovärdigt på det i princip oändliga antal möjliga saker som en spelare kan tänkas hitta på krävs en avancerad spelmotor – och eftersom detta är en viktig del av möjligheten till "försjunkenhets" är det också centralt för produktens upplevda kvalitet."<sup>34</sup> Att svenska spelföretag är framgångsrika i den globala kontexten vittnar om inte annat försäljningen av ett par spelföretag till globala aktörer om. Dice såldes 2006 till Electronic Arts och Microsoft köpte år 2014 Mojang för 2,5 miljarder kronor.<sup>35</sup>

### 3 Musik, film och dataspel som katalysator för ekonomisk utveckling

Vår första frågeställning handlar om hur vi kan påvisa att offentliga insatser för musik, film och dataspel kommer att skapa ekonomiska effekter. Vi har tagit fram en modell för att beskriva sambanden (med inspiration från tidigare forskning<sup>36</sup>), som också mer i detalj presenteras i bilaga 9. På grund av avsaknad av statistik kan vi bara påvisa samband i teorin. Vi kan med befintlig statistik inte göra skattningar av vilka positiva effekter våra förslag kommer att ge för samhällsekonomin i Borlänge respektive Falun. Men vi ger här en utförlig bild av drivkrafter och orsakssamband och sätter dem i relation till marknadsförutsättningarna samt de effekter och värden som genereras för olika avnämare.

---

<sup>31</sup> Tillväxtanalys, 2011, s 24.

<sup>32</sup> Petite, Steven 2014-01-04

<sup>33</sup> Dataspelsbranschen 2012, s 3.

<sup>34</sup> Tillväxtanalys, 2011, s 24.

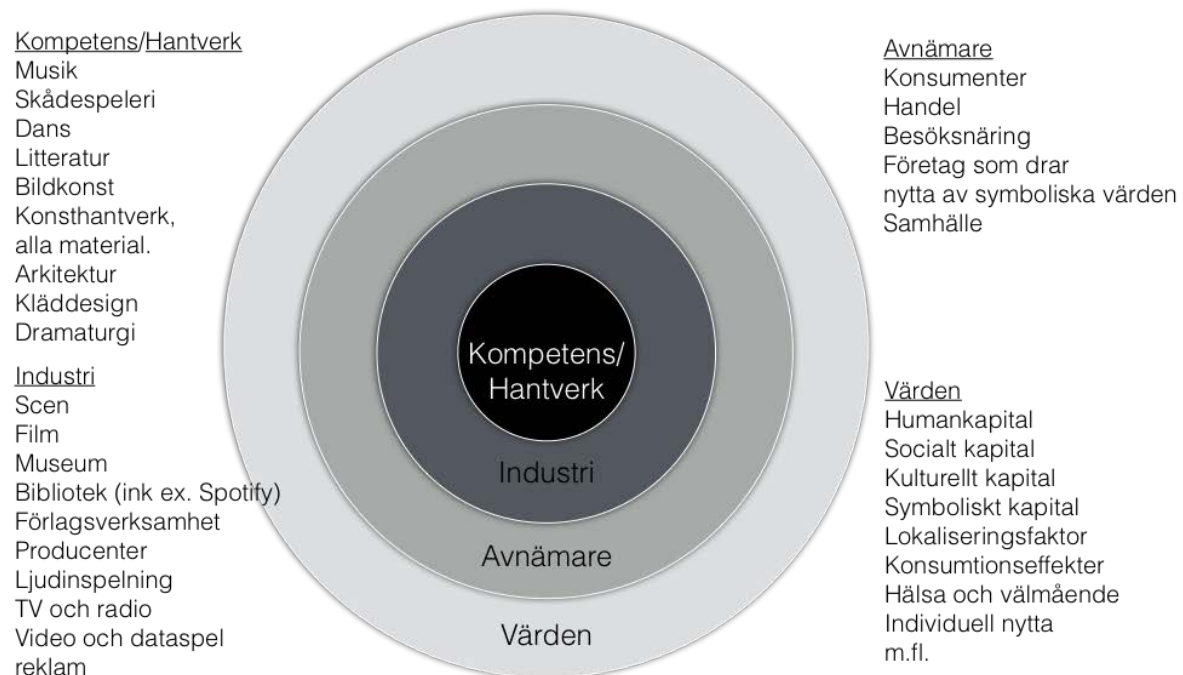
<sup>35</sup> Dagens Nyheter, 2014-09-15

<sup>36</sup> Throsby 2008.

### 3.1 En modell över samband

Modellen presenteras mer utförligt i delrapport 4, Högskolan Dalarnas rapportserie.

Diagram 1. Effektmodell



Med denna modell vill vi påvisa hur drivkraften i den konstnärliga kärnan; kompetensen och hantverket ger effekter på hela samhället. Den konstnärliga drivkraften samlas i olika kulturella och kreativa industrier, som i sin tur ger värden både för individen, för lokalsamhället och för samhället i stort. Graden av effekter är dock olika beroende på vilken/vilka former av "produkter" som ges upphov till. För att förtydliga hur olika "produkter" har olika produktionsförutsättningar, konsumtionsförutsättningar och samhällsekonomiska effekter gör vi en distinktion mellan renodlade varor/produkter, förädling samt platsbundna upplevelser/tjänster.

En *produkt* är ett fysiskt ting men även en digital fil som kan reproduceras och dupliceras och är flyttbar. Det ger den specifika betalningsförutsättningar och det är tydligt att en produkt är bäst anpassad för det marknadsekonomiska systemet, vi återkommer till en diskussion om villkoren på en fri konkurrensmarknad. Exempel på industrier som producerar produkter är dataspelsutvecklare, förlag som gör skivor och böcker, filmproduktion, kläder, bildkonst, fotografier och konsthantverk. Produkter har generellt goda möjligheter till export och internationalisering. Med digitaliseringen sjunker också marginalkostnaderna för digitala produkter.

*Förädling* innebär att tillföra en produkt eller tjänst ytterligare egenskaper som höjer dess funktionalitet och värde.

- *Stor del av reklamproduktionen är en tillämpning av befintliga kulturella symbolvärden och i praktiken förädling*
- *Merchandise-produkter*
- *Konstnärlig utsmyckning på byggnader etc. höjer deras värde*

- *Sponsring är förädling av ett traditionellt företags status*
- *Förbättrade processer*
- *Design som ökar användarvänligheten*

En upplevelse/tjänst är en aktivitet eller funktion som tillför värde till mottagaren utan att lämna ett bestående fysiskt objekt med eget värde, ett värde som är ogripbart och kan kallas immateriellt. Tjänsten kan inte lagras eller transporteras, den försvinner i det ögonblick som den konsumeras, och skapas i de ögonblick som den konsumeras.<sup>37</sup>

När det gäller upplevelser inom kultur medför de också ofta kollektiva egenskaper som radioutsändningar med marginalkostnader och betalningssystem som inte passar in i det marknadsekonomiska systemet. Exempel på upplevelser.

- *Scenkonst och festivaler (Konsert, teater, dans etc.)*
- *Streamad tidsbunden föreställning, ex opera från Metropolitan*
- *Museum*
- *Bibliotek*

Vidare har de ytterligare ekonomiska begränsningar genom den begränsade möjligheten till produktivitetsökning, höga fasta kostnader, antingen för byggnader som konserthus, museum och bibliotek eller för artister som festivaler.

I rapporten Musiksverige i siffror, visas omfattning och ekonomiska effekter av musikindustrin i Sverige årligen. I rapporten görs en uppdelning av ”musikprodukterna” i tre kategorier: liveframträdanden, komposition och inspelad musik. Dessa motsvarar väl vår indelning i inspelad musik som är lika med en produkt, komposition som motsvarar förädling och liveframträdanden som motsvarar upplevelse/platsbunden tjänst.

### **3.2 Exempel på avnämare och värden**

Här följer några räkneexempel på hur musik, film och dataspel skapar samhällsekonomiska effekter.

#### **3.2.1 Musik**

Ett exempel på värdet av kultur för en ort är studier av Peace & Love-festivalens ekonomiska betydelse som visar att konsumtionen lokalt i Borlänge under festivalveckan ökade med cirka 150 miljoner kronor under festivalens glansår (år 2010). Samtidigt som de samhällsekonomiska kostnaderna för framförallt polisinsatser och sjukvård uppgick till cirka tre miljoner kronor, vilket ger en positiv nettoeffekt.<sup>38</sup>

- *Individuell nytta av en upplevelse; betalningsviljan, biljettpris plus betalningsvilja för resa, övernattning, mat, etc.*
- *Lokal ekonomi; ökad omsättning,*
- *Samhällsnytta; polisen uppgav positiva effekter av mötet med medborgarna*
- *Samhällsnytta; positiv marknadsföring för Borlänge kommun, stärkt lokal identitet och stolthet, beräkning av PR-värdet för kommunen saknas.*
- *Samhällsnytta; Ökat socialt kapital*

En turistekonomisk beräkning av de 68 000 besökarna till Dalhalla år 2008 visade att besökarna spenderade 114 miljoner kronor hos företagen i Siljansregionen. Främst

<sup>37</sup> Intangible commodity.

<sup>38</sup> Heldt och Klerby, 2011.

spenderades pengar på övernattnig, restaurangbesök, andra matinköp och shopping. Sammanlagt genererades 47 000 gästnätter. Över 80 procent av besökarna, dvs. närmare 50 000 personer, sökte sig till Rättvik med omnejd enbart på grund av Dalhalla. Den turistekonomiska konsumtionen uppgick till 92 miljoner kronor. Pengar som alltså inte skulle tillförts företagen i regionen om inte Dalhallas kulturverksamhet funnits.<sup>39</sup>

Konserthuset i Vara har beräknats generera cirka åtta miljoner kronor i ökad omsättning i kommunen under ett år genom besökarnas konsumtion.<sup>40</sup>

### 3.2.2 Film

- *Individuell nytta: möjlighet att bo och livnära sig på en ort en själv valt,*
- *Samhällsnytta: Ökade skatteintäkter av ökad sysselsättning och ökad efterfrågan på lokala tjänster och varor, vid inflyttning.*
- *Besöksanledning, vilket ökar turistströmmar till orten*
- *Stärkt lokal identitet*
- *PR-värde*

Ett exempel är produktionen ”Hallåhallå” som spenderade 3,8 miljoner kronor i Dalarna, medan Film i Dalarna och Falu kommun investerade 700 000 kronor. Över 30 lokala företag anlätades. Utöver det har produktionen skapat ett PR-värde som är värt mer än åtta miljoner kronor totalt (*enligt företaget Cloudberry communication AB som gjorde Milleniumrapporten – ekonomiska effekter och exponeringsvärdet av Sthlm regionen*).<sup>41</sup>

Andra sociala värden som kommer med investering i filmproduktion är invånaridentitet. Det skapar en känsla av att det händer saker på platsen man bor på, att man befinner sig på en plats med tillhörighet. En film kan också påverka en människas värderingar och ideal. Ett exempel på det är filmen ”Trevligt folk” som spelats in i Borlänge och lyfter frågan om integrationsarbete, men på samma gång blir en del i ett integrationsarbete.

En studie av filmfonden i Västra Götaland år 2011 innehåller en detaljerad beräkning av de ekonomiska effekterna av fyra representativa filmprojekt hos Film i Väst enligt beräkningsmodellen rAps, som tagits fram av Tillväxtverket numera Tillväxtanalys, (*rAps står för regionalt analys och prognosystem och används för att beräkna bruttoregionalprodukten (BRP)*). De fyra projekten var en svensk långfilm, en internationell långfilm, en postproduktion och en tv-serie. Varje miljon kronor satsad från Film i Väst genererade direkta investeringar i regionen på 3,2 miljoner och sysselsättningseffekter motsvarande 3,9 heltidssysselsatta under ett år och ett BRP-bidrag på 2,6 miljoner kronor. Varje skattekrona genererade således ett tillskott på 2,6 kronor. Detta inkluderade ej indirekta effekter på turism, identitet/kultur eller kompetens.<sup>42</sup>

### 3.2.3 Dataspel

Dataspel har produktionsförutsättningar som stämmer bäst överens med de marknadsekonomiska villkoren i jämförelse med film och musik. Det är också ett i allra högsta grad kunskaps- och arbetsintensivt arbete och en ort drar därför framförallt nytta av att ha spelutvecklingsbolag etablerade i kommunen. Något som exempelvis spelklustret i Skövde tagit fasta på.

<sup>39</sup> Turismens utredningsinstitut 2008.

<sup>40</sup> Armbrecht och Andersson 2008.

<sup>41</sup> Cloudberry communications 2011.

<sup>42</sup> inno Scandinavia 2012.

För dataspel har vi inga lokala eller regionala studier att hänvisa till, men branschens utveckling innebär en brant stigande trend, omsättningen ökade under 2014 med 35 procent från föregående år. Det är dock tydligt att dataspel har låga marginalkostnader då sysselsättningen samtidigt ökade med 23 procent i spelutvecklarbranschen, vilket signalerar att framgångar i dataspelsbranschen kan generera stora summor till relativt sett färre personer.<sup>43</sup>

- *Individuell nytta: ger möjlighet att bo och livnära sig på orten*
- *Samhällsnytta: Ökade skatteintäkter av ökad sysselsättning och ökad efterfrågan på lokala tjänster och varor, vid inflyttning.*
- *Samhällsnytta: Digitalt stöd och tekniska innovationer till övriga branscher i Dalarna och världen*

### **3.3 Motiv till offentliga insatser för musik, film och dataspel**

Som antytts i tidigare avsnitt uppfyller den mesta produktionen av musik, film och dataspel inte de förutsättningar som krävs för att fungera på en fri konkurrensmarknad. Här följer förklaringar med utgångspunkt i ekonomisk teori till varför produktionsprocesser och marknaden måste stöttas med offentliga insatser för att skapa eller upprätthålla en marknadssituation som bättre stämmer överens med den konkurrensmarknad som det politiska systemet idag eftersträvar. För det första gå vi igenom vad som faktiskt gäller för att en konkurrensmarknad ska fungera utan offentliga interventioner:

- *Informationen mellan marknadens aktörer måste vara perfekt (dvs. inga informationsbrister eller asymmetrier får finnas),*
- *Alla varor är homogena*
- *Inga externaliteter genereras. Externaliteter är kostnader eller värden för tredje part, dvs. parter som inte är direkt inblandade i transaktionen.*
- *Inga eller låga transaktionskostnader och etableringskostnader. Kostnader för att ett utbyte ska genomföras kan vara transportkostnader och mäklararvoden, men även kostnader för att koordinera, informera och motivera. Etableringskostnader kan vara höga kostnader för infrastruktur.*
- *Varan får inte ha kollektiva egenskaper, kollektiva egenskaper innebär icke-exkluderbarhet respektive icke-rivalitet. En radioutsändning är det klassiska exemplet på både icke-rival, då en lyssnares konsumtion inte påverkar en annan lyssnares konsumtion, och icke-exkluderbar då det inte går att exkludera lyssnare som inte betalar. Gatubelysning är en annan tjänst med kollektiva egenskaper.*

Att informationen måste vara perfekt står i motsats till konst och kultur som per definition är varor och tjänster som påverkar individen, både enskilt och i grupp på olika sätt. Att varorna och tjänsterna på kulturmarknaden ska vara homogena är inte heller förenligt med konstområdet, tvärtom finns både olika teknikstandarder och en strävan efter att skapa något unikt. När det kommer till att bidra med externaliteter, det vill säga kostnader eller värden för tredje part så visar konst- och kulturområdet på betydande positiva effekter för tredje part. Det handlar om ökad lokal konsumtion av festivaler och efterfrågan på den lokala arbetsmarknaden av filmproduktion, med mera.

Vidare finns det ett relativt nytt begrepp som kallas *nätverksexternaliteter* som mekanism för konsumtion. Det innebär att en individs konsumtion är beroende av andra individers konsumtion, vilket är högst relevant för just konst- och kulturprodukter, tjänster och

---

<sup>43</sup> Dataspelesbranschen 2015.

upplevelser.<sup>44</sup> Det blir tydligt för både musik, film och dataspel – att det är vänners deltagande eller spelande som i hög grad avgör om en viss individ också kommer att delta/spela. Vidare finns det betydande tillsammans med tillgängliga standarder och tekniska plattformar. Detta ställer antagandena om fri konkurrens och de särskilda konsumtionsmönster som ska gälla på konkurrensmarknaden på ända, och kräver andra analyser och ekonomiska affärs- och finansieringsmodeller.

*Transaktionskostnader* innebär exempelvis resekostnader för att gå på en festival vilket visar sig i att festivaler hämtar en större andel av sin publik i närområdet. Transaktionskostnader kan således vara förhållandevis höga för just upplevelser medan de för digitala produkter kan bli relativt sett låga. Höga etableringskostnader är tydliga inom kulturområdet där en byggnad för exempelvis ett museum eller en biograf är så specifik i sin målgrupp att det är svårt att styra om en sådan verksamhet om marknaden inte visar intresse. Höga transaktionskostnader och höga etableringskostnader leder generellt sett till underproduktion.

Upplevelser så som festivaler och filmvisningar men även dataspel har tydligt kollektiva egenskaper genom att kostnaden för att genomföra festivalen eller biografupplevelsen eller att producera dataspelet i princip är densamma oavsett hur stor publiken/konsumenterna i slutändan blir. Vidare finns för exempelvis festivaler och biografvisningar också en övre gräns för konsumtionen, det vill säga antalet platser i salongen eller på festivalområdet är begränsat. Dessa förutsättningar leder enligt ekonomisk teori till underproduktion relativt marknadens efterfrågan.

En annan faktor som blivit tydlig är att många delar av konst- och kulturindustrierna är mycket *humankapitalintensiva*, således en del av den kunskaps- och tjänsteekonomi som vårt samhälle nu träder in i. Humankapitalintensivt betyder att de totala kostnaderna för en produkt, upplevelse eller tjänst utgörs av kostnaderna för personalens arbetstimmar, och samtidigt låg kapitalintensitet, i likhet med exemplet med symfoniorkestrar ovan. Ett relativt litet behov av kapital ger fördelar som låga inträdeskostnader och därmed snabba etableringsmöjligheter. Nackdelarna är samtidigt att kapitalintensiteten ofta blir så låg att den inte räcker till satsningar på marknadsutveckling, forskning och utveckling, eller säkrar överlevnad vid tillfälliga konjunktursvackor, varför utträden därför kan vara lika kvicka som inträden på marknaden. Sammanfattningsvis kan sägas om musik, film och dataspelsbranscherna att de:

- *är arbetskrafts/personalintensiva. Det ger bland annat sämre möjligheter till snabbt ökad produktion och avkastning.*
- *är humankapitalintensiva. Arbetsinsatsen är beroende av den enskildes unika kompetens eller kreativitet, vilket bl.a. ger sämre möjligheter att snabbt ersätta personal.*
- *har låga etableringskostnader, det vill säga att behovet av kapital för investering i materiella tillgångar är relativt litet.*
- *produktion av upplevelser är platsbunden, och har som "produkt" kollektiva egenskaper vad gäller prissättning.*
- *konst och kultur skapar positiva externaliteter för samhället och för företag i andra branscher.*
- *teknikutvecklingen ger positiva effekter genom digital produktion med sjunkande marginalkostnader (det vill säga kostnaden för att producera ytterligare en enhet). Möjligheter med streaming är exempelvis att öka kapaciteten för publiken till en film eller konsert genom att streama film eller konsert till fler lokaler.*

---

<sup>44</sup> Wei Pei-Shan Lu Hsi-Peng, 2014.

Tillämpade styrmedel inom kulturområdet, det vill säga verktyg för offentlig verksamhet att påverka marknaden, syftar generellt till att stimulera både produktion och konsumtion. Som förklarats har området produktionsvillkor som ofta leder till underproduktion av många varor, tjänster och upplevelser, men det handlar också om att stimulera en efterfrågan och utbilda för kulturellt engagemang och deltagande och informera om kultur och konst som vara, tjänst och upplevelse.

Tabell 1. Exempel på offentliga interventioner

| Normativa/regleringar     | Ekonomiska          | Informativa | Fysiska       |
|---------------------------|---------------------|-------------|---------------|
| Copyright/<br>upphovsrätt | Bidrag              | Upplysning  | Markplanering |
| Patent                    | Skatter             | Rådgivning  | Infrastruktur |
| STIM                      | Skatteavdrag        | Utbildning  | Mötesplatser  |
| Immateriella rättigheter  | Avgifter            | Forskning   |               |
|                           | Skatte-subventioner |             |               |

På regional respektive kommunal nivå är normativa styrmedel inte aktuella; regleringar och insatser som rör skatter kan endast beslutas på nationell nivå. Vidare är insatser på kommunal nivå begränsade av kommunallagen som i stort säger att en kommun inte kan bedriva verksamhet som konkurrerar med privat verksamhet. I denna förstudie har vi närmare studerat de insatser som presenteras i tabellen nedan, dessa omfattar framförallt mötesplatser och kreativa hus, mäklarfunktioner och klusterbildningar, filmfonder och inkubationsprocesser samt utbildningsinsatser. För att också motivera och synliggöra var de offentliga insatserna behövs går vi i ett kommande avsnitt igenom innovationssystemet för musik, film och dataspel i Dalarna.

Tabell 2. Studerade insatser på offentliga interventioner inom musik, film och dataspelsområdet

| Normativa/ regleringar | Ekonomiska                 | Informativa           | Fysiska        |
|------------------------|----------------------------|-----------------------|----------------|
|                        | Filmfonder/ samproduktion  | Mäklarfunktioner      | Kreativa hus   |
|                        | Branschföreningar/ kluster | Inkubatorer           | Studios/teknik |
|                        | Fortbildningar             | Digitala mötesplatser |                |
|                        |                            | Utbildningar          |                |

### 3.4 Sammanfattande problem och utmaningar för resp. bransch

Mot bakgrund av det teoretiska resonemang som förs här och i den bilagda rapporten från Högskolan Dalarna är ett motiv för offentliga insatser för konst- och kulturområdet i allmänhet en fråga om **samhällsekonomisk effektivitet**. Offentligt stöd kan krävas för att justera de ovan presenterade marknadsmisslyckandena med syftet att skapa en effektiv användning av samhällets resurser.<sup>45</sup> Effektivitetsargumentet ligger till grund för argument som att konst och kultur är en *investering och tillväxtfaktor* bland annat genom överbryggande av informationsgap mellan människor och främjande av socialt kapital i ett samhälle, som tidigare presenterats, men också genom ökad lokal konsumtion inom andra områden.

<sup>45</sup> Baumol och Bowen 1965, Throsby och Withers 1979, Gray 2008.



Som vi tidigare konstaterat kan vare sig kommuner eller region ändra i nationella regleringar eller använda skatter som styrmedel. Men flera av de ekonomiska styrmedlen tillsammans med informativa och fysiska styrmedel är tillgängliga att tillämpa.

### **3.4.1 Gemensamma utmaningar för musik-, film- och dataspelsbranscherna**

En sammanfattning av utmaningarna som vi tar hänsyn till i vårt förslag.

- Arbetskrafts- och humankapitalintensiv produktion, med låga inträdeskostnader men också snabba utträden på grund av låga andelar kapital tillgängligt för sämre tider.
- Företagen inom samtliga tre branscher är i stort enpersons företag. Det medför små medel för:
  - infrastrukturinvesteringar så som större kontor,
  - marknadsföring, kommunikation och nätverkande
  - att hämta in information om exempelvis möjligheter till offentliga stöd, fonder och riskkapital med mera.
- Konstnärligt driven ambition och kompetens är inte detsamma som entreprenörskap.
- Produktionen är direkt kopplad till individens unika kreativitet och kompetens och är därigenom ett hinder för en snabb tillväxttakt i företaget. Det ställer krav på andra typer av målformuleringar.
- Arbetsledande kompetens saknas. Inom alla områden saknas i stort fungerande arbetsledande kompetenser.
- KKN-företagens affärsidé passar dåligt in i befintliga inkubatorsverksamheters målsättningar om bl.a. snabb tillväxttakt och internationalisering.
- Avsaknad av regionala strategier för innovationssystemen för respektive område, däribland "seriespelet" från barn till vuxen.
- Avsaknad av regionala branschföreningar/företrädare inom samtliga delar av värdekedjan i samtliga tre konstformer.
- Avsaknad av kluster för respektive område. Detta blir ett samordningsproblem. För att en näringskraftig industri ska uppstå behövs resurser som ges möjlighet att utveckla befintliga organisationer och koordinera med nyckelaktörer lokalt, regionalt, nationellt och internationellt. Utveckling och kommunikation tar tid och resurser i anspråk, och de medel som finns på nationell och internationell nivå att söka ges i första hand till de regioner som har en tydlig gemensam strategi och handlingsplan för området.
- Avsaknad av mötesplatser, både mellan musik, film och -dataspelsbranscherna och gentemot övriga branscher som förutsättning för konvergens-möjligheter och cross innovation.

#### **3.4.1.1 Särskilda problemställningar inom musik**

- Avsaknad av möjligheter att spela i band i åldern före en kan vara med i studieförbundens verksamheter
- Korta gig och små inkomster avskräcker från att starta företag, vanligt förekommande att använda faktureringsstjänster.
- Populärmusiken är obefintlig i offentliga regionala uppdrag, så som Musik i Dalarna.

#### **3.4.1.2 Särskilda problemställningar inom film**

- För liten andel filmskapande i grundutbildning
- Hela produktionskostnaden måste säkras före produktion, det går inte att göra en prototyp och testa på marknaden.

- Volymproblem, exempelvis kommer ett regionalt resurscentrum för film och rörlig bild ha för få produktioner för att nå upp till en kritisk massa där branshdynamiker kan uppstå. En regelbunden och bra volym av nationellt och internationellt distribuerade filmer är därför viktig för Dalarna av flera skäl.
- Befintlig pool av talanger och hög kompetens som finns i Dalarna idag utarmas på grund av volymproblemet.
- Incitamentsproblemet, film har en särställning historiskt, politiskt och näringsmässigt. Det är den konststart som i högsta utsträckning kombinerar konst och kommers, är mest rörlig, och har den främsta förmågan att forma identiteter och skapa social samhörighet. De regioner som utnyttjar filmens fördelar tävlar om att attrahera kunskap och kapital jämte andra, där ekonomiska incitament är basen i övervägandena. På grund av den låga stödnivå som regionen kan erbjuda så kommer inga större projekt idag till Dalarna, utan endast de som väljer bort en högre budget därför att filmen av olika skäl måste utspela sig i regionen. Dessa exempel är få och ett undantag. Idag kostar det mer att förlägga sin produktion till regionen än vad man tjänar på det.

#### **3.4.1.3 Särskilda problemställningar inom spel**

- Avsaknad av spel i grundutbildning, ex digital slöjd.
- Avsaknad av kunskap och förståelse hos beslutsfattare, lärare, föräldrar m.fl. för vad den interaktiva digitala världen kan bidra med.
- Avsaknad av regionalt ansvar för utveckling av barns och ungas spelintresse och kompetens – motsvarande konsulentuppdrag.
- Stort behov av olika investeringskontakter.
- Brist i inkubatorverksamheten när det gäller coaching och förståelse för utveckling av branschen inom spelutveckling.
- Osäkert utbildningssystem för att säkerställa kompetens till branschen regionalt.

## **4 Förslag för branschutzveckling för musik, film och dataspel i Dalarna**

Vårt kartläggningsarbete har mynnat ut i följande framgångsfaktorer som vi ser att vi i Dalarna behöver arbeta med på ett strukturellt plan för att stärka musik, film och dataspelsbranscherna. Vårt förslag innebär framförallt att en intresseorganisation startas som ett embryo till en klusterorganisation med musik-, film- och dataspelsbranscherna som primär målgrupp men givetvis kommer att vara till nytta även för andra företag inom KKN, särskilt som konstformerna konvergerar vad gäller teknik men också blir mer genreöverskridande.

För att lägga en grund för konvergens-möjligheter, synergieffekter och förutsättningar för att cross-innovation och gamification-projekt ska uppstå föreslår vi följande verksamhet och aktiviteter med gemensamma mål för musik-, film-, och dataspelsbranscherna.

Vi samlar de insatser som vi ser är gemensamma i följande avsnitt där vi också undersöker förutsättningarna för att detta kan samlas i en och samma organisation, bland annat med förebild i Visit Dalarna. Vi presenterar också det grundarbete som vi anser behöver göras inom respektive konstområde för att respektive bransch ska stå tillräckligt starkt att också kunna vara en självklar pusselbit i den spets och utveckling som Region Dalarna och Faluns och Borlänges kommuner har ambitionen att driva.

Några samlande utgångspunkter:

- Cross innovation sker i ett innovationssystem – varken i ett växthus eller genom en enskild individ. Detta är ett centralt ställningstagande. Vi vet därför inte var nästa fantastiska upptäckt kommer att göras, och därför måste vi bygga ett system/seriespel som gör så att så många som möjligt får förutsättningar att utveckla sin förmåga och frigöra sin kreativitet under livet.
- Kulturproduktion och kulturkonsumtion ger många ringar på vattnet, så kallade externa effekter, och hela samhället blir på olika sätt avnämare till dess produkter och tjänster.
- Kulturproduktioner, upplevelser och förädlingsprocesser följer inte traditionella konsumtionsmönster där högre inkomst ger mer konsumtion – kultur konsumeras exempelvis ofta i ett socialt nätverk och är inte direkt kopplat till inkomstnivå, och kräver andra affärsmodeller än traditionell varuproduktion.
- Företagen i branscherna är små och behöver därför olika former av stöd för kommunikation, nätverk, infrastruktur men även kompetensutveckling och liknande för att maximera sin effektivitet.

## **4.1 Förslaget i korthet**

Organisationen har som primära uppgift att organisera och stötta företagen, i bilaga X ges en beskrivning av föreningens verksamhetsidé. På sikt bör organisationen ha som målsättning att växa till en klusterorganisation som inte är beroende av offentliga insatser utan primärt drivs av företrädare inom branscherna. Som vi förklarat i tidigare avsnitt är dessa branscher inte mogna för detta ännu. Organisationen syftar till att engagera branscherna och föreslås driva följande frågor:

### **4.1.1 Mötesplatser och event**

Det finns ett behov av infrastruktur för fysiska möten men också för kunskapsförmedling och kontaktknytande. Vi föreslår att arrangemang och tillhandahållande av virtuella mötesplatser, verka för tillkomsten av fler fysiska mötesplatser i regionen, arrangör av nätverksträffar, studiebesök och seminarier och ge finansieringsstöd. Det vill säga tillhandahålla information om finansiella stödmöjligheter, finansiell rådgivning samt stöd i ansökningsförfaranden.

### **4.1.2 Strategisk påverkan**

Eftersom företagen inom branscherna är små har de inga eller begränsade resurser att driva frågor på en strukturell nivå som de skulle gynnas av på längre sikt ser vi att en organisation behövs som tar detta ansvar. Insatser för information och kunskapsförmedling om branschen och dess villkor ska riktas till beslutsfattare.

### **4.1.3 Marknadsföring**

Små företag har behov av målgruppsriktade aktiviteter såväl fysiska som digitala. Exempelvis bör digitala kanaler som facebook, hemsida, elektroniska nyhetsbrev med mera utvecklas för kommunikation mellan organisationens medlemmar. Att samla information om stöd samt eventuell samordning av medlemmars motsvarande aktiviteter.

### **4.1.4 Inkubation och företagsstöd**

Med utgångspunkter i befintliga inkubatorsprocesser så som den regionala inkubatorn vid Stiftelsen Teknikdalen kan organisationen ansvara för att dessa är branschanpassade och uppdateras med senaste kunskap om framgångsfaktorer för musik-, film-, och dataspelsbranscherna. Organisationen ska även stå för rådgivning till företag för utveckling på

musik-, film-, och dataspelsmarknaden, scouting av affärsidéer, entreprenörer och företagare med framgångspotential på musik-, film-, och dataspelsmarknaden.

#### **4.1.5 Stöd för kompetensutveckling och FOU**

För att få till stånd en funktionell klusterorganisation är kompetensutveckling och FOU centrala. Organisationen ska därför ta ansvar för att bygga upp kontinuerliga kontakter mellan forskare inom området och branscherna. Det innebär att fånga upp och initiera nödvändiga kompetensutvecklingsinsatser (t.ex. utbildningar), fånga upp och initiera nödvändig FOU verksamhet, samt ha överblick över pågående FOU insatser och resultat.

#### **4.1.6 Vägledning**

Vi ser ett grundläggande behov av att bygga innovationssystemet från grunden och därför bör föreningen på ett strukturerat sätt verka för att uppmuntra och motivera unga människors ambitioner på hobbynivå till att utvecklas genom att visa på förebilder och goda exempel. Det handlar även om att verka för att bygga organiserade karriärvägar inom musik- film- och dataspelsområdet i regionen.

### **4.2 Fördjupad beskrivning av respektive insats**

#### **4.2.1 Mötesplatser och event; Kreativa Hus, studios, artist in residence och digitala mötesplatser**

##### **4.2.1.1 Kreativa hus**

I Dalarnas innovationsstrategi poängteras särskilt innovativa miljöer, där kreativa miljöer lyfts fram som en viktig växtplats för innovation.<sup>46</sup> Och i visionen som lyftes i KKNII:s förstudie kring Kreativa Hus var att alla kommuner i Dalarna skulle skapa ett Kreativt hus, utifrån nedanstående beskrivna kriterier.<sup>47</sup>

Kreativa Hus kan skapa möten mellan olika företagare, det vill säga minska trösklar och tidsförluster för erfarenhetsutbyte och kontakter om nya uppdrag och projektidéer. Kreativa hus kan bidra till att Dalaföretagen driver större verksamheter och projekt som kan bidra till att bygga tekniska förutsättningar för att Dalarna ska bli en plats att räkna med vad gäller produktion av film, dataspel och musik.

Vi föreslår att Dalarna tar ett helhetsgrepp om att bygga upp ”Kreativa hus” i varje eller merparten av kommunerna. En sådan institution kan sedan rymma många olika verksamheter. Framförallt kan den innebära ett kontorshotell för kreativa företagare, som kan bli ett naturligt nav för att koordinera kommunens företag och knyta kontakter, informera om offentliga stöd, etc. Det kan också innebära ett ”kompetens-centra” som kan bestå av de i länet centralt inrättade kreativa mäklarna. Sen kan varje kommun ha en kreativ mäklare/kontaktperson. Ett kompetenscenter, det vill säga ett musik, film och dataspel 2.0-projekt, kan även bidra med att inventera aktuell kommuns kreativa aktörer och deras behov av fysiska mötesplatser, och sen kommunicera detta till kommunen.

Det finns ett flertal studier som pekar på behovet av detta, och ett flertal befintliga kreativa hus/miljöer i Sverige som påvisar goda resultat. I tidigare projekt inom Falu kommun har företrädare för branscherna i en regional workshop enats om att:

---

<sup>46</sup> Region Dalarna, Dalarnas innovationsstrategi.

<sup>47</sup> Region Dalarna, förstudie från projektet KKNII.

- Samtliga KKN-grenar skulle önska en gemensam mötesplats inom området KKN, i varje kommun.
- Platsen skulle vara öppen för alla och ha en inbjudande miljö och här önskas till exempel: café, galleri, liten scen, konferensrum, kontorslandskap, ateljéer, musikstudio, redigeringsstudio, designstudio, mindre TV-studio, förskola, förvaringsutrymmen, scen/verkstad.

Mot bakgrund av detta och de andra studier vi tagit del av och studiebesök vi gjort föreslår vi att Kreativa hus med fokus på musik, film och dataspel/KKN bör innehålla:

- *Arbetsplatser/lokaler för kulturföretagare.*
- *Mötesrum för olika antal personer från två och uppåt.*
- *Gemensamhetsytor för kontorshyresgäster.*
- *Konferensrum/föreläsningsrum (som också kan vara showrum, galleri, butik, café, scen osv)*
- *Personella resurser som kan ta emot besökare, handha lokalbokning, marknadsföring, verksamhetsutveckling, lokalvård, drift samt samverkan mellan hyresgästerna.*
- *Inkubatorsverksamhet/kontaktyta för regional inkubator*
- *Studio.*
- *Scen.*
- *Replokaler.*
- *Galleri/show room.*
- *Utbildningar inom musik. Film och dataspel/kopplade till pågående kompetensutvecklingssatsningar på nationell och/eller EU-nivå så att också Dalarna får del i dem.*
- *Personella resurser för en ambassadör för film, spel och musik i varje kommun skulle vara önskvärt.*

Kreativa hus bör också innebära förutsättningar för en naturlig åldersblandning där mindre erfarna kan möta mer erfarna, i alla åldrar och med olika bakgrunder.

De Kreativa Husen kan fungera som en plattform för bildandet av branschföreningar som kan växa till kluster för de kreativa näringarna. Husen sätter kommunens näringar på kartan; det skapar möjlighet för kreatörer både inom och utom kommunen att etablera sig och det skapar ökad attraktivitet för allmänheten m.fl. som vill ha tillgång till kreativa miljöer, varor och tjänster.

#### **4.2.1.2 Studios och teknisk utrustning**

En utbyggd teknisk infrastruktur är en av förutsättningarna för att Dalarna ska nyttja lokala och regionala resurser optimalt men också bli ett center för musik, film och dataspel som också kan attrahera nationella och internationella företag.

Musik, film och dataspelsbranscherna utbyter redan idag kompetens och har en hel del teknisk utrustning gemensamt. Med detta att ta avstamp i skapar dessa tre tillsammans också en kritisk massa för att bygga vidare på studion i Borlänge, post-produktionsnätverket Galaxy of Postproduction och mediehuset i Falun. Mer konkret behöver dock detaljer i behoven undersökas vidare.

#### **4.2.1.3 Digitala mötesplatser**

Digitala mötesplatser har som syfte att underlätta möten och informationsflöden mellan professionella för att generera nya projekt och arbetstillfällen. Virtuella nätverk/mötesplatser

behöver startas och vidareutvecklas. Ett exempel på ett befintligt virtuellt nätverk är filmportalen.se, där det finns över 350 användare på bara två år. När filmarna hittar varandra uppstår nya idéer och nya projekt, vilket leder till nya arbetstillfällen. Att ha en gemensam plattform för öppet nätverk (filmportalen) mellan musik och film skulle kunna ge goda synergi-effekter.

Vi har under projektiden satt upp en Facebook-sida för filmarbetare i Dalarna där deltagarna kan dela info om lediga arbeten etc. Den har redan lockat till sig både musiker och spelkonstruktörer, något som vi ser som en framgång och en sida som behöver ha en hemvist också efter vår förstudie är avslutad.

Någon behöver således initiera och ta ett långsiktigt ansvar för underhåll och utveckling av digitala kommunikationskanaler.

#### **4.2.1.4 Artist in residence**

Artist in residence skapar möten mellan kompetenserna i den kreativa kärnan och ger en viktig fördjupning i respektive konstart. Artist in residence kan bidra till att öppna upp för att internationella aktörer upptäcker Dalarna. Vidare bidrar det till en kritisk massa för Dalarna som produktionscentra för musik, film och dataspel. Fler kommer till Dalarna för att producera musik, film och dataspel.

Vi har under projektet undersökt möjligheterna att anordna ett House of Songs i Dalarna. Vi ser att värdet av en skivareverkstad är betydande både för lokal identitet, fortbildning för lokala textförfattare och en möjlighet till nya kontaktytor mellan den konstnärliga kärnan. Slutsatsen från vårt arbete är att vi inte är intresserade av att använda varumärket House of Songs, som innebär ett specifikt utformat koncept, utan vi behöver bygga upp ett eget varumärke för textförfattarverkstad i Dalarna. Vi ser också att det är intressant att samarbeta med film och dataspel i detta. Också inom filmområdet finns det behov av residens-vistelser för exempelvis manusskrivande.

Under sommaren 2015 genomfördes projektet Stugan som samlade ett tjugotal unga drivna spelutvecklare under åtta veckor, där de fick coaching av erfarna spelutvecklare. Vi menar att den gemensamma föreningen kan vara ett nav i fortsatta residens för samtliga tre områden där de på sikt kan sammanföras under samma tak.

#### **4.2.1.5 Marknadsföring**

Marknadsföring av Dalarnas företag mot omvärlden kommer att leda till ökad export.

Vi har diskuterat huruvida de tre branscherna kan samlas under ett gemensamt namn, typ "Kreativa Dalarna", och göra en allmän marknadsföring både inom och utom länet vad gäller musik, film och dataspel respektive KKN. En viktig poäng med detta är att lyfta fram det företagande vi har i Dalarna och skapa en positiv självbild av Dalarna som framgångsrikt inom KKN-området. Det finns många parter att samarbeta med på den här punkten såsom, Högskolan Dalarnas medieutbildningar, Siljan turism, Visit södra Dalarna, Falu-Borlänge näringslivsregion.

Vi ser att en samordnad marknadsföring blir en mäklarinsats av Dalarnas potential både vad gäller kompetens och befintlig teknik som av unika miljöer och platser. Exempelvis bör en målsättning vara att locka hit reklamfilmsbranschen som är helt privat finansierad.

Reklamfilm är istället beroende av att få information om unika miljöer som samtidigt kan erbjuda bra infrastruktur runt en filmproduktion. Reklamfilmsbranschen i Stockholmsregionen tillför stora vinster med en omsättning på minst 600 miljoner kronor

årligen. Åtminstone 80 procent av reklamfilmsproduktionens omsättning i Sverige uppskattas tillfalla Stockholmsregionen och i år beräknas den totala reklammarknaden omsätta närmare 33 miljarder kronor.<sup>48</sup> I samband med branschrådsmöten med etablerade representanter från filmbranschen med kopplingar till Dalarna var filmkommission den punkt som mötet vurmade mest för, vid sidan av en filmfond. Mötet ansåg att Dalarna har fantastiskt potential att attrahera stora filmproduktioner med sina miljöer, och det finns marknadsandelar att ta som sätter lokala företag i arbete, t.ex. produktionsservicebolag. Många små filmbolag börjar bygga sin verksamhet och ekonomi på reklamfilm. En reklamfilm som är inspelad i någon av Dalarnas kommuner genererar även ett stort PR-värde.

I den globala industrin som spelutveckling rör sig i, är det viktigt att synas på den internationella marknaden. För att vara med och synas krävs därför ett internationellt tänk. Deltagande vid Exportrådets och branschorganisationens exportsatsningar på mässor och mötesplatser som Game Developer Conference, GamesCon, Electronic Entertainment expo, Tokyo Game show m.fl är viktiga.

Vi ser det även som prioriterat att på denna nivå aktivt arbeta för att fånga upp och ge förutsättningar för en mångfald då spelutvecklarbranschen fortfarande är högst könssegregerad med en stor övervikt av män.

Invest in Dalarna, Stiftelsen Teknikdalen och Falu kommun har påbörjat ett arbete med marknadsföring. Vi hoppas att detta kan fortsätta in i nästa projektfas. Något mer konkret om detta samarbete?

Företrädare för branscherna i Dalarna behöver också arbeta internationellt för att öka projekten storlek och exporten. Exempelvis kan vi vara representerade vid globala mötesplatser som South by south west, Exportrådets mässor, Game Developer Conference, GamesCon, Electronic Entertainment expo, Tokyo Game show, Filmfestivalen i Cannes, med flera.

Vidare bör kommunernas näringslivsfrukostar både erbjudas musik, film och dataspel-branscherna specifikt och vara inriktade på att skapa möten mellan konstnärliga branscher och det mer traditionella näringslivet, för att ge förutsättningar för *cross innovation*.

#### **4.2.2 Strategisk påverkan**

Eftersom företagen inom branscherna är små har de inga eller begränsade resurser att driva frågor på en strukturell nivå som de skulle gynnas av på längre sikt. Vi ser därför att en organisation behövs som tar detta ansvar. Det handlar om insatser för information och kunskapsförmedling om branschen och dess villkor som riktas till beslutsfattare. Att skapa fungerande branschorganisationer innebär effektivare branscher och höjd kompetensnivå.

Informationsasymmetrier skapar stora obalanser på marknaden. Det handlar primärt om att tid är pengar och att det tar mycket tid att samla kunskap och erfarenhet att värdera, komprimera och prioritera i informationsflödet. De förslag vi ger här främjar samtliga på olika sätt minskade informationsasymmetrier och effektivisering av tid.

Några frågor att fokusera för strategisk påverkan:

- *För att få till stånd en filmfond krävs ett grundläggande lobbyarbete för att samla Dalarnas kommuner till en sådan investeringsfond. Investeringar i filmproduktioner görs via ett "samproduktionsavtal" som tillvaratar de regionala intressena både för*

---

<sup>48</sup> Cloudberry Communications AB och Oxford Research AB, 2011.

*kommuner och lokala företag. Alla de andra satsningarna/delarna är beroende av denna funktion. En filmkommission blir till exempel inte lika intressant om vi inte har en fond som kan ta emot inkommande filmproduktioner. En filmfond är själva smörjmedlet för att få hit kapital till regionen från filmbranschen till alla filmrelaterade företag i Dalarna.*

- *Startas en filmfond blir en filmkommission en nödvändig del för att sälja in Dalarna som inspelningslän. Tankegångarna stöds i Borlänge kommuns förstudie för KKN-området från 2013, där det föreslås en lokal filmkommissionär i Borlänge. Se vidare under avsnittet regional strategi för film.*
- *Vidare har vi ett dataspelskluster kring företaget Tension och utbildningen PlaygroundSquad, men representationen av företagare bör breddas, fler spelutvecklar- och apputvecklarföretag i Dalarna behöver ingå i gruppen, för att skapa en kritisk massa för kompetens- och erfarenhetsutbyte och att ge de synergieffekter som vi eftersträvar.*
- *Vidare hade vi ett begynnande kluster i "Galaxy of postproduction" för verksamma företag inom postproduktion i Dalarna/Gävleborg. Det tänkta virtuella postproduktionshuset i Dalarna skulle kunna skapa många nya arbetstillfällen, eftersom alla inte vill bo i en storstad men ändå arbeta med film.*
- *Vidare förankring kring populärmusikens roll bör göras hos Dalarnas kommuner och landsting. I förstudiearbetet har vi förankrat att Musik i Dalarna blir huvudman för Dalecarlia music awards och Dalapop.*

#### **4.2.3 Inkubation och företagsstöd**

Denna del av insatsen handlar om att företagen ska få stöd för att bygga stabilar verksamheter och växa i omsättning, vilket ökar sysselsättningen regionalt.

Branschöverskridande samarbeten ska skapas och stöttas bland annat genom att nyttja befintligt offentligt stöd effektivare och verka för att nya former utvecklas som exempelvis en filmfond för samproduktion av film. Sammantaget kommer en bra grundstruktur att kunna locka investerare till Dalarna.

Kunskap om finansieringsmöjligheter och affärsmodeller ska sammanställas och förmedlas bland annat genom hemsidor/portaler men också genom anordnande av möten och träffar mellan potentiella privata finansiärer och kreatörer/artister/branschen.

En mäklarfunktion som förmedlar kunskap och kontakter inom branschen och till andra branscher är en förutsättning för att skapa spill-over-effekter och cross innovation. Ett tydligt mäklarpuppdrag för musik, film och dataspelsbranscherna sänker således transaktionskostnader och mentala trösklar för samarbeten över branschgränserna och blir en naturlig kontaktyta att skapa kontakter också mot mer traditionella företag och branscher.

Att nästa globala dataspelssuccé utvecklats i Dalarna vore ett mål som inte är helt orimligt. Samtidigt kan spelföretagen inte förlita sig på en succé utan det finns stor potential i att bredda kontaktytorna och arbeta med förädlingsprocesser mot andra företag, det kan bland annat handla om hälso- och sjukvården och om utbildningssektorn.

Vi föreslår också att det ska finnas ambassadörer i varje kommun som stäms av med Landstingets dialoger om "noder" i varje kommun. För att få till en effektiv kommunikation tror vi på att erbjuda rutinlagda träffar, så som näringslivfrukostar men också bransch-bärs och liknande för musik, film och spelbranscherna.



På Högskolan Dalarna finns även projektet ”Entreprenörskap” för de audiovisuella näringarna som kan leda till behov av formellt inkubatorsstöd.<sup>49</sup>

Våra slutsatser av erfarenheterna från Band-Boostern är att själva utbildningen för att utveckla bandet gärna kan behållas men att företagstänket måste lyftas bort från utvecklingen av bandet. Bandutvecklingen skulle kunna drivas av den populärmusiknod som vi föreslår förläggs på Musik i Dalarna eller en motsvarande organisation. Den kan också förläggas till ett studieförbund som redan har olika former av bandutveckling i ordinarie verksamhet.

Själva företagsutvecklingen menar vi ska ske med den eller de i bandet som är drivna att arbeta affärsmässigt, inte av musiker som bara vill spela i ett band. Ett parallellt spår är att ge de personer som är drivna att arbeta inom populärmusiken utbildning i att arbeta som managers eller musikkonsulter. De kan i sin tur ta hand om ett eller flera band och utveckla affären kring bandet/musikern/kompositören/teknikern.

Brewhouse i Göteborg är ett bra exempel på hur en kommun samverkar med företagare inom musik, film och spelområdet. Där fungerar en företagsinkubator inom musikområdet för att platsen är funktionell vad gäller teknik och kontakter, samt att ledarna i utbildningen är genuint intresserade av verksamheten. För att få en inkubator att fungera i länet med musik, film och spel krävs rätt kompetens, rätt lokaler och samla personer med rätt förkunskap.

Filmbranschen har ett väldigt specifikt sätt att finansieras. Man fäster stor vikt vid nätverksskapande, rätt information om finansieringsvägar, projektprocesser o.s.v. Idag ser vi nystartade filmföretag som inte alls lyckas komma med i den befintliga inkubatorn (Stiftelsen Teknikdalen) och vill därför erbjuda dem samma möjligheter till en branschanpassad inkubator som visat sig framgångsrika i andra regioner. Detta kommer ge regionen nyetableringar av filmföretag tillbaka.

Även spelföretagen har inte funnit någon naturlig hemvist i den befintliga inkubatorn på Stiftelsen Teknikdalen. Det är tydligt att de behövs en anpassad form av coaching.

Via en inkubator kan vi erbjuda nystartade företag i Dalarna ett effektivt företagsstöd i bl.a. form av coaching och lokaler med nära till andra kreativa företagare samt teknik. Vi ser framför oss att befintlig teknik för musik i Wallinskolan och för film i Mediahuset i Falun kan ingå i konceptet och ska erbjudas enligt på marknadsmässiga villkor.

En inkubatorverksamhet kan med fördel för de tre branscherna spel, musik och film gemensamt men givetvis bör specifik kompetens hämtas för coaching från professionella i respektive bransch. Beaktande bör också göras efter vilken del i värdekedjan som de deltagande aspiranterna fokuserar på. Sammanfattningsvis ger vi följande rekommendationer till inkubatorsprocesser i Dalarna som är inriktade på att utveckla företag inom musik, film och dataspel.

- *Boosterprocesser*
- *Förinkubatorsprocesser*
- *Lokal närvaro för att inspirera företag i samtliga av Dalarnas kommuner.*
- *Fokus på ledarskap*
- *Fokus på entreprenörskap*
- *Beakta de ekonomiska villkor som tjänsteintensiv produktion innebär, och särskilt när de förutsättningar som gäller för kreativt arbete som i hög grad bygger på varje*

---

<sup>49</sup> Projektet är finansierat av Ljungbergsfonden och Högskolan Dalarna.

*individens unika kompetens, som således möter större utmaningar än produktproduktion i att växa i storlek.*

- *Coachen måste vara väl förankrad i respektive bransch eller rätt del av värdekedjan inom respektive bransch regionalt.*
- *Coachen måste ha särskild kompetens från varje enskild konstforms särskilda affärs- och finansieringsmodeller (blandningen mellan privat och offentlig finansiering).*
- *Platsen för inkubatorsprocessen måste vara inspirerande och ge snöbollseffekter också i exempelvis fikapauserna. Det innebär att de bör hålla hus i lokaler där det redan finns professionellt verksamma inom respektive bransch.*

#### **4.2.4 Stöd för kompetensutveckling och FOU**

En samordning av kompetensutveckling och FOU inom musik, film och dataspel behövs också inför branscherna i Dalarna. Kunskap och erfarenheter behöver spridas från mellan branscherna, erfarenheter dras från andra branscher samt från forskare med flera. Därtill behövs en tydlig kontaktyta för att kommunicera de kompetens- och utbildningsbehov som finns i branscherna till utbildningsanordnarna. Eventuellt kan organisationen också driva egna kompetensutvecklingsprojekt liknande de som skett i Västra Götalandsregionen genom Trappan och Kulturkraft Väst.

En slutsats om kompetensbehov som vi redan nu identifierat för alla tre områdena är att utbildning av ledare bör prioriteras. Inom musikbranschen behövs managers och företagsledare, inom filmbranschen behövs arbetsledande producenter och inom spelbranschen drivande företagsledare.

Vi ser att detta kommer att ge snöbollseffekter från kärnan då dessa ledare bygger större företag av konstnärer och kreatörer och kommer då att kunna skapa fler arbetstillfällen i Dalarna. I exempelvis ett filmprojekt kretsar allt runt producenten, en produktion uppstår och avslutas med producenten. Filmbranschen är beroende av offentliga stödsystem. Men med rätt kompetens och nätverk kan det startas, finansieras och genomföras produktioner från början till slut i Dalarna. Högskolan Dalarnas medieutbildningar skulle vara en lämplig plats att placera en påbyggnads/spets-utbildning med fokus på finansiering och branschnära nätverk. Det skulle generera producenter som blir projektägare och senare arbetsgivare. Idag flyttar de flesta studenter efter högskoleutbildningen inom media till Stockholm eftersom de söker sig till arbetsgivare där. I Dalarna finns en stor efterfrågan hos befintliga filmare på att få hit filmproducenter, det vill säga arbetsgivare. Ett initiativ till producentutbildning skulle kunna vara lösningen. En sådan utbildning bör vara integrerad med satsningen på en eventuell förinkubator inom Högskolan Dalarna.

#### **4.2.5 Vägledning**

Sammantaget är en av våra slutsatser att innovationssystemet behöver stärkas med en struktur som slussar kreatören framåt från amatörstadiet till att bli professionell. Föreningen ges därför också i uppdrag att uppmuntra och motivera unga människor med ambitioner på hobbynivå att utvecklas genom att visa på förebilder och goda exempel. Men även att på en strategisk nivå verka för att bygga karriärvägar inom musik-, film- och dataspelsbranscherna i regionen.

### **4.3 Hur vinner Dalarna på förslagen vi lägger för utveckling av musik-, film- och dataspelsbranscherna?**

Som vi visat i vår modell över sambanden är det den konstnärliga kärnan som är drivande i den ekonomiska processen. Vi är mitt uppe i omvandlingen till ett kunskapssamhälle och då är det individen och dess kunskap och förmåga som står i centrum och skapar de största ekonomiska värdena. Av denna anledning är det helt centralt för en ort att fokusera på att få företagare att etablera sig på orten. De skapar sedan i olika grad aktiviteter som attraherar besökare som ex. Peace and love-festivalen och Dalhalla, men lika gärna skapar de exportprodukter med hela världen som sin marknad. Dalarna är relativt bra på att fördela medel till kulturella verksamheter från det offentliga, men vi kan bli betydligt bättre på att låta KKN-sektorn vara en motor i den ekonomiska utvecklingen.

För att göra detta behöver vi bygga en infrastruktur som bland annat ger förutsättningar för möten som skapar synergier i form av både *konvergens* och *cross innovation*. Vi kan i det här skedet på grund av otillräckligt statistiskt underlag inte presentera skattade siffror för vinsterna, men vi räknar med att Dalarna vinner på följande sätt (målen kan kvantifieras genom att företagsstatistiken uppdateras enligt vårt förslag i delrapport 4):

- *Ökad omsättning inom musik-, film- och dataspelsbranscherna.*
- *Fler sysselsatta inom musik-, film- och dataspelsbranscherna.*
- *Fler inflyttade verksamma inom musik-, film- och dataspelsbranscherna.*
- *Ökat utbud av platsbunden upplevelseproduktion genererar fler besökare, och ger ökad konsumtion för övernattnig, service och detaljhandel med flera.*
- *Genom ledarskapsutbildningar kommer fler företag inom musik-, film- och dataspelsbranscherna att lokaliseras till Dalarna.*
- *musik-, film- och dataspelsbranscherna ska arbeta med hela världen som sin marknad, det skapar både inflyttning, fler affärsresenärer och ökad export.*
- *Stärkt lokal identitet, kritisk massa av kreativa miljöer och kreativa människor ger inflyttning som ger ökad lokal och regional omsättning.*
- *Främja sociala relationer på lokal och regional nivå, vilket kommer att öka den lokala konsumtionen.*
- *Spill-over-effekter, spontan kunskapsöverföring i möten och nätverk.*
- *Tydliga mötesplatser och fler möten mellan olika branscher är kärnan i förutsättningarna för konvergens och att cross innovation ska uppstå.*
- *Cross innovation – ökad användning av musik, film och dataspel i andra branscher, som hävstång och förädling.*

## **5 Innovationssystemet för musik, film och dataspel i Dalarna**

De förslag vi lägger tar sin utgångspunkt i att de på ett systematiskt sätt ska stödja och förbättra innovationssystemet för musik, film och dataspel i Dalarna. Litteraturen om innovationssystem är entydig i att ett innovationssystem handlar om samtliga processer i ett samhälle:

”Innovation is not grown in a greenhouse, it evolves in an ecosystem.”<sup>50</sup>

Innovationer kan således inte odlas fram i processer separata från samhället, utan måste ingå i samhällets ordinarie kretslopp. I en rapport som särskilt handlar om *cross innovation* framhåller författaren Lämmer-Gamp att ”dagens policy-utmaning är att lägga den mentala grunden för samarbete.”<sup>51</sup> Det handlar exempelvis om att bryta stigmatiseringar kring branschindelningar och föreställningar om vad som räknas och inte räknas. En mental inställning till samarbete handlar också om att omförhandla föreställningar om att det är ökad konkurrens som driver utvecklingen framåt. Se vidare i bilaga 10 för en mer grundläggande beskrivning av innovationssystem.

I vårt arbete har vi därför identifierat aktörer och intressenter inom musik, film och dataspelsbranscherna och deras relationer sinsemellan. Dessa presenteras i en schematisk mind-map som ses i bilaga 6. I kartan blir det bland annat tydligt att det finns utbildnings- och stödfunktioner, men att det helt saknas branschföreningar som kan representera branscherna i sammanhang av offentligt-privat samarbete.

Vidare följer vår kartläggning av innovationssystemet i Dalarna. Vår syn på ett innovationssystem omfattar således följande aktörer och intressenter:

- *Slutanvändare i form av barn, unga och vuxna*
- *Utbildningssystem*
- *Offentligt stödsystem*
- *Professionella, företag, branscher och kluster*

## **5.1 Företagande och sysselsättning inom konst och kultur**

Som framgår av teoriavsnitten ovan ingår företagen i ett innovationssystem som omfattar hela samhället från utbildning, via offentliga stödfunktioner till företag och slutanvändare. Vidare har vi teoretiskt också visat att de ekonomiska förutsättningarna är beroende av vilken slutprodukt som skapas av den konstnärliga kärnan. Huruvida det är en produkt, en upplevelse eller en förädlingsprocess så möter företagen olika ekonomiska förutsättningar på marknaden. För att nyansera bilden av de ekonomiska förutsättningarna ytterligare så har vi haft ambitionen att synliggöra respektive branschs värdekedja, som motsvarar de olika moment som krävs för att en konstnärlig idé ska förverkligas och säljas på marknaden, det vill säga den från den konstnärliga kärnan till industrin i solsystemsmodellen i avsnitt 3.1. Genom att dela upp företagen efter position i respektive branschs värdekedja kan vi specificera de olika behov som kan finnas av företagsstöd och utbildning inom respektive bransch, det ger därmed en nyanserad återkoppling till utbildning och utveckling för innovationsbehovet i Dalarna. Registret omfattar samtliga företagsformer.<sup>52</sup>

I följande avsnitt sorterar vi företagen utifrån vår specifika branschkunskap i en värdekedja för respektive bransch. I delrapport 4 finns också ett detaljerat förslag på vilka SNI-koder som är relevanta för respektive del i värdekedjan.

<sup>50</sup> <http://www.cross-innovation.eu/manifesto/featured/>

<sup>51</sup> Lämmer-Gamp, 2014 s 9.

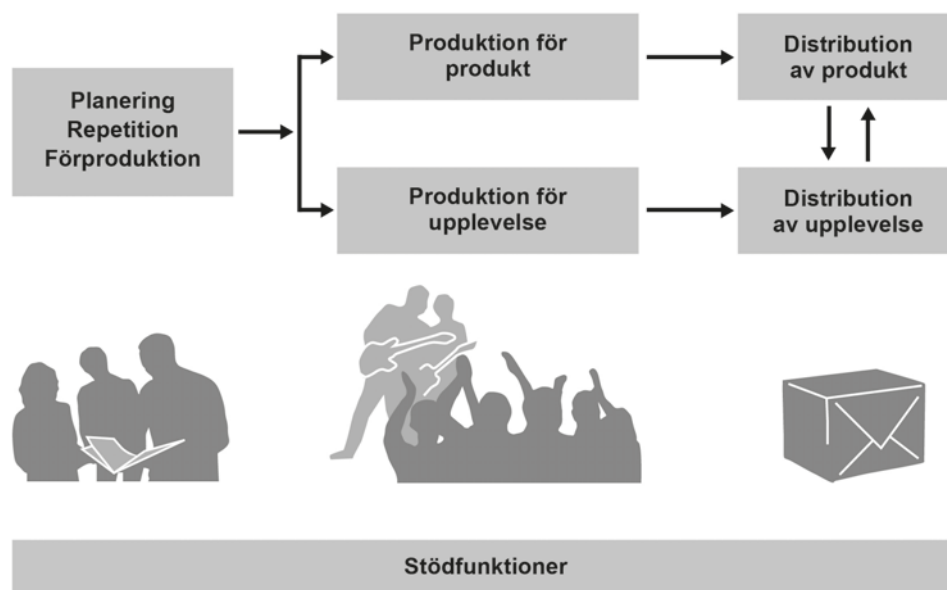
<sup>52</sup> Aktiebolag, Enskild näringsverksamhet, Enkelt bolag, Handelsbolag/kommanditbolag, Ekonomisk förening, Ideell förening, Utländsk juridisk person, Borgerlig primärkommun, Stiftelser, Landsting, Statlig enhet.

### 5.1.1 Värdekedjan för musikbranschen

Värdekedjan för musikbranschen innefattar de olika moment som krävs för att en konstnärlig idé ska förverkligas och bli en produkt eller upplevelse som kan säljas på marknaden.

Musikbranschen omfattar delbranscher och processer enligt nedanstående schema i grova drag.

Diagram 1. Värdekedja för musikbranschen



Värdekedjan kan sammanfattas av följande delar:

- **Planering/repetition/förproduktion.** Hur börjar den kreativa processen för musik? Intresse, replokaler, mötesplatser, skrivarstuga, instrumentlära, ensemblespel, gruppdynamik, inspiratörer i form av andra musiker/band/orkestrar, engagemang, musikläraren på skolan, studieförbund, etc.
- **Produktion för produkt** – Spela in, offentliggör det man har gjort. Vad behövs? Studio, tekniker, scener, publik, information om STIM och SAMI. Skivomslag, förpackning, musikförlag, grafiker, tryckerier, NCB, skivbolag, merchandise-produkter.
- **Produktion för upplevelse** – spelar låten live, bokningsbolag, arrangörer, scenisk framställning, image, kläder etc.
- **Distribution produkt** – Spotify, internethandel, iTunes etc, detaljhandel: Folk & rock, El-Giganten, m.fl. här ryms även marknadsföring och merchandise-produkter, m.m.

- **Distribution upplevelse** – *Konsertlokaler inklusive ljus och ljud. Det handlar om känslan. Atmosfär. "rätt publik är på plats", kringarrangemang, mat, doft, alkohol, krimskrams.*
- **Stödfunktioner** – *agenter, juridiska tjänster, fakturerings tjänster, turnéfordonsverksamheter.*

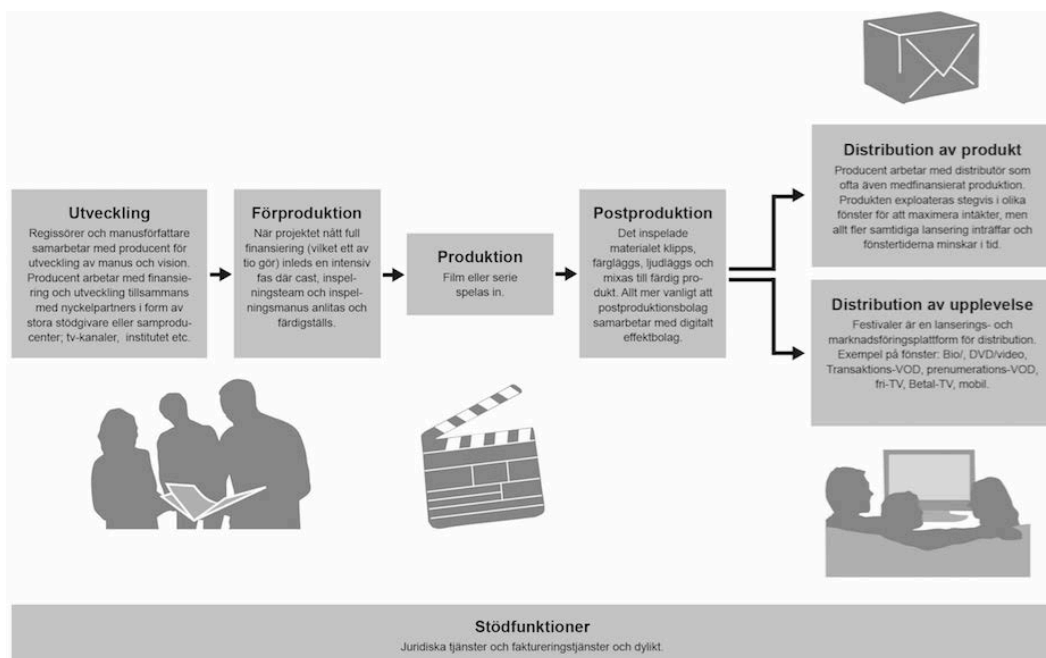
I tabellen nedan presenterar vi de SNI-koder som vi funnit att företagare inom musikbranschen i Dalarna har använt vid registrering av sina verksamheter. I praktiken finns det ingen SNI-kodserie som synliggör musikbranschen. Med början i kärnan så används SNI-koden 90010 *artistisk verksamhet*, som dock omfattar både musiker, skådespelare, dansare och andra scenkonstaktörer. När det kommer till distribution av musik spänner den mellan helt olika ekonomiska möjligheter för konsert- och festivalarrangörer i jämförelse med digital distribution som musikbibliotek (ex. Spotify) och liknande. Här används också SNI-koder överlappande med många fler verksamhetsområden.

Vidare är det värt att poängtera att befintliga kartläggningar av musikbranschen inte i tillräcklig grad räknar in mervärden som skapas genom företag som trycker tröjor, affischer, hyr ut fordon, musikaffärer som säljer backline, instrument och noter med flera. Inte heller arenorna/spelställena, bokningsbolagen, säljare och management ingår alltid i befintlig statistik, enligt vår undersökning.

### 5.1.2 Värdekedjan för filmbranschen

Värdekedjan för filmbranschen beskrivs schematiskt i nedanstående bild. Det handlar om skilja ut de olika funktioner och processer som krävs för att en konstnärlig idé ska förverkligas och bli en produkt eller upplevelse som kan säljas på marknaden.

Diagram 2 Värdekedja för filmbranschen



- **Utveckling:** *Regissörer och manusförfattare samarbetar med producent för utveckling av manus och vision. Producent arbetar med finansiering och utveckling tillsammans*

*med nyckelpartners i form av stora stödgivare eller samproducenter; tv-kanaler, institutet etc.*

- **Förproduktion:** När projektet nått full finansiering (vilket ett av tio gör) inleds en intensiv fas där cast, inspelningsteam och inspelningsmanus anlitas och färdigställs.
- **Produktion:** Film eller serie spelas in.
- **Postproduktion:** Det inspelade materialet klipps, färgläggs, ljudläggs och mixas till färdig produkt. Allt mer vanligt att postproduktionsbolag samarbetar med digitalt effektbolag.
- **Distribution av produkt:** Producent arbetar med distributör som ofta även medfinansierat produktion. Produkten exploateras stegvis i olika fönster för att maximera intäkter, men allt fler samtidiga lansering inträffar och fönstertiderna minskar i tid.
- **Distribution av upplevelse.** Festivaler är en lanserings- och marknadsföringsplattform för distribution. Exempel på fönster: Bio/DVD/video, Transaktions-VOD, prenumerations-VOD, fri-TV, Betal-TV, mobil.
- **Stödfunktioner.** Juridiska tjänster och fakturerings-tjänster och dylikt.

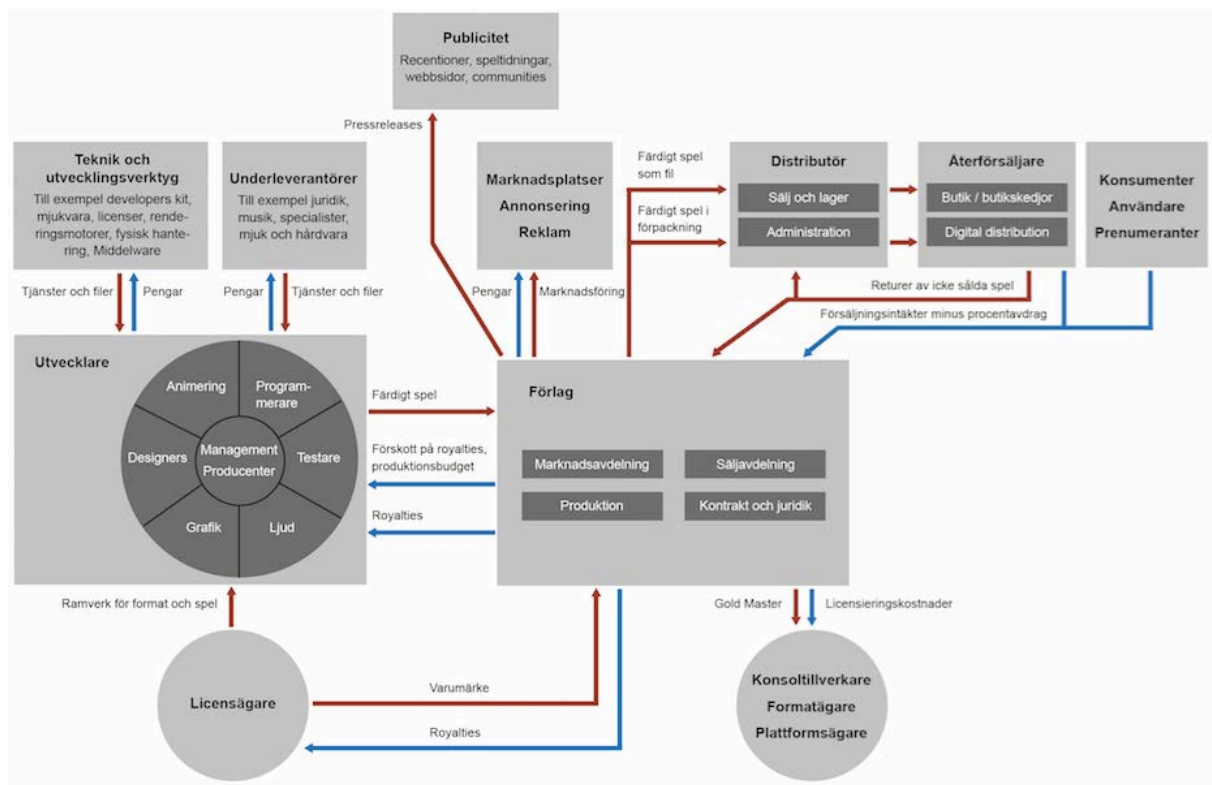
I tabellen nedan presenterar vi de SNI-koder som vi funnit att företagare inom filmbranschen i Dalarna har använt vid registrering av sina verksamheter. I praktiken finns det ingen SNI-kodsserie som synliggör filmbranschen. Med början i kärnan så används både SNI 90010 *artistisk verksamhet*, och SNI 90030 *Litterärt och konstnärligt skapande* som då inkluderar både musiker, skådespelare, dansare och andra scenkonstaktörer samt författare, manusförfattare och liknande. När det kommer till distribution av film spänner den mellan helt olika ekonomiska möjligheter för biografvisningar i jämförelse med digital distribution som filmbibliotek (ex. VOD) och Pay-per-view och liknande. Här används också SNI-koder överlappande med många fler verksamhetsområden.

När värdekedjan kartlagts är det exempelvis intressant att synliggöra var producenter återfinns, då de har relativt sett stor makt över hur inspelningsplatser väljs.

### 5.1.3 Värdekedjan för spelbranschen

Värdekedjan för dataspelsbranschen ser ut enligt nedanstående schema. Det handlar om att synliggöra de olika funktioner och moment som krävs för att en konstnärlig idé ska förverkligas och bli en produkt som kan säljas på marknaden.

*Diagram 3 Värdekedja för spelbranschen*



- **Teknik och utvecklingsverktyg**
- **Utvecklare**, designers, grafik, ljud, animering, programmerare, testare och management/producenter, omfattar allt från idé till designkoncept + art bible (4-6 veckor), och förproduktion (Pitch och så kallad "first playable" (10-14 veckor) (4 mån - 2-3 år, beroende på storlek på spel och plattform)
- **Förlag och licensägare**, sköter produktion, marknadsföring och försäljning. Spelet kan levereras i form av spel i förpackning eller som datafil.
- **Distributör**,
- **Återförsäljare**,
- **Konsoltilverkare, formatägare och plattformsägare**, levererar infrastruktur för spelande.
- **Underleverantörer/stödfunktioner** som musik, juridik, mjuk- och hårdvaruspecialister etc.

För att spelidén ska växa fram krävs olika former av praktisk kunskap. Ett spel omfattar förutom den självklara "programmeringsdelen" också kreativa processer som omfattar bland andra färg och form, dramaturgi och musik, där spelutvecklarens specifika kompetens är central för ett framgångsrikt spel.

I en fallstudie gjord av Tillväxtanalys (2011) över ett av Sveriges största spelutvecklingsbolag beskrivs dessa kärnkompetenser. "Den första gruppen består av *programmerare*. Dessa är ofta ingenjörer och har som uppgift att skapa den kod som spelet i praktiken består av. Rent innehållsmässigt består dock spelet förenklat av olika grafiska element, en spelvärld med sina egna "naturlagar" samt en handling eller skeende. Dessa element skapas av olika *grafiker* (t ex 2D- och 3D-artister) och *speldesigners*, som "regisserar" skeendet i spelet. Slutligen koordineras allt detta av en *projektledare* som har ett produktmässigt och produktionsmässigt



fokus.”<sup>53</sup> Detta sker vanligtvis inom ett och samma företag, därför skiljer sig tabellen nedan en del ifrån musikens och filmproduktionens värdekedjor.

Inom spelutvecklingen är värdekedjan i förändring. Precis som för musik sänker den digitala utvecklingen trösklar för att enskilda individer och små företag kan lansera egna produkter utan stora distributionsbolag i ryggen.

Som ses i försäljningssiffrorna har den digitala försäljningen tagit över från de fysiska spelen som spelas på spelkonsoler. Digitala spel innebär lägre produktionskostnader för speldistributörerna men också ett minskat behov av butiker som säljer dataspel. Vilka konsekvenser ses för detaljhandeln av detta?

Som vi poängterat tidigare saknas det användbara SNI-koder för att särskilja dataspelsbranschen ifrån mer traditionell programmering och datahantering. Ett tankeväckande exempel på hur Dalarna ska verka för att få spelbranschen att växa lokalt är hur Gothia Science park i Skövde arbetar. Där finns Sveriges största kluster för spelutveckling varav bland annat den mest framgångsrika företagsinkubatorn för spel. Klustret driver en tydlig linje för att spelutvecklare ska flytta till Skövde, och Sverige (Sweden game arena, 2015). En utgångspunkt för detta bör vara att det är centralt att vara på samma fysiska plats för att ge förutsättningar för kreativa processer samt att den konstnärliga kärnan etablerad på orten genererar ringar på vattnet för den lokala ekonomin.

## 5.2 Tillgänglig statistik ger långt ifrån rättvisa till branschernas betydelse

Vad gäller uppgifter om omsättning och antal sysselsatta, som är våra primärt intressanta variabler, finns sådana uppgifter endast för aktiebolag och saknas för enskilda firmor – vilka utgör en betydande del av branscherna. Men branschindelning sker genom att företagen själva väljer utifrån SNI-kodernas kategorier, och uppger företagets huvudnäring respektive eventuella binärningar. Det enskilda företagets omsättning kan sedan inte delas upp efter näringsgren.

För aktiebolag har en särskild kartläggning gjorts av Region Dalarna där uppgifter om omsättning, sysselsatta och förädlingsvärde kartlagts. Se delrapport 4 för mer detaljerad information om denna. I hela Dalarna fanns år 2014 90 aktiebolag inom musik, film och dataspelsbranscherna med en omsättning på 306 miljoner kronor. Två tredjedelar av omsättningen (200 miljoner kronor) härrörs till detaljhandeln inom elektronik genom El-Giganten, Siba och ett par till större bolag, som alla är kategoriserade under filmbranschen. Det är vår ståndpunkt att detta inte ger ett rättvisande resultat.

### 1. Tabell. Aktiebolag inom musik, film och dataspel i Dalarna, 2013

|                                        | Musik  | Film     | Dataspel | Totalt MFD |
|----------------------------------------|--------|----------|----------|------------|
| <b>Antal aktiebolag</b>                | 20     | 53       | 17       | 90         |
| <b>Totalt antal anställda</b>          | 25     | 96       | 34       | 155        |
| <b>Omsättning, totalt, tkr</b>         | 29 014 | 250 024* | 27 062   | 306 100    |
| <b>Medelvärde för omsättning, tkr</b>  | 1 451  | 4 717    | 1 592    | 3 401      |
| <b>Medianvärde för omsättning, tkr</b> | 331    | 639      | 318      | 544        |
| <b>Totalt förädlingsvärde</b>          | 8 619  | 39 373   | 17 080   | 65 072     |

\* Varav ca 80 % (200 000 tkr) utgörs av fem företag: Elgiganten Aktiebolag (50 % av totala omsättningen i filmbranschen), Siba Aktiebolag, Malung-Sälen Radio & Tele AB Åkerströms Elektriska Aktiebolag Dala Ljud & Vision AB.

<sup>53</sup> Tillväxtanalys 2011, s 24.

I tabellen nedan presenteras antalet företag utifrån verksamhetsform. För musik, film och dataspel är det aktiebolag, enskild näringsverksamhet samt handelsbolag/kommanditbolag som är de vanligast förekommande verksamhetsformerna. Totalt finns det 137 verksamheter inom musik, 135 verksamheter inom film och 33 verksamheter inom dataspel. Dessa utgör närmare 40 procent av företagen inom hela området *Innovativ upplevelseindustri*.

*Tabell 3. Antal företag och organisationer inom musik, film och dataspel-branscherna i Dalarna mars 2015.*

| Verksamhetsform                 | Musik      | Film       | Dataspel  | Övriga IU  | Totalt antal |
|---------------------------------|------------|------------|-----------|------------|--------------|
| Aktiebolag                      | 23         | 54         | 20        | 104        | <b>201</b>   |
| Enskild näringsverksamhet       | 93         | 67         | 6         | 607        | <b>773</b>   |
| Handelsbolag/<br>kommanditbolag | 19         | 11         | 7         | 43         | <b>80</b>    |
| Ekonomisk förening              | 2          | 2          |           | 21         | <b>25</b>    |
| Ideell förening                 |            | 1          |           | 7          | <b>8</b>     |
| Borgerlig primärkommun          |            |            |           | 24         | <b>24</b>    |
| Landsting                       |            |            |           | 2          | <b>2</b>     |
| Stiftelse                       |            |            |           | 2          | <b>2</b>     |
| <b>Totalsumma</b>               | <b>137</b> | <b>135</b> | <b>33</b> | <b>810</b> | <b>1 115</b> |

Landsting, stiftelser, borgerlig primärkommun samt ideella föreningar ingår inte vår målgrupp för företagande – de har en annan position i innovationssystemet. I vår lista finns också en ideell verksamhet i denna grupp, vilken vi sorterar bort i kommande tabeller.

*Tabell 4. Verksamhetsformer som andelar inom musik, film och dataspel, mars, 2015.*

| Verksamhetsform                         | Musik | Film | Dataspel | Övriga IU | Totalt antal |
|-----------------------------------------|-------|------|----------|-----------|--------------|
| <b>Aktiebolag</b>                       | 17 %  | 40 % | 61 %     | 13 %      | 18 %         |
| <b>Enskild näringsverksamhet</b>        | 68 %  | 50 % | 18 %     | 75 %      | 69 %         |
| <b>Handelsbolag/<br/>kommanditbolag</b> | 14 %  | 8 %  | 21 %     | 5 %       | 7 %          |
| <b>Ekonomisk förening</b>               | 1 %   | 1 %  | 0 %      | 3 %       | 2 %          |
| <b>Övriga</b>                           | 0 %   | 1 %  | 0 %      | 4 %       | 3 %          |

I tabellen nedan visas siffror på antalet anställda i de företag som inte är aktiebolag. Inom musikområdet är 97 procent företag utan anställda, inom filmområdet är 90 procent företag utan anställda samt inom dataspel är samtliga företag utan anställda, det vill säga de sysselsätter enbart den som driver företaget. De tre företag inom filmbranschen som har över 200 anställda är detaljhandelsföretag.

*Tabell 5. Antal anställda i enskild näringsverksamhet och handels/kommanditbolag 2013*

| Antal anställda            | Musik | Film | Dataspel |
|----------------------------|-------|------|----------|
| <b>0 anställda</b>         | 111   | 73   | 13       |
| <b>1 – 4 anställda</b>     | 3     | 5    |          |
| <b>5 – 9 anställda</b>     |       |      |          |
| <b>10 – 19 anställda</b>   |       |      |          |
| <b>20 – 49 anställda</b>   |       |      |          |
| <b>50 – 99 anställda</b>   |       |      |          |
| <b>100 – 199 anställda</b> |       |      |          |

Vidare finns statistik över anställda, men indelningen i yrken är så pass generell att nästan ingen grupp kan renodlas till musik, film eller dataspel. Totalt framgår det att 1 100 personer har en anställning i yrken som bland annat innefattar sysselsatta inom musik, film och dataspel. Observera att i modellen kulturtridenten<sup>54</sup>, som är en mer rättvisande beräkningsmodell för sysselsatta, beräknades cirka 3 000 personer vara sysselsatta i kulturyrken i Dalarna år 2007.

Tabell 6. Anställda inom yrken som ingår i musik, film och dataspelsbranscherna i Dalarna 2013, SSKY96.

| SSYK-kod      | Yrke                                                                                    | Kvinnor    | Män        | Totalt       |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|--------------|
| <b>2451</b>   | Journalister, författare, informatörer m. fl.<br>inkl. spel: Story och Script writers.* | 256        | 208        | 464          |
| <b>2453</b>   | Kompositörer, musiker och sångare inom klassisk musik, inkl.<br>spel: kompositörer*     | 52         | 47         | 99           |
| <b>2455</b>   | Regissörer och skådespelare                                                             | 5          | 8          | 13           |
| <b>2456</b>   | Formgivare, inkl. spel: Game och level designers*                                       | 44         | 34         | 78           |
| <b>3131</b>   | Fotografer, inkl. spel: Audio*                                                          | 7          | 39         | 46           |
| <b>3132</b>   | Ljud- och bildtekniker                                                                  | 4          | 31         | 35           |
| <b>3429</b>   | Övriga agenter m.fl.                                                                    | 19         | 38         | 57           |
| <b>3471</b>   | Tecknare, illustratörer, dekoratörer m.fl.                                              | 90         | 69         | 159          |
| <b>3472</b>   | Presentatörer i radio, tv m.m.                                                          | 1          | 3          | 4            |
| <b>3473</b>   | Musiker, sångare, dansare m.fl. inom underhållning                                      | 8          | 31         | 39           |
| <b>3474</b>   | Cirkus- och varietéartister m.fl.                                                       | 0          | 0          | 0            |
| <b>3476</b>   | Inspicienter, rekvisitörer m.fl.                                                        | 24         | 12         | 36           |
| <b>7312</b>   | Musikinstrumentmakare m.fl.                                                             | 0          | 1          | 1            |
| <b>7341</b>   | Text- och bildoperatörer m.fl.                                                          | 37         | 32         | 69           |
| <b>Totalt</b> |                                                                                         | <b>547</b> | <b>553</b> | <b>1 100</b> |

\* Hämtat från rapporten SPoKK – Spelproduktion och Kompetenskraven undersökning av spelindustrin utförd oktober 2010 – januari 2011, där företagen uppgett att de registrerat sina anställda på dessa SSKY-koder

År 2012 har nya SSKY-koder införts, vilket gör att följande statistik över lediga platser och arbetssökande från arbetsförmedlingen inte är jämförbar med ovanstående tabell.<sup>55</sup> I tabellen i Bilaga 4 visas att i maj månad 2015 var inga arbetssökande inom musik, film eller dataspelsyrken registrerade hos Arbetsförmedlingen i Dalarna. Två lediga platser var utlysta, en kantor och en fotograf. I riket var 1 192 registrerade arbetssökande för dessa yrken och 234 lediga platser annonserades, vilket ger starka argument på att arbeten i förmedlas via andra kanaler än arbetsförmedlingen.

Många konstnärer och kreatörer vill inte riskera att förlora tryggheten i arbetslöshetsförsäkringen som de måste fransäga sig om de startar en enskild näringsverksamhet. Därför har det byggts upp mellanhänder i branscherna i form av fakturerings tjänster. De fakturerar på uppdrag av artister/konstnärer och arvoderar dem sedan som tillfälligt anställda. Vi känner till tre sådana verksamheter:

<sup>54</sup> En modell framtagen av myndigheten Tillväxtverket (2009) läs mer i delrapport 4.

<sup>55</sup> SCB, 2015.

- *Musikförbundets fakturerings tjänst, All Music Agency.<sup>56</sup> Drygt 1 000 användare nationellt, inga uppgifter om Dalarna specifikt.*
- *Orsa musikkompanis ekonomiska förening.<sup>57</sup> Cirka 500 medlemmar nationellt, har fakturerat totalt 4,0 mkr för musikuppdrag 2013. Merparten utgör "hobbymusiker" (sic!) som har detta som sidoinkomst.*
- *Frilansfinans.<sup>58</sup>*

### 5.2.1 Förslag till förbättringar i statistiken

En övergripande slutsats är att företagsstatistiken måste förbättras för att ge en rättvisande bild, och för att på ett rättmätigt sätt användas för att sätta upp konkreta kvantitativa mål för utvecklingen av musik, film och dataspelsbranscherna. Vi menar att regionen på något sätt bör ta ett helhetsgrepp om att upprätta och underhålla ett uppdaterat företagsregister som omfattar företagets position i respektive värdekedja, samt göra särskilda datainsamlingar för att fånga upp fler uppgifter om den stora andel enskilda näringsverksamheter som det idag inte finns någon tillförlitlig information om gällande anställda och omsättning, etc.

Vid en genomgång av företagslistan blir det tydligt att företag som vi vet är verksamma inom branscherna i Dalarna saknas. Det finns flera anledningar till detta:

- Merparten av företagen är enskilda näringsverksamheter och för sådana är inte uppgifterna kompletta vad gäller omsättning och anställda.
- Företagare som är verksamma i Dalarna men är skrivna på annan ort saknas också i registret. Detta är ett fel som är svårt att åtgärda, men viktigt att ha med sig, då det skapar ekonomiskt läckage för regionen. Motsvarande gäller förstås om det finns företag registrerade i Dalarna med verksamhet utanför länet – men detta ger ett reellt ekonomiskt tillskott till regionen och är därför i praktiken ett delikat problem.
- Företagarna har ofta flera syften med sitt företag och i de fall de har valt att uppge sin huvudnärning i en "icke-kultur"-bransch och sin kulturverksamhet som en binärning så ingår de inte i vårt uttag. Ex. om någon är musiker och skogsägare kan skogen ha uppgetts som huvudnärning och artistisk verksamhet som binärning.
- SNI-koderna omfattar bredare definitioner än vad vi önskar analysera. Exempelvis omfattar SNI90010 Artistisk verksamhet, de flesta av konstnärerna i den konstnärliga kärnan så som musiker, skådespelare och dansare men även bildkonstnärer, det går därför inte att räkna på denna grupp som verksamma inom musikbranschen, då en viss andel hör till andra branscher enligt vår branschindelning. I Region Dalarnas kategorisering ingår hela SNI-koden i Konst-kategorin varvid musiker och sångare inte alls räknas med i siffrorna för musik-branschen.
- Också för spelbranschen vill vi understryka att specifika SNI-koder som synliggör de företag som utvecklar data- och tv-spel inte finns. Dessa företag registreras på SNI-koder som inbegriper alla former av företag som sysslar med dataprogrammering etc.
- Genom ett stickprov har vi sökt på arrangörer och konsertlokaler och kan konstatera att de i många fall inte heller är registrerade på SNI-koder som ligger inom Region Dalarnas och tidigare KKN-kartläggningars definitioner. Ex. finns musikarrangörer i Dalarna registrerade på SNI94990 Verksamhet i andra intresseorganisationer. Och ljus- och ljudproducenter som hyr ut utrustning är registrerade på SNI77190 Uthyrning och leasing av övrig utrustning och övriga maskiner och materiella tillgångar.

<sup>56</sup> All music agency, [www.ama.se](http://www.ama.se).

<sup>57</sup> Orsa musik, [www.orsamusik.se](http://www.orsamusik.se).

<sup>58</sup> Frilansfinans, [www.frilansfinans.se](http://www.frilansfinans.se).

- Vår slutsats om Region Dalarnas undersökning av aktiebolagen inom Innovativ upplevelseindustri är att den inte bidrar till den nulägesbeskrivning av branscherna som vi behöver för att kunna göra prognoser och sätta mål för vilka effekter föreslagna insatser kan väntas ge.

Centralt att ta med sig när det gäller positiva effekter av ökad sysselsättning är att det är den kommun som personen är mantalsskriven eller där dess firma är registrerad som får de positiva effekterna av sysselsättningen. När dagbefolkningen (de som arbetar på en ort) är större än nattbefolkningen (de som är mantalsskrivna på en ort) är det risk för ett utflöde av pengar från orten.

Vidare framgår det ändå i vår kartläggning hur central den kreativa och kulturella kärnan är inom samtliga tre områden för regional utveckling. Det är tydligt att det finns många registrerade företag inom branscherna men med ett fåtal anställda. Det kan ha många förklaringar, men signalerar att det i de flesta fall inte finns några större resurser att investera i långsiktiga funktioner som kontorslokaler och konferensrum, etc.

I samband med detta bör vi också överväga betydelsen av de senaste decenniernas utveckling på arbetsmarknaden<sup>59</sup> som lett många kreatörer till att mer eller mindre tvingas att bli företagare och entreprenörer, vilket i många fall står i motsättning till möjligheten att fokusera all sin tid på det kreativa arbetet. Många kreatörer kallar sig idag *den ofrivillige företagaren*. Mot bakgrund av ekonomisk teori kan det vara ett reellt problem som skapar ineffektivitet på marknaden. Göteborgs stad har i en kartläggning av fria scenkonstaktörer<sup>60</sup> i regionen kommit fram till att dessa är ”multikompetenta aktörer”. Deras kompetensutveckling går således i riktningen att breddas i stället för det faktiska behovet av *specialisering* som den ekonomiska utvecklingen förespår. Kreatörerna blir i systemet generalister, vilket i praktiken stjälar tid från deras specialitet. Ambitionen är att öka friheten för utövaren men risken är att det blir inlåsningseffekter och ineffektivitet genom generaliseringen. Att ineffektivitet är en effekt av systemet framgår i flera av de inkubatorsprocesser som vi har studerat. Vi har därför med oss detta som en av de utmaningar som den framtida föreslagna verksamheten bör motverka.

Också Region Dalarna har tagit upp ett delproblem av denna aspekt i rapporten *Starka Dalarna* (Region Dalarna och Landstinget Dalarna, u.å. s. 20). Där konstateras i ett exempel att ”(K)onstnärer som arbetar ensamma skulle få större effekt genom gemensam marknadsföring”. Marknadsföring är en av de utmaningar som vårt förslag är tänkt att lösa.

Vidare saknas det intresseorganisationer och klusterorganisationer. Vi har ett flertal på nationell nivå, men när det kommer till representanter som kan ingå i klusterbildning/nätverk på regional nivå saknas initiativen i dagsläget. En konsekvens av regionala organisationer är att det inte finns några naturliga mötesplatser för respektive bransch, som annars skulle kunna vara en katalysator för utveckling och en arena för konvergens och cross innovation.

Som så tydligt framgår av forskning om innovationer och utveckling är de öppna mötesplatser med en tolerant och tillåtande atmosfär och tillgång till teknologi som lägger grunden för innovationer och därmed cross innovation.

<sup>59</sup> Utvecklingen i liberal riktning har inneburit att var och en förväntas ta ett större individuellt ansvar för de funktioner som omfattas av public goods-problematiken, se ovan. En ökad ”frihet” kan motsägelselfullt medföra inlåsningseffekter som exempelvis att fler och fler blir egenföretagare som ett sätt att ta betalt – utan att nödvändigtvis vara affärsdrivna. Kunskapsgeneraliseringen kan skapa negativa effekter för individen men även för ekonomin, bland annat genom motverkande mekanismer till den eftersträvarsvärda specialiseringen. Men det kan även få effekter som sämre arbetsvillkor/arbetsmiljö.

<sup>60</sup> Fria aktörer är konstnärer som verkar genom egna företag/eller ideella/ekonomiska föreningar, och ej är anställda eller knutna till de offentligt finansierade institutionerna.

Vidare visar vi i avsnitt 3 att den kreativa kärnan är en viktig del av drivkraften i det lokala näringslivet. Det har exempelvis spelutvecklingsklustret i Skövde, Sweden game arena, tagit fasta på. De har som ett delprojekt att få spelutvecklare att fysiskt flytta till Skövde och inte bara vara en del av klustret runt dataspel via virtuella kontakter. Inflyttning skapar både ökad lokal ekonomisk omsättning och ger framförallt fler kontaktytor mellan de skapande och kreativa personerna när de ingår i ett mindre samhälle och kan mötas både organiserat och spontant på olika sätt.

Utgör företagen inom musikområdet i Dalarna en kritisk massa? Detta är en central frågeställning som vi inte kunnat gå till botten med på grund av den bristfälliga statistiken. Med en kritisk massa föreställer vi oss att det finns ett underlag av företag som har förutsättningar att starta branschorganisationer och embryon till kluster. Läger vi däremot samman musikbranschen med film- och spelbranscherna, menar vi att vi får en rimligare mängd företag med tillräckligt gemensamt för att göra dessa investeringar från offentligt håll.

### **5.3 Mötesplatser och infrastruktur för musik, film och dataspel samt KKN i Dalarna**

I Dalarna finns en tradition av klusterutveckling på initiativ av regionen. Dalarna var tidigt ute med att främja klusterbildningar inom stålindustrin, för besöksnäringen, och inom energi- och miljöteknik. Även Dala Sports Academy är början till ett kluster för sport- och hälsoområdet.

Då företagen inom musik-, film-, och dataspelsbranscherna är små, skulle de i hög grad gynnas av aktiva intresse- och branschorganisationer som kan bygga en gemensam klusterorganisation. Intresseorganisationer kan bidra genom att sprida goda exempel, förmedla kontakter och representera branscherna i samtal med offentliga aktörer, bland annat.

Hur ser det då ut i Dalarna med intresseorganisationer som grund för att bygga kluster? Hur ser samspelet mellan företag och befintlig kunskapsinfrastruktur/forskning, och vilken utbildning finns som levererar kompetent personal till företagen. För musik-, film-, och dataspelsbranscherna bör vi ta både ett regionalt som ett nationellt och internationellt perspektiv.

Några av de befintliga mötesplatser och anläggningar vi identifierat är Magasinet (Falun), Högskolan Mediahuset (Falun), Tension huset (Falun), Avesta Art (Avesta), Tingshuset i Leksand som är under uppbyggnad, men med fokus på föreningslivet snarare än branschen (Leksand), Wallinhuset (Borlänge). Ytterligare miljöer med potential finns och det är vår mening att goda möjligheter egentligen finns i alla Dalakommuner. Liknande förslag på Kreativa hus har tidigare presenterats i KKNII-projekten, men ingen har genomdrivit dessa förslag fullt ut.

#### **5.3.1 Fysiska miljöer för kreatörer i Borlänge och Falun**

Följande miljöer är viktiga för branscherna men erbjuder inte allt som branscherna i praktiken behöver, särskilt avseende företagstjänster som kontorsplatser och möteslokaler etc.

Vi ser tre övergripande behov:

- Infrastruktur för planeringsarbete och kontorsarbete
- Infrastruktur för produktion
- Infrastruktur för visning

För dessa processer är Kreativa hus vår förebild, som rymmer både kontorsplatser, mötesrum och konferensrum. Det medför förutsättningar för både oplanerade spillover-effekter och planerade cross-innovation-effekter mellan branscherna inom KKN och mellan KKN och övriga branscher om det finns arenor för kontakter, både organiserade och oplanerade.

Denna sammanhållna typ av infrastruktur saknas i dagsläget i Dalarna.

I Dalarna har vi en inspelningsstudio för musik av mycket hög kvalitet i Wallinskolan i Borlänge. Studioen blir under hösten 2015 tillgänglig för branschen att hyra på marknadsmässiga villkor.

Arrangörer av musik är oftast lokalt förankrade ideella föreningar som i stort drivs av ideella krafter. När det gäller populärmusiken specifikt är festivaler det starkaste ”visningsfönstret” i Dalarna med en växande flora av festivaler. För festivaler är rätt stöd från kommunen vad gäller tillstånd och säkerhetsfrågor och dylikt centralt. Större konserter arrangeras i Dalhalla, Magasinet Falun och på Liljan i Borlänge. I detta sammanhang vore regionala turnéslingor värdefullt för oetablerade band att organisera.

Biografnätet fick en rejäl skjuts när merparten av biograferna övergick från analogt till digitalt format år 2012. Digitalt format minskar handhavandekostnaderna avsevärt och gör visningen mer flexibel, vid stort intresse kan den visas i flera salonger med snabb överflyttning och vid lägre intresse än väntat kan den bytas ut snabbare än med föregående teknik.<sup>61</sup> Att streama live-framträdanden till exempelvis biosalonger är också ett sätt att öka publiken till särskilt populära arrangemang.

Inom dataspel är LAN ett populärt arrangemang som kräver större lokaler och datatrafikkapacitet, något som saknas i Dalarna idag.

En genomgång av befintliga miljöer i Borlänge och Falun:

**Wasabryggeriet Borlänge** är en förening för kulturlivet i Borlänge, lokaliserad i Wasabryggeriet i Borlänge. Ambitionen är att driva en öppen scen för annorlunda smal musik, spoken word eller annan kulturell verksamhet såsom målning och kroki. Föreningen hyr även ut lokaler till kurser med musik, konst, dans mm.

**Wallinskolan i Borlänge** en f.d. grundskola i centrala Borlänge som under Boom-Town-projektet byggdes om till ett hus för musik-utbildningar som bland annat huserar en inspelningsstudio i världsklass. Wallinskolan kan med enkla medel utvecklas till ett Kreativt Hus, som skulle kunna bli ”huvudhuset” för en rad Kreativa Hus i länet med kreativa ambassadörer inom musik- film- och dataspelsområdet. Genom den befintliga tekniska infrastrukturen har Wallinskolan potential att också bli en nod för musiker med internationell attraktionskraft.

**Bergsténska i Falun** är en kulturförening som håller med verksamhetslokaler för flertalet konstnärer och musiker. Här arrangeras utställningar, konserter och andra arrangemang. Bergsténska bildades av kulturaktiva, som utbildat sig på Högskolan Dalarna och ville stanna i Falun.

**Gamla Brandstationen, Falun** Gamla Brandstationen AB ägs av Strålin foto och Fotograf Ulf Palm AB. För närvarande är ett 30-tal tjänsteföretag, de flesta i mediebranschen inhysta i företagshotellet. Just strukturen med företagshotell kan ge förutsättningar för nätverkande och samverkan mellan företagen.

**Tension / PlaygroundSquad, Falun** ägs och drivs av Tension City AB. Här bedrivs framförallt yrkeshögskoleutbildningen PlaygroundSquad, men även ett 20-tal tjänsteföretag är inhyrda i huset totalt är ca 120 personer verksamma i huset. Också här är samverkan och nätverkande en viktig del i verksamheten.

---

<sup>61</sup> Dagens Nyheter, 2014-02-08 *Biografer får ny kick av digitalisering* <http://www.dn.se/kultur-noje/film-tv/biografer-far-ny-kick-av-digitalisering/>

**Magasinet Falun**, Magasinet drivs av Kulturföreningen Magasinet i en projekt- och resultatinriktad arbetsform, och är en arena för konserter, utställningar, teater, dans och ”såväl fysiskt som mentalt mingel” och fungerar som en länk mellan kultur, samhälle och näringsliv.

Vidare pågår ett arbete i Falun med att etablera ett nytt KKN-hus som kan tillgodose samtliga de behov vi identifierat för branscherna så som en öppen innovativ miljö där det går att träffas och utbyta erfarenheter, mixat med företagande, utbildning, seminarier och utställningar.

### 5.3.2 Kluster inom musik

Vår kartläggning visar att det saknas branschorganisationer inom musikområdet, det som finns är en handfull fristående **musikföreningar** som är kopplade till MoKS eller Kontaktnätet regionalt.

BoomTown-projektet som nämnts tidigare i rapporten hade som syfte att bland annat bygga ett kluster för populärmusik i Dalarna, och pågick mellan åren 2001-2014. I en följeforskningsutvärdering av Boom Town-projektet konstateras att kluster har som syfte att gynna företagen i branscherna och bör därför drivas av branscherna själva, men med stöd av offentliga insatser i den mån det behövs. Rapportförfattare Lundgren framhåller att kluster svårtligen kan bildas och drivas enbart genom offentliga verksamheters insatser och vad gäller Boom Town så blev detta en reell stötesten.

Lundgren skriver i rapporten som rekommendation för fortsatt utveckling av Boom Town att ”(F)lera aktörer måste involveras och att någon förmår axla rollen som klustermotor. Det behövs även mer av infrastruktur, till exempel framstår en uppspelningshall och ett företagshotell som viktiga komponenter. För att klara detta framstår det som nödvändigt att verksamheten under ytterligare en tid behöver stöd av offentliga medel. För att Boom Town ska kunna ta rollen som klustermotor är det också nödvändigt att flertalet av regionens musikaktörer, framför allt i det skapande och producerande leden, sluter upp bakom en sådan tanke.”<sup>62</sup>

Rapporten sätter fingret på vad det offentliga kan göra i form av att fylla behov av infrastruktur och mötesplatser, och även vara en katalysator för klusterbildning, förslag som vi tagit hänsyn till i denna studie. Samtidigt skickar den med oss att offentlig verksamhet inte kan vara den drivande kraften i ett klusters kontinuerliga verksamhet, den kraften måste finnas hos medlemsföretagen för att kunskapsutbyte och synergier ska uppstå. Lundgren efterfrågar i rapporten specifikt en intresseförening för musikområdet som kan fungera som just klustermotor.<sup>63</sup>

I våra samtal med populärmusikbranschen har vi uppfattat att intresset för ett branschråd, som klustermotor, fortsatt är svalt. Som vi visat i värdekedjan för musik så är det också en spretig samling företag, vilket vi tror är den centrala anledningen till att det inte tidigare lyckats med att samla och inte nu heller lyckats inspirera hela populärmusikområdet att skapa en intresseorganisation. Vi har däremot under arbetet med förstudien fokuserat på företag inom enskilda delar av värdekedjan med större gemensamma intressen och börjat med att knyta ihop tekniker som arbetar inom musikområdet. De har bjudits in till Wallinskolan i ett par möten för att förevisa dem vilka resurser som finns där och förmå dem att samla sig. Så har också skett och *Teknikeralliansen* är i uppstartningsfasen med ca 15-20 medlemmar.

---

<sup>62</sup> Lundgren och von Schantz Lundgren, 2011, s 34.

<sup>63</sup> Lundgren och von Schantz Lundgren, 2011, s 34.



### 5.3.3 Kluster inom film

Film i Dalarna fungerar som ett löst kluster, men i stort saknas det infrastruktur för filmbranschen i Dalarna. I ett strategiförslag från Borlänge kommun föreslogs att en lokal filmkommissionär skulle tillsättas för att främja filmbranschen, men förslaget har inte realiserats. Som tidigare beskrivits finns det också ett befintligt kluster för företag inom postproduktion: Galaxy postproduction. Det drivs av en ideell förening som ägs av företag i branschen, men går på sparlåga i nuläget vad vi förstått.

Således skulle även filmbranschen behöva ett mer organiserat branschstöd.

### 5.3.4 Kluster inom spel

På Tension Graphics i Falun finns en miljö baserad i både utbildning och företagsutveckling och med flera företag inom spelindustrin på plats. Vi uppfattar Tension som en av Sveriges få kluster inom dataspel. Med utgångspunkt i företaget drivs yrkeshögskola och företagsinkubator och i samma hus finns även verksamma företag inom dataspelsbranschen. Tension har i tidigare projekt testat metoder och funnit lite nya vägar för att skapa bättre förutsättningar för att etablera nya företag men också föreningar inom spelindustrin i Dalarna. Dock behöver också denna miljö bli större och nå ut till fler delar av Dalarna för att skapa den kritiska massa av företag som både kan behålla studenterna från Playground Squad och skapa inflyttning till orten.

## 5.4 Det offentliga stödsystemet i Dalarna

Vi har i tidigare avsnitt förklarat varför det är motiverat att använda skattemedel till konst- och kulturverksamheter i allmänhet, och vilka motiv som ligger bakom satsningar på musik och film i synnerhet. Ett av våra primära uppdrag i denna förstudies arbete har varit att undersöka den befintliga stödstrukturen för KKN-företag i Dalarna och i kommunerna, och med ett särskilt fokus på musik, film och dataspelsbranscherna förstås. Det offentliga stödsystemet på regional och lokal nivå handlar framförallt om vilka resurser, i form av pengar, tid och reellt kapital/infrastruktur som tillhandahålls branscherna. Utbildning är givetvis också en del av det offentliga stödsystemet.

Statistik över offentliga utgifter för kultur från kommuner, landsting/regioner respektive staten förs på nationell nivå. I statistiken är det dock svårt att sortera ut de branscher vi fokuserar på. Därtill ser vi ett behov av att samla resurser från olika förvaltningar, både kulturförvaltningar som näringslivsförvaltningar och utbildningsförvaltningar ger ju i praktiken olika typer av stöd till kulturlivet.

### 5.4.1 Borlänges respektive Faluns kommuner

Genom kulturförvaltningarna förmedlar Dalarnas kommuner cirka 2,3 procent av sina totala utgifter (netto) till kulturområdet, år 2013. Borlänges kommun lägger 2,1 procent och Falu kommun 2,2 procent av nettoutgifterna. Orsa är den kommun som lägger störst andel, 3,0 procent och Vansbro och Smedjebacken lägger minst andel, 2,0 procent.<sup>64</sup> Tabeller presenteras i bilaga 3. Utgifterna omfattar bibliotek, studieförbund, kultur/musikskola och allmän kulturverksamhet. Dessa utgör således snarare ett stöd till föreningsliv och utbildning än direkt till branscherna, även om branscherna får en stor del av kakan indirekt genom exempelvis sysselsättning i kulturverksamheter och uppdrag för ljudteknik, med mera.

Både Borlänge och Falun lägger således drygt 1 000 kronor per invånare och år på kultur, det vill säga, bibliotek, studieförbund, kultur/musikskola och allmän kulturverksamhet. Falun lägger cirka 1 900 kronor per invånare på fritid och Borlänge cirka 1 400 kronor per invånare

<sup>64</sup> Myndigheten för kulturanalys, 2014.

på fritid. Båda kommunerna ligger under det regionala genomsnittet för kultur och över genomsnittet för fritid. Av dessa övergripande siffror är det dock svårt att dra några konkreta slutsatser.

Som framkommit i ovanstående exempel och forskning finns det ett antal insatser som visat sig behövas och vara väl fungerande för offentlig verksamhet att kanalisera sitt stöd till branscherna på lokal eller regional nivå. Vi har ställt frågan men inte kunnat utkristallisera vilka resurser som Borlänge respektive Falu kommun idag lägger på KKN i allmänhet och på musik, film och dataspelsbranscherna i synnerhet.

Däremot finns ett antal intressanta miljöer för branscherna samt ett antal tidigare arbeten med kartläggnings- och strategiarbeten i både Borlänge och Falun. Dessa presenteras i Bilaga 2 *Erfarenheter av tidigare insatser inom KKN-området*, där sammanfattningar av både regionala och kommunala utredningar ges. I Borlänge presenterades år 2013 en förstudie med syftet att föreslå hur KKN-branscherna kan bli en dragkraft för utvecklingen av Borlänges lokala ekonomi. Tankegångarna i rapporten har tagits vidare i detta projekt, med fokus på musik, film och dataspel.

Falu kommun har i ett tidigare förstudiearbete skissa på en etablering av mötesplatser och kluster för KKN, och lanserat en sida på kommunens hemsida med en sammanställning av finansierings- och rådgivningsmöjligheter samt metoder som kan vara användbara för den som redan har startat, eller vill starta projekt eller företag inom KKN. Hur har sidan förvaltats sedan våren 2014? Sidan finns inte längre kvar men ligger i linje med de behov som vi ser för branscherna. Vi ser det som mycket viktigt att hitta en mer central plats för informationen, exempelvis en Dala-portal eller liknande.

#### **5.4.2 Region och landsting – regionalt ansvar och förankring i styrdokument**

Som tidigare konstaterats är det generellt svårt att sortera ut området musik, film respektive dataspel i statistiken. Därtill handlar det om att få belopp från flera förvaltningar – kultur, näringsliv och utbildning. Vi fokuserar här istället på ansvar och strategidokument.

Musik, film och dataspel kopplar också till det regionala strategiarbetet genom Dalastrategin och Kulturplanen. Region Dalarnas *Handlingsprogram för näringslivsutveckling* är tidsmässigt utdaterad, men stämde väl överens med förslagen som vi lägger fram för musik, film och dataspel, genom fokus på innovativa miljöer, entreprenörskap, kompetensförsörjning, tillgänglighet.<sup>65</sup>

Landstinget Dalarna har kartlagt förutsättningar för ett rikt kulturliv samt formulerat en övergripande strategi för kulturinsatser 2013 – 2015 i dokumentet *Kulturen i Dalarna – En enhet av mångfalder*. Syftet med kulturplanen 2013-2015 är att ge riktlinjer för den nya statliga samverkansmodellen vilket blir ett politiskt styrdokument för det kulturella utvecklingsarbetet. Samverkansmodellen innebär att de statliga medlen till kultur inom en region ska fördelas i samråd med regionen, och inte som tidigare när myndigheter beslutade utan att ta lokal eller regional hänsyn. Utgångspunkten för resursfördelningen är att regionerna, i samverkan med kommuner och efter samråd med det professionella kulturlivet och civilsamhället, ska utarbeta kulturplaner som grund för prioriteringar. Myndigheten för kulturanalys gör dock bedömningen att det övergripande syftet till stor del handlar om att ”upprätthålla den institutionsbaserade infrastruktur som byggts upp runtom i Sverige”, vilket innebär att inga större omprioriteringar kan väntas.<sup>66</sup> Samverkansmodellen ställer krav

<sup>65</sup> Region Dalarna och Länsstyrelsen Dalarna 2011.

<sup>66</sup> Myndigheten för kulturanalys 2013, s 81.

på samråd med det professionella kulturlivet vilket ger intressanta följare i fråga om hur kulturlivet kan representeras då starka branschorganisationer delvis saknas.

Kulturplanen tillsammans med Region Dalarnas analys av Dalarnas styrkor i rapporten *Starka Dalarna – beskrivning av Dalarnas styrkor, möjligheter och framtidsutsikter*, ligger till grund för Region Dalarnas utvecklingsstrategi fram till år 2020, *Dalastrategin – Dalarna 2020*.

I kulturplanen framhålls framförallt följande som särskilt prioriterat:

- ”Samverkan med det fria kulturlivet, med folkbildningen, mellan statlig-regional-kommunal nivå, mellan professionella och amatörer och mellan konstgenrer.
- Utveckling av kulturarvet
- Kulturella mötesplatser, fysiska och digitala
- Nyskapande kultur
- Barn och ungas rätt till kultur
- Kulturens koppling till besöksnäring och näringsliv
- Tillgänglighet, jämställdhet och integration
- Behovet av fria kulturmedel”

Tre av dessa punkter berör vår förstudie extra tydligt, anges understruket ovan, och näringslivskopplingen återkommer i planen på flera sätt:

- ”Kultur ska vara en kraft i att främja regional utveckling i samverkan med näringsliv och besöksnäring”
- ”Barn och unga ska ha möjlighet att delta i ett tillgängligt, kvalitativt och brett kulturutbud samt kunna utveckla sitt eget skapande.”
- ”Skapa förutsättningar för att yrkesverksamma inom filmområdet kan utvecklas, bo och verka i Dalarna. ”Utveckla filmområdet genom nationella och internationella projekt.”

Näringslivsperspektivet återkommer sedan i Dalastrategin:

- ”Dalarna är en region som genom kulturens kraft driver fram ny utveckling för samhälle och näringsliv.”
- ”Dalarna är landets bästa region för unga där ungas drivkraft tas tillvara med en tydlig plats i tillväxtarbetet ”
- ”Ett rikt kulturliv är även av stor betydelse för länets utveckling och attraktivitet både genom egen kraft och genom att bidra till nya kopplingar mellan närings- och kunskapsområden. Kulturella och kreativa näringar har t.ex. en ökande betydelse för sysselsättning och ekonomi i Dalarna.”
- ”Dalarna tar vara på landsbygdens attraktionsvärden och tillväxtpotential och ser sina unika natur- och kulturmiljöer som en tillgång för både lokal och regional utveckling”
- ”Dalarna äger ett av de absolut starkaste regionala varumärkena i landet. Detta är en ovärderlig tillgång för att lyfta fram Dalarnas positiva särskildhet gentemot omvärlden.”

I kulturplanen får vi stöd i våra konkreta förslag genom att kulturplanen framhåller behovet av kulturella mötesplatser, både fysiska och digitala. Vi tolkar att målgruppen för mötesplatserna omfattar alla, från professionella till amatörer och konsumenter.

På regional nivå är det landstingets fristående verksamheter Musik i Dalarna respektive Film i Dalarna som har ett regionalt uppdrag att arbeta kulturpolitiskt med respektive område. Vi kan konstatera att motsvarande uppdrag för dataspelsområdet idag saknas.

Detsamma gäller konsulenter som fyller en viktig funktion regionalt. Det finns musik- och filmkonsulenter i Dalarna men ingen dataspelskonsulent. I Gävleborg ha de löst detta genom att tillsätta en "Cross media" konsulent.

#### **5.4.2.1 Musik i Dalarna**

Musik i Dalarna är en stiftelse med Landstinget Dalarna som stiftare och huvudman, och har som uppdrag är att stärka Dalarnas identitet som musiklän genom att bedriva både verksamhet och påverkansarbete för att stödja kvalitet, bredd och nya genrer. Av historiska kulturpolitiska skäl har Musik i Dalarna fokuserat på konstmusik, folkmusik och jazz. Verksamheten omfattar professionella konsertproduktioner på stora och små scener i hela Dalarna, med särskild vikt på att barn och unga i hela länet ska få ta del av ett varierat utbud av levande musik med hög kvalitet och genrebredd. Barn och unga ska också ges möjlighet att utveckla sitt eget skapande genom samarbete med musikutbildningar och kulturskolor i Dalarna. Barn och unga ska ges möjlighet att delta i regionala, nationella och internationella musiktävlingar/evenemang. Unga musiker ska ges möjlighet att möta och uppleva professionella musiker samt själva framträda i olika sammanhang. Musik i Dalarna ska också bedriva utvecklingsarbete genom att utveckla och förnya festivaler och evenemang i samarbete med lokala arrangörer, kommuner och andra län, stödja Dalarnas musikarrangörsnätverk och vidareutveckla det internationella utbytet på musikområdet, och på andra sätt stimulera det lokala musiklivet och samarbetet med kultursektorn, föreningsliv, näringsliv och turism för att tillsammans bygga ett Dalarna med ett kulturklimat som lyser vida omkring. Musik i Dalarna är ansvarigt för Dalasinfoniettan med finansiering från Statens Kulturråd, Landstinget Dalarna och Dalarnas 15 kommuner.

Numera är Musik i Dalarnas uppdrag enligt följande från de största bidragsgivarna:

- Musik i Dalarna ska utveckla samarbetet inom ramen för Musiksamverkan och länets övriga kulturinstitutioner
- Bredda länsmusikuppdraget att gälla fler genrer
- Utbilda och stödja länets musikarrangörer
- Utnyttja modern teknologi för produktion och distribution

Vi drar slutsatsen att uppdraget numera inkluderar ett ansvar också för populärmusiken. I våra kontakter med Musik i Dalarna och vår analys av dess verksamhet står det klart att populärmusiken inte har en ordinarie plats i Musik i Dalarnas verksamhet. Vi ser därför en öppning för att Musik i Dalarna tar ett helhetsansvar också för populärmusiken, helst i samarbete med befintliga verksamheter inom framförallt studieförbunden.

Ett viktigt steg i det arbetet är att fortsätta driva Dalecarlia Music Awards som nu har arrangerats två gånger. Vi uppfattar att det är en central funktion för att samla och stärka, främst, populärmusikbranschen, men här kommer även film och dataspel att ha en naturlig plats genom regi av musikvideos musik till dataspel, etc.

Enligt uppdraget för Musik i Dalarna är ambitionerna att fler genrer ska omfamnas av verksamheten, men det är vår uppfattning att kulturplanen specifikt är otydlig vad gäller just populärmusikens plats i Dalarna.

#### 5.4.2.2 Film i Dalarna, ett av 19 resurscentrum för film

Det finns idag 19 regionala resurscentrum i Sverige, däribland Film i Dalarna, som bland annat arbetar med utveckling av filmpedagogisk verksamhet, visning av film och talangutveckling.<sup>67</sup> Stödet till regionala resurscentrum för film ingår i den så kallade Samverkansmodellen, vilket gett att landstinget delfinansierar Film i Dalarna, med ca 4,2 mkr per år.

Film i Dalarna genomförde en förstudie med stöd av Region Dalarna år 2013, i samband med produktionerna ”Hallåhallå” och ”Den fördömde” om filmens effekter i en kommun.<sup>68</sup> Det blev startskottet för nya idéer på hur hela regionen borde utveckla och nyttja filmbranschen. Filmen ”Trevligt folk” är ett bra exempel på hur kultur, näring, integration och bildning kan sammanstråla i en filmproduktion till gagn för en region.

Insatser som har en reell påverkan på filmbranschen lokalt och kan påvisa regionalekonomiska effekter är just lokaliseringen av inspelningen. De fyra regionala produktionscentrum som samproducerar långfilmer och tv-serier, Film i Skåne, Film i Väst, Filmregion Stockholm-Mälardalen och Filmpool Nord har alla det övergripande syftet att samproducera inspelningar som förläggs lokalt och därigenom stimulerar det lokala näringslivet i allmänhet och den regionala filmbranschen i synnerhet.



För mer information om respektive produktionscentras finansiering och verksamhetsmål, se delrapport 2.

Film i Dalarna har fokus på filmkulturella insatser samt målgruppen barn och unga. I Kulturplanen står det även tydligt att det också ska finnas ett fokus på att ”skapa förutsättningar för att yrkesverksamma inom filmområdet kan utvecklas, bo och verka i Dalarna” vilket ställer tydliga krav på regionala insatser för hela filmbranschen. De nationella erfarenheterna av effekter av filmproduktionscenter bör innebära att kulturplanens mål i praktiken ger stöd för att etablera ett produktionscenter för film i Dalarna och där en regional filmfond kan vara finansiär för samproduktion av film lokalt. Här bör också projektet *Galaxy of postproduction* som nu är på sparlåga bli en central pusselbit för att bygga en bransch regionalt.

<sup>67</sup> Svenska Filminstitutets hemsida.

<sup>68</sup> Film i Dalarna, 2013.

Dessvärre motarbetas målsättningarna i Kulturplanen av att alla länets renodlade medieutbildningar på gymnasienivå lades ner 2012 med effekten att på Högskolan Dalarnas medieutbildningar flyttar nio av tio studenter till tätort direkt efter examen.

#### **5.4.2.3 Spel på regional nivå**

Precis som populärmusikens frånvaro i kulturplanen så saknas även dataspel i den regionala kulturplanen. I kulturplanen nämns dataspel endast i samband med affärsutveckling som bedrivs genom inkubatorsprocessen på Stiftelsen Teknikdalen, därutöver nämns inget förslag om hur ett regionalt utvecklingsansvar för dataspelsutvecklingen kan tas av en offentlig aktör.

#### **5.4.2.4 Konsulenter på regional nivå**

I Sverige finns en tradition av att landstingen har konsulenter anställda för att arbeta för de olika konststartsområdena på regional nivå. Konsulenterna är främst inriktade på att förmedla kultur till skola och utbildningsinstanser men blir både en funktion som kan stödja barn och ungdomar i att utveckla färdigheter inom konst och kultur och indirekt en arbetsförmedlare för de företagare som får uppdrag i skolan. Konsulenter finns i alla Sveriges län för musik och film, men inget län har en renodlad konsulent för dataspel. Däremot finns exempelvis i Gävleborg en konsulent för cross-media, cross-media definieras av Gävleborg som att ha utgå ifrån berättelsen och använda olika medier i berättandet, där berättelsen är överordnad mediet.<sup>69</sup>

#### **5.4.2.5 Företagsinkubatorn bör vara en central aktör för musik, film och dataspel**

I Dalarna finns en inkubator på Teknikdalen i Borlänge med regionalt uppdrag och finansiering från Tillväxtverket, Region Dalarna, Borlänges och Faluns kommuner. I den regionala kulturplanen framhålls att ”Stiftelsen Teknikdalen i Borlänge driver inkubatorsverksamhet i Dalarna och satsar på spel, film och populärmusik.”<sup>70</sup>

Inkubatorn har under den senaste treårsperioden bland andra haft ett fokus på KKN-området och särskilt spel, i samarbete med företaget Tension. Och tillsammans med projektet BoomTown har det under några år genomförts en variant av inkubator som kallades ”Band-Booster”. Den innebar en utvecklad variant av bandutbildning som ledde till att bandet blev eller utvecklade sitt företagande.

Under 2015 har inkubatorn beviljats medel för inkubatorsverksamhet inom KKN också för den kommande treårsperioden.

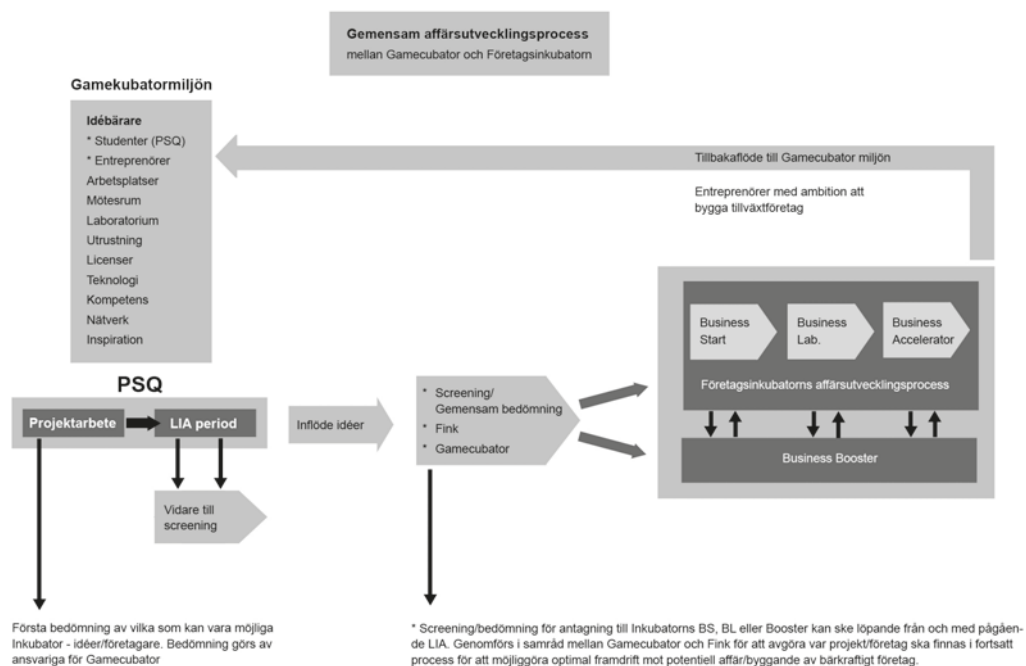
I samarbetet med företaget Tension skapades inkubatorsprocesser för spelområdet. För att öka trycket på leverans samt färdigställande av produkt med fokus på kvalitet och framdrift har följande process utvecklats. Se bild ”Business Booster” nedan för detaljerad information.

#### **Diagram 4. Gamecubator**

---

<sup>69</sup> Gävleborg, 2015.

<sup>70</sup> Landstinget Dalarna, 2013, s 36.



### Gamecubator - Business Booster (etablerade företag):

Denna Booster har också testats på ett befintligt företag i Business Lab med ett lyckat resultat. Framdriften har ökat tempo i produktionen och kvaliteten på produkten har höjts avsevärt. För ett lyckat resultat har också coachprofilen definierats om, med mera fokus på själva produkten. Nya coacher har rekryterats som stöd till befintliga affärsinriktade coacher och coachteamet har träffats löpande under processen.

### Gamecubator - Game Lab Boost (företag i ett mycket tidigt skede):

Från nuvarande spelutvecklingsutbildning, PlaygroundSquad (PSQ) i Falun har ett nytt spår etablerats inom företagsinkubatorn. Detta är ett samarbete mellan PSQ och STD där studenter erbjuds att under sitt Lärande i arbete (LIA) utveckla sig inom eget företagande. I processen ingår att studenterna går Business Start som vanligt, men sedan erbjuds att i Gamelabbet utveckla sin egen produkt. Under 12 veckor ska teamet skapa en s.k. "första spelbara demo". Det innebär att teamet ska uppvisa en produkt som är kommersiellt gångbar och där eventuella förlag kan avgöra om spelet når tillräckligt hög produktionsstandard.

### Innovationsprocesser och Business start (Dala Sports Academy):

Vid flera tillfällen har företag inom sport och hälsa sökt till STDs Business Start, utan att bli antagna. De högt ställda kraven som STD har är relevanta, men många av de små företagen når inte riktigt upp till detta. För att förbereda företagarna bättre, har DSA infört en innovationsprocess, mycket likt den som inom spel kallas Game Boost. Den stora skillnaden är antal timmar och kvaliteten på coachingen. Här måste man jobba vidare och hitta kvalificerade coacher. Ett annat problem är tillgången till själva mekaniklabbet, där svårigheter finnas att boka tider.

Stiftelsen Teknikdalen skriver i sin ansökan för åren 2015-2018 att:

*Kulturella och kreativa näringar (KKN) har fått en allt större betydelse som bransch och utgör numer en viktig del av regionens näringsliv. Särskilt viktig är KKN som del i att öka diversifieringen och mångfalden i regionens näringsliv. Som bransch uppvisar KKN något annorlunda karaktärsdrag vilket kräver ett stödsystem som är anpassat mot KKN behov och utmaningar. Stiftelsen Teknikdalen kommer att bygga vidare på och utveckla den pilotomgång av en affärsutvecklingsprocess anpassad för KKN som genomfördes under 2014. Stiftelsen Teknikdalen kommer äga affärsutvecklingsprocessen kring inkubation KKN, men kommer samspela och arbeta tätt samman med Falun och Borlänge kommuners projekt kring musik, film och spel (digital interaktiv produktion). Enkelt uttryckt kan man säga att kompetensen till KKN inkubatorn hämtas från Falun och Borlänge kommuners projekt.*

En central slutsats från inkubatorer i hela Sverige är att det finns avgörande skillnader mellan företagande inom KKN och mer traditionella branschområden, se också avsnitt 6 om Gemensamma utmaningar för musik, film och dataspelsbranscherna. Trots tidigare projekt med KKN-företag menar vi att den centrala frågeställningen för inkubatorn i Dalarna fortfarande inte är besvarad. Nämligen vilka delar av processen behöver anpassas för de branschspecifika förutsättningarna inom KKN och vilka ytterligare behov ses för att inkubatorn ska bli framgångsrikt i att stödja företag inom KKN i allmänhet och musik, film och dataspel specifikt?

I vårt förslag i kommande avsnitt samlar vi våra rekommendationer och erfarenheter från andra av framgångsfaktorer för inkubatorsverksamhet inom KKN.

### **5.5 Utbildningskedjan för musik, film och dataspel i Dalarna**

Utbildning är en central del för dessa branscher, de är ju humankapitalintensiva. Utbildningskedjan börjar i praktiken från början när barnen är små, då val av utbildning påverkas av vilka möjligheter och förutsättningar barnet mött längs vägen. Vidare är syftet för kulturområdet tvefaldt, barn och unga kan både bli professionella utövare och företagsledare som hängivna konsumenter. Barn och unga är därför en central del av Dalarnas innovationssystem. Här följer en kartläggning av förutsättningarna för återväxt i de yngre generationerna ser ut.

*Tabell 7. Översikt musik, film och dataspel som uppdrag och mål i offentligt finansierad utbildning*

|                                | <b>Musik</b>                                                  | <b>Film</b>                   | <b>Dataspel</b>                                              |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| <b>Förskola, förskoleklass</b> | Uttalat i läroplanen                                          | Indirekt uttalat i läroplanen | Indirekt uttalat i läroplanen                                |
| <b>Fritid, förskoleålder</b>   | Ex. Kulturförskola med Babysång resp. sagolek. Öppen förskola | Nej                           | Nej                                                          |
| <b>Grundskola</b>              | Uttalat i läroplanen                                          | Indirekt i läroplanen         | Indirekt i läroplanen                                        |
| <b>Fritid, grundskoleålder</b> | Kultur/musikskola                                             | Kulturskola m film i Dalarna? | Nej                                                          |
| <b>Gymnasium</b>               | Estetiska program, musikkonservatoriet ex. Rytmus,            | Estetiska program,            | Falu fri, Lugnet-gymnasiet, NTI, Helix gymnasiet i Borlänge, |



|                                                                 |                                                                              |                                                                |                             |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| <b>Fritid, gymnasieålder och uppåt</b>                          | Studieförbund                                                                | Studieförbund                                                  | Nej                         |
| <b>Folkhögskola/yrkeshögskola/högskoleförberedande Högskola</b> | Brunnsvik, Musikkonservatoriet i Falun<br>Högskolan Dalarna; ljudproduktion, | Nej<br><br>Högskolan Dalarna; bildproduktion, manus, producent | Playground Squad<br><br>Nej |

### 5.5.1 Förskola och grundskola

I läroplanen för förskolan står följande gällande förskolans uppdrag att ge barn kunskap och utveckla förmågor inom konst och kulturområdet.

”Att skapa och kommunicera med hjälp av olika uttrycksformer såsom bild, sång och musik, drama, rytmik, dans och rörelse liksom med hjälp av tal- och skriftspråk utgör både innehåll och metod i förskolans strävan att främja barns utveckling och lärande. Detta innebär också att forma, konstruera och nyttja material och teknik. Multimedia och informationsteknik kan i förskolan användas såväl i skapande processer.”<sup>71</sup>

I Läroplanen för grundskolan, förskoleklass och fritidshem, ställs följande mål som berör musik, film och dataspel. ”Skolan ska ansvara för att varje elev efter genomgången grundskola

- kan använda kunskaper från de naturvetenskapliga, tekniska, samhällsvetenskapliga, humanistiska och estetiska kunskapsområdena för vidare studier, i samhällsliv och vardagsliv,
- kan använda och ta del av många olika uttrycksformer såsom språk, bild, musik, drama och dans samt har utvecklat kännedom om samhällets kulturutbud,
- kan använda modern teknik som ett verktyg för kunskapssökande, kommunikation, skapande och lärande”<sup>72</sup>

Högstadieskolorna i länet har ingen utbildning med populärmusikinriktning. Men däremot finns Söderbaumska skolan i Falun, en friskola, som arbetar med kreativa och estetiska lärprocesser. Det finns också en högstadieskola i Borlänge som har artist och musikalisk profil.

Vidare finns särskilda satsningar inom grundskolan för att främja kulturskapande och upplevelser genom den statliga satsningen Skapande skola. Skapande skola – medel har gått till samtliga kommuner i Dalarna.

Genom Film i Dalarna har cirka 1 500-2 000 elever nåtts av skapande verksamhet. Antalet omfattar både grundskolan och förskoleklass. Fem kommuner i Dalarna jobbar just nu med film med Skapande skola-medel. Framförallt har Falu kommun genomfört ett stort projekt inom filmområdet med skapande-skola-medel, där ett projekt genomförts för åk 5 och åk 7 med cirka 1 000 elever.

<sup>71</sup> Läroplan för förskolan Lpfö 98, reviderad 2010., s 7.

<sup>72</sup> Läroplan för grundskolan, förskoleklass och fritidshemmet, 2011, s 8-9.

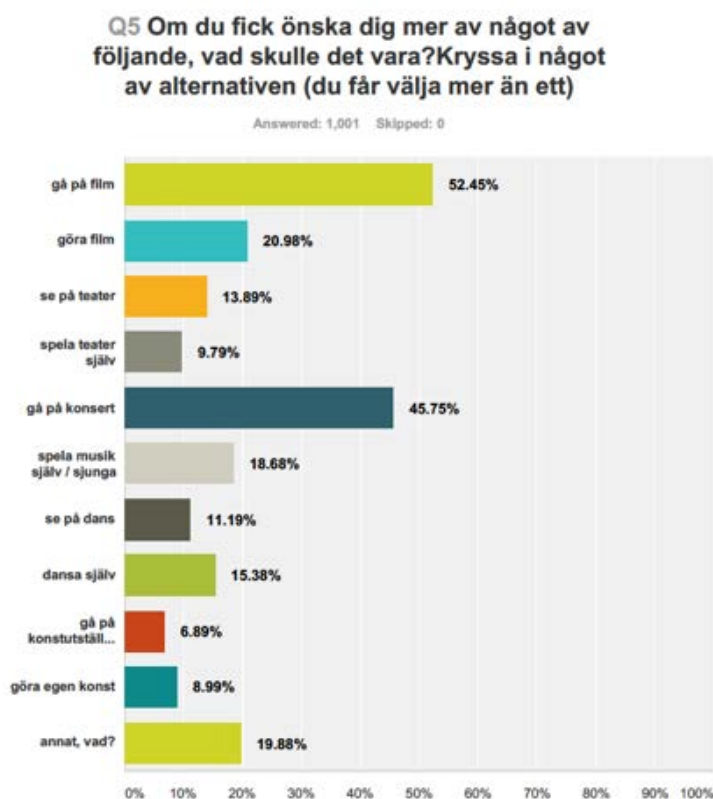
En annan iakttagelse som gjorts på Film i Dalarna är att skolbion avtar i hela landet. Film i Dalarna anser att detta är ett problem och de kommer att verka för en stärkning av skolbion i Dalarna framöver.

Vi saknar däremot helt digital slöjd/dataslöjd i läroplanen och i skolorna i allmänhet. Uppdraget inom slöjdområdet i allmänhet verkar dock helt relevant också för digital slöjd om föreställningar om fysiska material ändras. Följande mål gäller för slöjd och desamma förmågor är högst relevanta för att skapa ett dataspel. ”Eleverna ska ges förutsättningar att utveckla sin förmåga att

- formge och framställa föremål i olika material med hjälp av lämpliga redskap, verktyg och hantverkstekniker,
- välja och motivera tillvägagångssätt i slöjdarbetet utifrån syftet med arbetet och utifrån kvalitets- och miljöaspekter,
- analysera och värdera arbetsprocesser och resultat med hjälp av slöjdspecifika begrepp, och
- tolka slöjdföremåls estetiska och kulturella uttryck.”<sup>73</sup>

Film i Dalarna gjorde år 2012 en enkätundersökning bland 1000 ungdomar mellan 16-18 år i alla länets kommuner. Med utgångspunkt från Landstingets kulturplansområden ställdes frågan om vad ungdomar skulle vilja ha mer av. Att göra film och se på film toppade listan över deras svar. Till de mest vanligt förekommande fritidsintressena fanns film tillsammans med bl.a. musik och dataspel.

*Diagram 5. Resultat av enkätundersökning bland Dalarnas ungdomar*



<sup>73</sup> Läroplan för grundskolan, förskoleklass och fritidshemmet, 2011

### 5.5.2 Musik/kulturskola (fritid)

Musik/kulturskolorna har haft stor betydelse för de samtida svenska exportframgångarna för populärmusiken. Vilket många av våra framgångsrika artister gärna berättar om, ex. Max Martin.<sup>74</sup> Andra hävdar att fritidsgårdar, studieförbundsverksamhet och i egna replokaler har spelat en minst lika stor roll. Förmodligen krävs det både och för att ge goda förutsättningar för musiken.

Kommunal musikskola är en frivillig musikutbildning som under många år bedrivits i samarbete med de kommunala skolorna. År 2015 beräknas cirka 200 000 elever delta i kulturskolans verksamhet, varav mer än hälften i ämneskurser för olika instrument.<sup>75</sup> På senare tid har i flera fall dans-, teater- och bildundervisning tillkommit och musikskolan bytt namn till 'kulturskola'. 1996 bildades 'Sveriges Musik- och Kulturskoleråd' (SMOK) som ett nätverk för landets kulturskolor.

Det går trender i olika instruments popularitet. Det märks exempelvis i andelen sökande till högre musikutbildningar på träblåsinstrument till musikhögskolornas utbildningar minskat varpå man kan se ett samband med färre elever i grundutbildningen på många av instrumenten. Studier från olika kommuner samt nationell statistik visar på att utöandet inom musik- och kulturskolorna är tydligt könssegregerat och även i många stycken socioekonomiskt betingat. År 2015 har regeringen därför aviserat en budgetförstärkning bland annat med syfte att sänka avgifterna för kulturskolan.<sup>76</sup>

Musik- och kulturskolorna i länet erbjuder undervisning i instrument från åk 2 och uppåt. Stor del av undervisningen bygger på att man läser noter. Trumset, elgitarr, elbas, keyboard på gehörlära finns inte att tillgå. Elgitarr och elbas kan man välja i årskurs 5 eller 6 beroende på var man bor. Man kan inte få undervisning i sång förrän man går i årskurs 7 och ingen av länets musikskolor kan erbjuda undervisning för barn och ungdomar som ex är intresserade av DJ, komposition, hiphop samt musikproduktion.

En musikskola erbjuder musikal och samma musikskola har ensemblespel för mindre rock/pop orkestrar, likt en "rockskola" som återfinns hos studieförbunden.<sup>77</sup>

Hur ser utvecklingen ut för film och dataspel i kulturskolornas utbud? Vilka kommuner har film och animation i kulturskolan? I flera kommuner i Sverige finns film och animation som kurs på kulturskolan, men i Dalarna finns de ännu inte?

Animation ges på kulturskolan i Gagnef och startar i Hedemora hösten 2015. Film återfinns också på schemat inom bildämnet från åk 6 i många skolor.

Vad gäller dataspel så finns det inte i kulturskolornas kursutbud men Per Strömbäck, VD för branschorganisationen Dataspelsbranschen, menar att branschen behöver kulturskolan för branschens utveckling, utmaningar och kompetensförsörjningsbehov. Kulturskolans kurser

---

<sup>74</sup> Sveriges radio 2015, "Regeringen utreder kulturskolan"

<sup>75</sup> Sveriges radio 2015, "Regeringen utreder kulturskolan"

<sup>76</sup> Sveriges radio 2015, "Regeringspengar till kulturskolan kan gå till mer än lägre avgifter"

<sup>77</sup> Avesta Musik & Kulturskola, Borlänge musikskola, Faluns musik- och dansskola, Hedemora musikskola, Leksands musikskola, Ludvika – Västerbergslagens kulturskola, Malung-Sälens kulturskola, Mora – Kulturskolan Miranda, Musik & Dansskolan Gagnef, Orsa musikskola, Rättviks musikskola, Smedjebacken – Västerbergslagens kulturskola, Sätters kulturskola, Vansbro kulturskola, Älvdalens musikskola

kan utvecklas bland annat vad gäller grafik, rörliga bilder, ljudläggning och musik för dataspel.<sup>78</sup>

### 5.5.3 Gymnasium

Vissa av gymnasieskolorna i länet har en musikprofil eller en musikalprofil. Estetiska programmet finns i Leksand, Mora, Malung-Sälen/Vansbro (profil musik/teater) och Ludvika (profil musikproduktion).

Skolor som arbetar med musik utöver musikskolorna är estetiska programmet på gymnasienivå samt även en handfull högskoleskolor i länet som har musikinriktning.

Musikkonservatoriet i Falun är en gymnasial spetsutbildning med riksrekrytering på gymnasienivå som arbetar med klassisk musik, folkmusik, jazz och komposition. Det är en av landets bättre skolor inom dessa områden.

Alla länets renodlade medieutbildningar på gymnasienivå lades ner 2012. En kritik som vuxit fram i spåren av gymnasiereformerna är att estetiska gymnasielinjer generellt inte har tillräckligt många utövartimmar för att vara en gedigen start på en karriär i kreativa yrken.

Spelmoment i utbildningen finns representerat på gymnasium i Dalarna på Falu fri –om har en treårig spelutvecklingsgren på Teknikprogrammet och Lugnetgymnasiet, NTI, Helix gymnasiet i Borlänge, Leksands gymnasium, med flera har mindre anknutna delkurser där spel används som drivkraft.

### 5.5.4 Studieförbund

Studieförbunden erbjuder musikverksamhet från 13 års ålder och uppåt. Undervisningen sker gruppvis i form av studiecirklar. Inget av studieförbundet erbjuder privatlektioner på instrument.

Ett av studieförbunden i länet har undervisning i musikproduktion och arrangörskap. Inget studieförbund har undervisning i management. På flera orter i länet saknas en konsulent på orten som arbetar med musik. Studieförbunden som vi har kartlagt är: Studiefrämjandet i Dalarna, Bilda, Sensus, Medborgarskolan, Studieförbundet Vuxenskolan, ABF samt NBV.

Även film finns representerat hos studieförbunden genom kurser i vissa kommuner i Dalarna. Kurser som rör dataspelsområdet finns inte representerat i studieförbundens utbud enligt vår kartläggning.

### 5.5.5 Folkhögskolor

Folkhögskolor i regionen som erbjuder musikprofil är: Brunnsviks folkhögskola i Borlänge, Malungs Folkhögskola, Folkmusikens Hus i Rättvik och Sjöviks folkhögskola. Brunnsviks folkhögskola i Borlänge med inriktning på musik har 48 elever fördelat på utbildningarna ”Brunnsvik Creative Music” och ”Brunnsvik Musikpedagog”. Malungs folkhögskola är inriktad på folkmusik och Sjöviks folkhögskola har en utbildning.

Inga folkhögskolor i Dalarna erbjuder utbildningar inom film- eller dataspelsproduktion.

### 5.5.6 Yrkehögskolor och högskoleförberedande eftergymnasiala utbildningar

I Dalarna finns en yrkehögskola för dataspelsutveckling, Playground Squad som antar ett tjugotal studenter årligen. I en rapport från Dataspelsbranschen *Spelutbildarindex* som gjordes 2012, visas hur antal studenter på eftergymnasiala utbildningar för spelutveckling har gått

---

<sup>78</sup> [www.kulturskoleradet.se/seminarium/dataspelsbranschen-behover-kulturskolan](http://www.kulturskoleradet.se/seminarium/dataspelsbranschen-behover-kulturskolan)

från ca 400 studenter år 2006 till närmare 1500 studenter år 2011. Av dessa går de flesta högskoleprogram, endast en tiondel går yrkeshögskoleprogram. I rapporten varnas för att marknaden inte efterfrågar denna mängd spelutvecklare, och att risken är hög att de utbildas till arbetslöshet.<sup>79</sup> I rapporten framhålls samtidigt att KY/YH-utbildningar har en fördel i att de oftast har en närmare samverkan med branschaktörer än högskoleutbildningar.

PlaygroundSquad (PSQ) var den första utbildningen i Sverige som helt fokuserar på utveckling av dataspel. Verksamheten har bedrivits sedan år 2000 i olika utbildningsformer. Resultatet av de som utbildat sig på PSQ i Falun är mycket bra, över 85 procent har jobb i spelutvecklingsindustrin, dock är det ett faktum att endast ett fåtal finns kvar i regionen. Vi antar att det främst är på grund av avsaknad av fungerande företag som kan anställa dem.

I förstudie gjord av Falu kommun om kreativa mötesplatser och kluster gjordes en branschbehovsanalys över ytterligare behov inom spelbranschen. Den inriktning som efterfrågades var digitala effekter och postproduktion. Dessa har många användningsområden över ett brett spektrum inom de kulturella och kreativa näringarna. Förutom inom spelproduktion så är kompetensen användbar inom TV- och filmvärlden.<sup>80</sup> I dag finns därför en yrkeshögskoleutbildning på planeringsstadiet som är tänkt att möta detta behov och komplettera den redan existerande spelutvecklingsutbildningen Playground Squad.

Inom dataspel undersöker det nystartade företaget Create Institute möjliga samarbeten med IHM business school m.fl. Creative Institutes utbildningar kommer i första hand att riktas till befintliga företag som vill växa och utveckla sin befintliga personal. Den kan med fördel också användas i inkubatorprocessen.

På musikkonservatoriet i Falun finns en högskoleförberedande musikutbildning, med inriktningar på Jazz, Klassisk Musik, Folkmusik och Komposition.<sup>81</sup>

### 5.5.7 Högskola, utbildningar och kurser

På Högskolan Dalarna finns idag utbildningar inom bland annat film och tv-produktion, ljud- och bildproduktion, musik- och ljuddesignmedia samt musik:

*Tabell 8. Högskolan Dalarnas utbildningar som kan leda till arbete inom musik, film eller dataspel*

|                                                                 | Examinerade<br>VT15 (varav män) | Antagna HT15 |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------|
| Audiovisuell produktion, 180 hp                                 | 3 (3)                           | 40           |
| Design av digitala medier, 180 hp                               | 2 (2)                           |              |
| Film- och TV-produktion, 180 hp                                 | 7 (5)                           | 40           |
| Filmdesign för reklam och information - kandidatprogram, 180 hp | -                               | 40           |
| Grafisk Design - kandidatprogram, 180 hp                        | 5 (-)                           | 70           |
| Kandidatprogrammet - Manus för film och TV, 180 hp              | 1 (1)                           | 35           |
| Ljud och bildproduktion                                         | 2 (1)                           | -            |
| Ljud- och musikproduktionsprogrammet, 180 hp                    | 3 (1)                           | 55           |

<sup>79</sup> Dataspelsbranschen 2012, s 3.

<sup>80</sup> Falu kommun 2013.

<sup>81</sup> [www.musikkonservatoriet.com/vara-utbildningar/kompletterande-utbildning/](http://www.musikkonservatoriet.com/vara-utbildningar/kompletterande-utbildning/)

|                                           |                |            |
|-------------------------------------------|----------------|------------|
| Mediekommunikationsprogrammet             | 1 (1)          | -          |
| Medieprod – manus och berättande i rörlig | 4 (3)          | -          |
| Medieproduktion rörlig bild               | 1 (1)          | -          |
| MKV-idrott, medier och PR                 | 3 (3)          | -          |
| Musik- och ljuddesign, 120 hp             | 4 (4)          | Ges VT16   |
| <b>Totalt</b>                             | <b>36 (25)</b> | <b>280</b> |

Tabell 9. Examinerade från Högskolan Dalarna år 2014

|                                                                          | Examinerade 2014<br>(varav män) |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| Audiovisuell produktion, 180 hp                                          | 2 (0%)                          |
| Grafisk teknologi - kandidatprogram, (180 hp och<br>teknologie kandidat) | 29 (14%)                        |
| Ljud och bildproduktion                                                  | 34 (65%)                        |
| Ljud- och musikproduktionsprogrammet, 180 hp                             | 12 (92%)                        |
| Mediekommunikationsprogrammet                                            | 37 (22%)                        |
| <b>Totalt</b>                                                            | <b>114 (39%)</b>                |

I tabell 9 ovan ses att 36 personer examinerades våren 2015, av dessa var 25 män. Tabellen ovan visar också att ca 40 personer antas per program och år, och av ansökningsstatistiken att döma är intresset mycket stort. I tabell 11 ses examinerade under 2014 och där ses att 114 personer examinerades från fem av de större programmen. Däremot visar annan statistik också att endast en av tio studenter stannar kvar i regionen efter examen.

Härtill ska läggas de 15 platser på programmet *Gehörsbaserat Musikerskapande* som anordnats av Piteå Musikhögskola i Borlänge sedan 2005 men som från hösten 2015 är stängd för antagning. Sista årskullen beräknas gå ut våren/hösten 2016.

Efterfrågan från branschen på mer fokus på utbildning i ledarskap inom området har redan hörsammats av Högskolan som sedan ett drygt år tillbaka arbetar för att införliva detta i utbildningarna, samt driver ett projekt för att utveckla Entreprenörskap bland både studenter och anställda på Högskolan.

Tension Graphics och Playground Squad har påbörjat utveckling av en Master inom spelutveckling tillsammans med Manchester Metropolitan University (MMU). Inledande samtal är genomförda och nu jobbas det på att hitta samarbetsformer samt kursplaner och examinationsformer, något som skulle kunna ske utanför MMU i Manchester.

## 6 Regionala framtidsstrategier

Här presenteras de utmaningar som nodutvecklarna identifierat som är specifika för respektive område, som ett inspel till fortsatt arbete på regional och lokal nivå för musik, film respektive dataspel.

Det är vår övertygelse baserat på både erfarenhet och teorierna om innovationssystem och kluster att Dalarna inte kan förvänta sig att ligga i framkant i utvecklingen om inte ett helhetsgrepp tas om återväxten där vi måste skapa förutsättningar för både bredd och trygga

plattformar som blir arenor för innovation i allmänhet och cross innovation i synnerhet. I dessa strategier förklarar vi vilka grundläggande insatser som behöver göras:

## **6.1 Regional framtidsstrategi för populärmusik**

Vi har nu konstaterat att vissa delar av organisation och struktur saknas för populärmusiken i länet. Vår ambition är att bygga upp ett fungerande "seriespel" som erbjuder alla från barn till pensionärer att verka och bli professionella inom populärmusiken. Det kommer att utgöra den trygga plattform som behövs för innovation och cross innovation.

Sedan 1990-talet har många framgångsrika populärmusikband och artister vuxit i Dalarna. Inom alla utvecklingsområden gynnas de som har ett stöd och en infrastruktur att luta sig mot. Idag har industrin blivit så pass professionaliserad att det krävs tydligare insatser från tidig ålder för att stötta upp individens utveckling, men vi kan konstatera att det inte finns något samarbete varken i den egna kommunen eller över kommungränserna för unga som vill satsa på populärmusiken. Populärmusikområdet behöver därför egna insatser och en stark aktör som driver dess utveckling på regional nivå. Vårt förslag är att också populärmusiken blir en naturlig del av Musik i Dalarna, för att ges möjligheter att kunna utvecklas, skapa återväxt och tillväxt och bygga ytterligare organisation för populärmusik i länet, en förankringsprocess som är påbörjad år 2015.

Mellan åren 2001 och 2014 har projektet BoomTown ansvarat för utvecklingen av populärmusik i Dalarna. BoomTown syfte var att stödja och stimulera entreprenörskap och tillväxt inom musiknäringen genom att vara motor för en klusterutbildning inom musikbranschen, men klusterorganisationen kom aldrig till skott.

### **6.1.1 Branschråd**

Trots många samtal med olika musiker, artister, arrangörer, producenter och tekniker har vi initialt inte kunnat skapa ett branschråd inom populärmusikområdet. Vi uppfattar att musikområdet är för brett för att få ihop *ett* branschråd för populärmusik. Däremot har vi lyckats föra samman delbranscher inom musikområdet. Ett exempel på ett av dessa nybildade nätverk är Teknikeralliansen.

Tanken kring ett branschråd för populärmusiken i Dalarna är att man utifrån organisationen Musik i Dalarna skapar uppdelade nätverk initialt och därefter sammanför representanter ur respektive nätverk till ett större branschråd. Det krävs ett stort underarbete för att bygga ihop de mindre nätverken och det ska byggas av en tydlig aktör med en stabil verksamhet, inte ett projekt. Dalarna är ett svårt län när det gäller musik eftersom det finns väldigt många som på ett eller annat sätt arbetar med musik. Flera försök har dessutom redan gjorts, men de har inte gått bra eftersom det varit under olika projekt där det funnits en sluttid. Nätverken måste kunna känna trygghet och tillhörighet till något som är förväntas vara permanent.

### **6.1.2 Mötesplatser**

Ett arrangemang som idag är en viktig mötesplats är Dalecarlia Music Awards. Där är hela musikområdet samlat under ett tillfälle och kan ta plats och träffas. Det här är ett exempel på när en mötesplats blir viktigare än själva arrangemanget kring mötesplatsen. Det är inte det som händer på scenen som egentligen är det viktigaste utan det är samlandet av alla musiker och de spontana möten som sker under arrangemanget (kafferasten) som är det allra viktigaste. Dalecarlia Music Awards behöver permanentas och en organisation kring detta bör skapas. Här har vi föreslagit att Musik i Dalarna är den starka aktör som tillsammans med representanter från studieförbunden, musikutbildningar, media och branschen kan permanenta Dalecarlia Music Awards.

Utifrån möten och samtal med branschen uttalas också behov av fler kreativa mötesplatser i länet där populärmusiken och dess utövare kan ses fysiskt, därtill kan en musikportal (likt Film i Dalarnas filmportal) digitala format underlätta informationsspridning och kontaktknytning, tillika en facebookgrupp etc. Även företagarnas ”näringslivsfrukostar” är en förebild för vad de kulturella näringarna behöver, återkommande och med jämna intervall. Centralt är att någon aktör arbetar brett med utveckling av populärmusik, oberoende av ålder, etnicitet eller genre.

En viktig liknelse för behovet är hur stora delar av idrottslivet är organiserat. I en idrottsförening kan ett barn från sexårsåldern ingå i ett system där det lotsas framåt. Det räcker med att köpa ett par skor och benskydd och samma eftermiddag får barnet vara med i ett fotbollslag, helgen efter kan det vara med i organiserat seriespel, där någon kör bussen, någon trycker match-tröjan, någon utbildad tränare hjälper talangen framåt till ett fotbollsgymnasium, en större klubb och sedan fångar talangscoutar upp fotbollsspelaren som kommer ut i världen och spelar fotboll mot lön.

Denna typ av stödstruktur saknas inom populärmusiken. I nästintill varje hem i Dalarna finns en gitarr, en fiol eller ett piano. Länet har massor med aktivt musikintresserade människor. Det finns amatörer och proffs, det finns många företag inom musikområdet och ännu fler o-organiserade musiker som använder sig av faktureringsjänst för att kunna ta betalt för utförda arbeten.

Viktiga samverkansorganisationer för populärmusiken regionalt är musik/kulturskolorna i länet, studieförbundens musikkonsulter, elever och lärare på de estetiska gymnasieskolorna, Musikkonservatoriet i Falun, Brunnsviks folkhögskola i Borlänge, Malungs Folkhögskola, Folkmusikens Hus i Rättvik, Sjöviks folkhögskola, Högskolan Dalarnas medieutbildningar i Falun, Luleås Tekniska Universitets utbildningar i Borlänge osv. Det ska finnas ett tätt samarbete med kommunernas kultur och näringslivsenheter. Kreativa Hus i länet bör utvecklas där ”ambassadörer” är verksamma som kan stödja de som arbetar med frågor kring musik.

## **Utbildning**

Musik- och kulturskolorna bör utvecklas i alla kommuner till att innehålla mer gehörsbaserat lärande, inbjuda till större del av elektrifierat instrumentspel från tidigare ålder, utöka verksamheten inom den digitala världen och kör exempelvis undervisning i att bli DJ och musikproduktion. Kommunerna i regionen bör inte skär ner på verksamheterna utan istället satsa på fler grenar och fler lärare.

På gymnasienivå bör de estetiska programmen utökas istället för att läggas ned. På högskolenivå bör management vara en självklar del i utbildningsplanen och det borde även finnas plats för kurser i arrangörskap. Artist in residence kan också bidra med mycket för branschen – låga boendekostnader ökad lokal konsumtion, och möjlighet till upplevelser, erfarenhetsutbyte, kontaktskapande med nationella och internationella kontakter.

### **6.1.3 Företagsinkubation för musikområdet – att ta Bandboostern vidare**

Våra slutsatser av erfarenheterna från Band-Boostern är att själva utbildningen för att utveckla bandet gärna kan behållas men att företagstänkandet bör tas bort ifrån hela bandet.

Bandutvecklingen skulle kunna drivas av en populärmusiknod som vi föreslår förläggs på Musik i Dalarna eller en motsvarande organisation, eller via ett studieförbund som redan har olika former av bandutveckling i ordinarie verksamhet. Den här utbildningen kan vara öppen



för drivna band. Därtill driver Borlänge kommun under 2015 utvecklingsprojektet DalaPop, som vi på sikt ser också skulle kunna integreras hos Musik i Dalarna.

Vidare föreslår vi att den regionala företagsinkubatorn framöver skaffar särskild kompetens från musikområdet vid coachning av företag inom musikområdet, samt att den tar sitt fokus på agenter och manager snarare än band och enskilda musiker.

## **6.2 Regional framtidsstrategi för film**

Våren 2015 har Dalarna 87 stycken företag registrerade på SNI-koder med filmproduktion och postproduktion som huvudnäring.

Stora arbetsgivare är SVT Falun som har uppdrag att producera drama för döva, samt såklart Högskolan Dalarna som har tre utbildningar inom bildproduktion, inklusive ett nytt program för reklamfilm och manusprogram. Därtill kommer alla andra program med ljud och postproduktionskompetenser. Totalt går ca 100-200 studenter ut varje år från programmen, där ca nio av tio studenter flyttar från Dalarna efter examen. Alla länets renodlade medieutbildningar på gymnasienivå lades ner 2012.

Det finns ett antal välmående företag på produktionssidan där bland annat Ruta Ett, Stratos Cinema och Year Zero kan nämnas. Ruta Ett är ett internationellt produktionsbolag inriktat mot tecknad barnfilm, som producerar film och merchandise med Indien och Kina. Bolaget exporterar regelbundet sina serier till både traditionell TV och genom nätdistribution. På postproduktionssidan kan nämnas det framgångsrika företaget "Mapletone" i Leksand. Sedan 2011 verkar postproduktionsnätverket "Galaxy of postproduction" i Dalarna och Gävleborg.

Om näringen utvecklas i regionen genom politiskt stöd så finns möjligheter att ge den yngre generationen som tydligt uttrycker intresset för att skapa film möjlighet att fortsätta bo i Dalarna livet ut.

Ett 30-tal lokala företag anlitas under Hallå Hallå.<sup>82</sup> Under 2015 har Filmen "Trevligt folk" blivit ett bra exempel på hur kultur, näring, integration och bildning kan sammanstråla i en filmproduktion till gagn för en region.

Film i Dalarna har känt ett ökat tryck från filmbranschen att kunna placera sina produktioner i Dalarna. Idag får Film i Dalarna in mellan 70-80 projektförslag om året, huvudsakligen kort och dokumentärfilm, som också är Film i Dalarnas fokusområde. Kontakten med stora professionella produktioner har dock blivit mycket mer omfattande.

### **6.2.1 Förslag på vision för film och rörlig bild**

Givet utvecklingen på området och de unika förutsättningar som finns i Dalarna så föreslås här en preliminär regional vision för film och rörlig bild. Se även delrapport 2 för mer information.

*"Dalarna ska vara en av Sveriges mest dynamiska regioner för film och rörlig bild år 2025. En region som utmärker sig nationellt och internationellt genom satsningar som håller hög kvalitet och bredd, och som genom innovation och nytänkande bidrar till att stärka varumärket Dalarna och göra vår region till landets bästa för unga."*

---

<sup>82</sup> Film i Dalarna, 2013.

Visionen har tre politiska perspektiv: kultur, bildning och näringsliv. Det innebär att kulturpolitikens mål samspelar med de näringspolitiska och regionalpolitiska målen, som vi redovisat i tidigare avsnitt.

Dalarna äger ett av de absolut starkaste regionala varumärkena i landet. Detta är en ovärderlig tillgång för att lyfta fram Dalarnas positiva särskildhet gentemot omvärlden.

Innovativ upplevelseproduktion, innefattande filmen, är ett prioriterat kunskapsområde inom Region Dalarnas ”Mobilisera för tillväxt – en innovationsagenda för Dalarna”, ett arbete inom ramen för EU:s regionala forsknings- och innovationsstrategi (RIS3). I detta arbete är begreppet Smart Specialisering centralt. Med det åsyftas att man bygger upp ett innovationsarbete baserat på existerande styrkor i regionen.

Vi föreslår följande nya insatsområden för film och rörlig bild utifrån existerande regionala styrkor och visionen som i sin tur följer Dalarnas regionala utvecklingsstrategi. Det stora horisontella perspektivet är på film och filmupplevelser för Barn & unga i åldern 3-26 år. Självklart föreligger fler viktiga horisontella perspektiv (jämslälldhet, kön, klass, mångfald etc) som idag ingår i Film i Dalarnas uppdrag som regionalt resurscentrum.

### **6.2.2 Insatsområde 1: Samproduktion av film och rörlig bild**

Mål: skapa grundläggande förutsättningar för en högre produktionsvolym inom film och rörlig bild

Idag har inte Dalarna tillräckligt mycket produktion inom film, tv och rörlig bild för att kreatörer, filmarbetare, producenter och närlingar specialiserade inom området ska kunna utveckla den kompetens och specialtjänster som behövs för ett fungerande ”ekosystem”, och som på sikt kan bli en katalysator för den större satsningen på kreativa närlingar och innovativ upplevelseproduktion.

Regioner som kan uppvisa en tydlig och sammanhållen strategi för området har möjlighet att söka regionala EU-stöd för att starta en satsning. Nationella stödformer har börjat inkludera konvergens i sina kommande planer varför det finns möjlighet att skapa en filmstrategi med profilering mot konvergens media och digitala tjänsteinnovationer.

#### **6.2.2.1 Förslag på nyckelhandlingar**

- *Med stöd av en regional strategi för film och rörlig bild, sök stöd från EU:s regionala utvecklingsfond i syfte att stärka regionens och företagens internationella konkurrenskraft genom att bygga ett starkt partnerskap för film.*
- *Inleda en strukturerad dialog med Gävleborg för att utröna möjligheten att samarbeta för ett produktionscentrum ”Filmregion Mitt/Dalarna- Gävleborg”.*
- *Öka kapital till regionen genom ökad nationell och internationell samproduktion av film och rörlig bild*
- *Prioritera produktioner som kan kopplas till satsningar mot barn och unga, och besöksnäring, turism och konvergens.*
- *Samverka och bilda en gemensam fond för investeringar med Gävleborg och/eller Filmregion Stockholm-Mälardalen.*
- *Tillsammans med Högskolan och organisationer som Cine-Regio, medverka i arbetet med utvecklingen av modeller för mätning av kvalitativa och kvantitativa effekter av regional filmproduktion.*

### **6.2.3 Insatsområde 2: Utveckling och innovation**

Mål: främja utveckling och tjänsteinnovation inom film och rörlig bild

Ökad attraktionskraft, konstnärlig kvalitet, nya tjänster och ökad produktionsvolym går hand i hand. Konstnärlig kvalitet är avgörande för en långsiktig utveckling av film och rörlig bild, både som konststart och för näringen. Dalarna har till skillnad från många andra regioner en högre utbildning och forskning inom film och audiovisuella medier som kan både förse och stötta med kompetens för utveckling av produktioner.

Den trånga resursen i professionella film- och tv projekt är ofta den första fasen, dvs utveckling av idé, koncept och manus. Här finns en möjlighet för regionen att utmärka sig genom att vara särskilt bra att ge olika former av stöd och incitament till professionella manusförfattare för de berättelser och format regionen vill utmärka sig för. En nära relation med professionella författare kommer också att innebära en ökad professionellt utbud av manus som utspelar sig i regionen. Dalarna har en av landets få tre-åriga manusutbildningar som kan verka som nod för denna satsning.

#### **6.2.3.1 Förslag på nyckelhandlingar:**

- *Profilera Dalarna, med manusutbildning i centrum, som ledande på att utveckla professionella manus för film och rörlig bild, med fokus på berättelser för barn och unga samt konvergerande media.*
- *Öka samverkan och dialog mellan forskning, lärande och professionella manusförfattare och producenter.*
- *Skapa möjligheter för manusförfattare utanför regionen att komma till Dalarna och arbeta och samverka med den regionala filmkompetensen (författarresidens, seminarier etc).*
- *Ta fram en strategi för utveckling av konvergensprojekt och nya affärsmodeller i samverkan med musik, film och dataspel-projektet och nationella filminstitutets kommande satsning på området.*
- *Utveckla digitala lösningar och mötesplatser*
- *Arbeta med strategisk projektutveckling (proaktiv, uppsökande och metodisk).*
- *Utveckla i samråd med nationella filminstitutet och musik, film och dataspel-projektet en satsning mot konvergensprojekt.*

#### **6.2.4 Insatsområde 3: Infrastruktur**

Mål: skapa infrastruktur för att klara en högre produktionsvolym

För att kunna attrahera kunskaps- och kapitalintensiva filmprojekt krävs en inventering och tydlig samordning av regionala kompetenser och tjänster, samt en uppsökande verksamhet på nationell och internationell nivå.

Att färdigställa inspelad film är den nästa mest kostnadsintensiva fasen för ett film- och tv projekt. Området präglas av en ökad geografisk rörlighet givet

utveckling av bandbredd, programvaror och molnbaserade tjänster. Det pågår också en utveckling av postproduktionshusen där de erbjuder allt mer tjänster inom digital effekter och CGI.

I Dalarna finns skickliga personer och företag (Galaxy of Post Production, Mapletone mfl) inom efterbearbetning av bild, ljud, och klippning men en större volym krävs för att utveckla tjänsterna och utveckla spetskompetens.

#### **6.2.4.1 Förslag på nyckelhandlingar:**

- *Stärka samverkan och postproduktion mellan etablerade postproduktionsbolag och regionens tjänsteföretag/personer på området*

- *Skapa förutsättningar för att attrahera och producera fler reklamfilmer i regionen*
- *Skapa ett tydligt nätverk för produktionskompetensen i regionen.*
- *Marknadsföra regionen nationellt och internationellt genom filmkommissionär verksamhet*
- *Skapa förutsättningar för en gemensam studio för inspelning och postproduktion av film, spel och musik.*
- *Skapa permanenta fysiska mötesplatser*

### **6.2.5 Horisontellt perspektiv: Barn och unga**

Mål: Skapa förutsättningar för att bli en ledande filmregion för barn och unga

Film och rörlig bild är den kulturform som ökar mest hos barn och unga, både när det gäller konsumtion och eget skapande. Deras kreativitet, agerande och deltagarkultur påverkar och omformar den professionella produktionen av film och rörlig bild, och bidrar till innovation och nya digitala tjänster. Genom barn och unga blir också hela familjen en viktig målgrupp.

Området öppnar också upp naturliga dörrar till flerplattformprojekt och samarbeten med spelindustrin och merchandising.

Film i Dalarna arbetar tätt med flera kreatörer och producenter med erfarenhet av att skapa, realisera och finansiera framgångsrik barnfilm (Bamse, Ett Öga Rött, Mamma Mu & Kråkan etc). Regionen har ett framgångsrikt företag – Ruta Ett – som exporterar barnfilm till 40 länder via traditionell TV och via digital distributionsvägar. SVT i Falun har producerat över 200 produktion inom teckenspråk. Vi har två festivaler med barnsektioner.

Både nationellt och inom EU pågår initiativ för att höja barnfilmens status, samtidigt som ungdomsfilm i form av genre-film ökar i popularitet. Initiativen utgår ifrån att den här typen av film mot yngre kommer att vara ännu kulturellt och socialt viktig i framtiden för att skapa lokal och regional identitet.

#### **6.2.5.1 Exempel på nyckelhandlingar:**

- *Profilera Dalarna som ledande på att utveckla och producera film och konvergensprojekt för barn och ungdomar.*
- *Öka samverkan och dialog mellan forskning, lärande och professionella manusförfattare och producenter inom barn och unga.*
- *Etablera ett samarbete med högskolan kring forskning om unga mediavanor och beteenden.*
- *Skapa en internationell film-, spel, musik och konvergensfestival inriktad mot barn och ungdomar (förslag lämnat till Region Dalarna inom ramen för musik, film och dataspel-projektet och Ceba-processen)*
- *Ge prioritering till produktioner inriktade mot målgruppen och sök aktivt och uppsökande efter profilprojekt.*
- *Anordna manuskonvent med inriktning mot populära ungdomsgenrer såsom skräck, fantasy, science fiction och framtidens berättelser för unga.*

*Diagram 6. Dalarnas styrkor ur ett filmbranschperspektiv*

## Dalarnas styrkor

-ur ett filmbransch perspektiv



En filmfond i Dalarna kommer attrahera filmproduktioner till länet, som avtalas att spendera sina pengar i regionen. Det gör att lokala företag både inom filmbranschen, men också närliggande branscher kommer anlitas.

Ett exempel är produktionen ”Hallåhallå” som spenderade 3,8 miljoner kronor i Dalarna, medan Film i Dalarna och Falu kommun investerade 700 000 kronor. Över 30 lokala företag anlitas. Utöver det har produktionen skapat ett PR-värde som är värt mer än åtta miljoner kronor totalt.<sup>83</sup>

Inno-studien 2011, beställd av Västra Götalandsregionen innehåller en fördjupning på fyra projekt hos Film i Väst enligt en rAps-beräkning. (Regional analys och prognossystem – används för att beräkna brp av tillväxtverket). De fyra projekten var en Svensk långfilm, en internationell långfilm, en postproduktion, en tv-serie. Varje 1 msek satsad från Film i Väst genererade direkta investeringar i regionen på 3,2 miljoner och sysselsättningseffekter motsvarande 3,9 heltidssysselsatta under ett år och BRP-bidrag på 2,6 msek. Varje skattekrona genererade alltså ett tillskott på 2,6 kr. Detta inkluderar ej effekter på turism, identitet/kultur, eller kompetens.

Investeringar i filmproduktioner som görs via ett ”samproduktionsavtal” kan tillvarata de regionala intressena både för kommuner och lokala företag. Alla de andra satsningarna/delarna är beroende av denna punkt. En filmfond är själva smörjmedlet för att få hit kapital till regionen från filmbranschen till alla filmrelaterade företag i Dalarna. Det finns ca 150 filmfonder i hela Europa och 4st etablerade i Sverige. Gemensamt för dessa är att finansiering är till största del offentliga medel. Därför är det vanligt att fonden förvaltas av ett t.ex. kommunal och landstingsägt bolag, typ Filmpool Nord.

<sup>83</sup> Cloudberry communication AB, 2011.

### **6.3 Regional framtidsstrategi för spel**

När det kommer till spelområdet är vår slutsats att det är underutvecklat som kunskapsområde på regional nivå och har i relation till musik och film inte samma offentliga stödstruktur. Här följer därför några kortare förslag på integreringen av spel i det regionala utvecklingsarbetet.

#### **6.3.1 Branschorganisation**

Att samla branschföreträdare till branschföreningar är ett av våra mål. Ett förslag är stötta uppstarten av en regional avdelning till branschorganisationen Dataspelsbranschen. Men ytterligare kartläggning av befintliga företag inom branschen behöver göras.

#### **6.3.2 Utbildning**

Som framgår av utbildningsstatistiken utbildas idag många spelutvecklare. I våra samtal med branschen efterfrågas kunskap om ledarskap och om entreprenörskap men även digitala effekter och liknande, något som vi menar bör fokuseras mer på från regionalt håll i planering av utbildningar.

#### **6.3.3 Barn och unga**

Spel finns inte i dagens musik- och kulturskolor och inte heller inom studieförbunden. Här ser vi behov av att bygga upp en struktur där spel på ett systematiskt sätt ingår i befintliga verksamheter. Det handlar förstås också om att få föräldrar att bli mer involverade i barnens spelande, etc.

#### **6.3.4 Förankring i offentliga systemet**

Någon behöver arbeta strategiskt med utbildningssystemet för att införa bland annat *digital slöjd/dataslöjd*, i en bred satsning där alla barn och unga ges tillgång till infrastruktur och rätt uppmuntran. Vi kan aldrig veta var nästa Steve Jobs eller Bill Gates dyker upp. Det vi vet är att tillgång till teknik och tid för träning är centrala för att utveckla kompetensen.

Vi ser därför ett direkt behov av någon form av spelkonsulent som kan arbeta aktivt för att digital slöjd m.m. på ett systematiskt sätt införs i grundskolan. Om det innebär en ny tjänst eller att uppdraget läggs på en befintlig konsulent lämnar vi öppet för diskussion.

## **7 Avslutande reflektioner**

Vi står i dörren till tjänste- och kunskapsekonomin och det är ett angeläget arbete att hitta regionala strategier för att utveckla lokala ekonomier när de traditionella industrierna får allt mindre ekonomisk betydelse.

Ett viktigt steg för att fatta välgrundade beslut inom kulturområdet är att förbättra företagsstatistiken. Den behöver förbättras både vad gäller täckningsgrad och kvalitet men det behövs också fler SNI-koder alternativt en manuell kategorisering för att kunna analysera kausaliteten i de ekonomiska sambanden. Av annan forskning drar vi slutsatsen att den kreativa och konstnärliga kärnan stimulerar lokala ekonomier på många sätt och i en utsträckning som företag och politiker på lokal och regional nivå idag inte har tillräcklig kunskap om.

En återkommande insikt i detta arbete har varit att kultur och konst inte handlar om traditionell konkurrens där arbetares produktivitetsförmåga ska ställas mot varandra och produktion ska ske till lägsta kostnad och högsta vinst – det handlar i stället om att göra något unikt, något som andra människor berörs av, och konkurrens är på sätt och vis helt ointressant i detta sammanhang – det som är värt att fokusera på är samarbetet och förmågan att skapa nya innovationer inom ett innovationssystem som slussar individer och deras idéer framåt.

Ansökan för denna förstudie klargör att ett centralt mål för våra förslag ska vara att skapa förutsättningar för cross innovation och mer specifikt gamification. Som vi refererat till under rubriken innovationssystem finns det inget enkelt recept för att gå från dataspelsutveckling till gamification. Det vi kan göra med offentliga insatser är att skapa kontaktytor och mötesplatser där intressenter kan mötas i en stimulerande miljö, som särskilt präglas av öppenhet och en attityd som uppmuntrar till samarbete över tankemässiga gränser. Således blir ett steg i att prioritera gamification att skapa en kritisk massa av mötesplatser och locka dit mötesdeltagare/företagare från olika branscher kontinuerligt. Det kanske inte heller räcker med en träff för att deltagarna ska bygga förtroende för varandra och prata om gemensamma projekt, utan det gäller att skapa trygghet och kontinuitet i sammanhanget.

I Dalarna har vi goda erfarenheter av att arbeta genom klusterbildningar för att skapa effektivare erfarenhetsutbyten och branschstöd. Region Dalarna har länge varit drivande i klusterbildningar. Genom klusterorganisationer skapas projekt som *Dalaingenjör 2022* och *teknikerjakten*. Högskolan Dalarna och klustret Triple steelix (som omfattar de regionala företagen inom stålbranschen i samarbete med Region Dalarna och Högskolan Dalarna m.fl.) framhålls ofta som en framgångsfaktor för Dalarnas industrier.

En viktig fråga i nästa steg är därför hur dessa olika kluster i sin tur sedan ska arbeta över gränserna. Är efterfrågan och nyfikenheten på gamification från andra branscher så pass stor att utvecklingen kommer att ske av sig själv när det finns en plattform för musik-, film- och dataspelsbranscherna eller behöver också de mer traditionella branscherna bearbetas kunskapsmässigt för att förstå möjligheter och fördelar med exempelvis gamification?

Erfarenheterna som framgår i de fristående utvärderingarna av arbetet i BoomTown pekar på en central förutsättning; det offentliga kan fylla behov av utbyggd infrastruktur och mötesplatser och även vara en katalysator för klusterbildning inom branscherna, *men* på längre sikt kan offentlig verksamhet inte vara den drivande kraften i ett klusters verksamhet. Kraften i ett klusters utveckling måste finnas hos medlemsföretagen och i branschen för att kunskapsutbyte och synergier ska uppstå.

Redan under BoomTowns tid efterfrågades specifikt en intresseförening för musikområdet som på sikt kunde fungera som klustermotor. Den kom då inte igång, förmodligen av samma skäl som vi erfarit i vårt arbete; De facto är intresset från branscherna för branschråd delvis svalt. Vår uppfattning är att särskilt musikområdet är för brett för att det ska vara fruktbart att satsa på *ett* branschråd. Däremot har vi lyckats föra samman delbranscher inom just musikområdet, exempelvis nätverket Teknikeralliansen. Företagare inom musikområdet har allt för olika funktioner, så som kreativt respektive tekniskt arbete, i olika delar av processerna som gör att de i allt för stor utsträckning har skilda behov som är svåra att samordna i en intresseorganisation. Vi föreslår istället att en gemensam intresseförening för musik, film och dataspel startas (CRS) som kan verka för att sammanföra de delar av respektive bransch som har gemensamma intressen.

En branschorganisation (CRS) kan stödja dessa småföretagare med en struktur för kontaktytor och kunskapsutbyte för både behov av kortsiktigare kompetensutveckling i branscherna, långsiktigare planering av utbildningar i länet och att få företagare att hitta varandra för samarbeten.

Vi menar att fundamentala förutsättningar för samverkan mellan branscherna är att det finns både en fysisk infrastruktur som främjar möten och idéutbyte, och ett stort personligt engagemang hos företagarna, en öppenhet och vision om vad detta kan tänkas generera tillbaka till dem.

Den uppmärksamma läsaren har kanske noterat att vi inte lagt något direkt fokus på analyser ur ett genusperspektiv i denna förstudie, trots att uppdraget är formulerat så att genus och jämställdhetsperspektiv ska genomsyra arbetet. Vi menar att vi har haft perspektiven med oss i våra diskussioner men att våra förslag rör sig på en organisatoriskt sett mellanliggande nivå som är svår att belysa ur ett genusperspektiv. Vi har att förhålla oss till exempelvis välfärdssystemet som är högst centralt ur genusperspektiv, men går inte heller in i detaljer på individnivå, som också vore centralt ur genusperspektiv. Vi ser att genus- och mångfaldsperspektiven kommer att bli centrala framöver i exempelvis rekrytering och val av representanter när förslagen går till handling. Det handlar exempelvis om att säkerställa att unga flickor känner sig lika välkomna och bekväma som unga pojkar i studieförbundens bandverksamhet, på filmklipparkursen och spelutvecklingsutbildningen och vice versa för pojkar på de flickdominerade områdena. Hur detta ska genomföras i praktiken har dock gått ut över denna förstudies räckvidd. Vi vill också skicka med till dem som ska genomföra våra förslag hur viktigt det är att reflektera över genusifierade föreställningar om konstnärlig kvalitet och kompetens, och förutfattade meningar om vem som har medfödd talang för teknik och ledarskap exempelvis.

Vi har i denna rapport också redogjort för vilka uppgifter vi menar behöver göras för branscherna specifikt och vilka som vinner på att drivas gemensamt. Det handlar om att bygga grundstrukturer för respektive bransch, från barn till vuxen, från förskola/grundskola till högskola. Vi har identifierat en hel del glapp i denna del av innovationssystemet som vi menar måste fyllas för att det sedan ska finnas företagare och förutsättningar för företagen att växa.

I vårt förslags första steg blir regionen och kommunerna finansiärer till en klusterorganisation för musik, film och dataspel (CRS). Hur underliggande branschråd sedan ska utformas och utvecklas blir en uppgift för CRS-organisationen att formulera och driva igenom – här ligger den centrala framtida utmaningen. Ett centralt mål för detta bör vara att på sikt få branscherna att själva organisera sig i egna delbranschråd/branschorganisationer utifrån gemensamma beröringspunkter och intressen.

Vårt förslag till CRS-organisationen är att den ska verka på bred front och strategiskt också påverka befintliga offentliga institutioner och stödfunktioner till att ta mer ansvar för de förslag vi lägger i de regionala strategierna för respektive område.



## 8 Källförteckning

Armbrecht John och Tommy D. Andersson (2008) *Varas värde varar*, Göteborgs universitet.

Baumol, William J. och William G Bowen (1965) "On the performing arts: The anatomy of their economic problems". *American Economic Review* vol. 55, s. 495-502

Borlänge kommun (2013) *KKN-strategi*. Arbetet har utförts av Affärsbyrån Grundström & Engberg på uppdrag av Borlänge kommun med Näringslivskontoret som beställare.

Cloudberry Communications AB, (2011) *Milleniumrapporten: Ekonomiska effekter och exponeringsvärdet av Stockholmsregionen i de svenska Milleniumfilmerna*. Filmregion Stockholm-Mälardalen, Regionförbundet Sörmland, Film i Sörmland och Stockholm Business Region Development.

Cloudberry Communications AB och Oxford Research AB, (2011) "Vad Inga Lindström-filmerna gör för Stockholm, Sörmland och Nyköping: Regionalekonomiska effekter och exponeringsvärdet av Stockholm, Sörmland och Nyköping i de tyska Inga Lindström-filmerna". Filmregion Stockholm-Mälardalen, Regionförbundet Sörmland, Film i Sörmland, Nyköpings kommun och Stockholm Business Region Development.

Dagens Nyheter, (2014-02-08) "Biografer får ny kick av digitalisering"  
<http://www.dn.se/kultur-noje/film-tv/biografer-far-ny-kick-av-digitalisering/>

Dagens Nyheter, (2014-09-15) "Microsoft köper Minecraft för miljarder"  
<http://www.dn.se/ekonomi/microsoft-koper-minecraft-for-miljarder/>

Dataspelsbranschen (2012) *Spelutbildarindex 2011*.

Dataspelsbranschen (2014) *Spelutvecklarindex 2013*, baserad på årsredovisningar 2013.

Dataspelsbranschen (2015) *Spelutvecklarindex 2014*, baserad på årsredovisningar 2014.

Falu kommun, (2014) *Mötesplatser och kluster inom KKN*.

Film i Dalarna, (2014) Filmregion Dalarna, Förstudie i två delar. Med stöd från Region Dalarna och Landstinget Dalarna.

Filmpool Nord, 2015. Verksamhetsberättelse 2014. [www.filmpoolnord.se](http://www.filmpoolnord.se)

Florida 2002, "The Economic Geography of talent". *Annals of the Association of American Geographer* 92(4), 2002, pp. 743-755.

Gfk Entertainment (2014) *Nordic Game Sales 2013 Retail & Digital*

Hamari, J., Huotari, K., & Tolvanen, J. (2015). "Gamification and economics". I S. P. Walz & S. Deterding (red.), *The Gameful World: Approaches, Issues, Applications* (pp. 139-161). Cambridge, MA: MIT Press.

Heldt och Klerby, (2011) *Peace & Love 2010 Värderade och icke-värderade ekonomiska effekter*, Höskolan Dalarna rapportserie 2011:2.

Huotari, K., & Hamari, J. (2012). "Defining Gamification - A Service Marketing

Perspective". In *Proceedings of The 16th International Academic Mindtrek Conference*, Tampere, Finland, October 3-5, 2012.

Interreg Sverige-Norge, (2011) *Innovation Music Network 2008 - 2011 Sluttrapport Indre Skandinavias musikkbransje - fra kluster til innovasjonssystem*, <http://www.interreg-sverige-norge.com/wp-content/uploads/2014/07/S304417008SrappInnovationMusicNetwork.pdf>

Karlsson (u.å.) *Hur långt är ett snöre?* Nätverkstan Kultur.

Landstinget Dalarna (2013) "Kulturen i Dalarna – En enhet av mångfalter" Övergripande strategi, del 1 Förutsättningar för ett rikt kulturliv, del 2

Lang, Kevin (1986) "A Language theory of discrimination" *The Quarterly Journal of Economics*. May 1986.

Lindeborg, Lisbet (1991) Kultur som lokaliseringsfaktor, Industridepartementet, Ds 1991:22.

Lindeborg, Lisbet (2010) "Med kulturen som ledstjärna" i *Kulturens kraft för regional utveckling* red. Lindeborg, Lisbet och Lars Lindkvist. Bromma: SNS Förlag

Lundgren och von Schantz Lundgren (2011) *Om ett försök att etablera ett regionalt populärmusikkcluster*. Följeforskningsrapport av projektet BoomTown – en innovativ miljö för näringslivsutveckling inom musikbranschen Högskolan Dalarnas rapportserie 2011:7

Lämmer-Gamp (2014) *Creative Industries Policy recommendations - promotion of cross-innovation from creative industries*. Institut für innovation und technik.

Läroplan för förskolan Lpfö 98, reviderad 2010.

Läroplan för grundskolan, förskoleklass och fritidshemmet, 2011,

Musgrave, Richard A. (1987) "Merit goods". I *The new palgrave dictionary of economics*, vol. 3. s. 452-453, London: Macmillan.

Musiksverige, (2014) *Musikbranschen i siffror statistik för 2013*.

Myndigheten för kulturanalys (2013) *Kultursamverkansmodellen*. Rapport 2013:2.

Myndigheten för kulturanalys (2014) *Samhällets utgifter för kultur 2012-2013*, kulturfakta 2014:2.

Näringsdepartementet, kulturdepartementet, (2009) *Handlingsplan för kulturella och kreativa näringar* PM 2009-09-16.

Oxford Research (2013) *Kartläggning av de kulturella och kreativa näringarna i Dalarna och Gävleborg*.

Petite, Steven (2014) "The Rise of Storytelling in Video Games". *Huffington post*, publicerad 2014-01-04 (senast hämtad 2015-09-05). [http://www.huffingtonpost.com/steven-petite/video-games-storytelling\\_b\\_5060095.html](http://www.huffingtonpost.com/steven-petite/video-games-storytelling_b_5060095.html)

Prop. 1974:28, [www.riksdagen.se](http://www.riksdagen.se) [http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Forslag/Propositioner-och-skrivelser/Kungl-Majts-proposition-anga\\_FX0328/](http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Forslag/Propositioner-och-skrivelser/Kungl-Majts-proposition-anga_FX0328/)

Region Dalarna (2014) *Dalastrategin – Dalarna 2020*.

Region Dalarna (u.å.) *Dalarnas innovationsstrategi*

Pine, Joseph, och James H. Gilmore (1999) *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.

Svenska Filminstitutet (2014) *Filmåret i siffror 2013*.

Tillväxtanalys (2009) *Kulturnärings i svensk statistik*, rapport 2009:06

Tillväxtanalys (2011) *Svenska företag i globala värdekedjor - sex fallstudier* Working paper 2011:53.

Tillväxtverket (2013), *Slutrapport – projekt Mäklarfunktioner*, Gävleborg Dalarna postproduktion av film och digitala medier

Tillväxtverket (2013) *Slutrapport – Mäklarfunktioner/nätverk/modeller för samverkan* dnr 012-2010-2662.

Turismens utredningsinstitut (2008) *Evenemangsmätning Dalhalla 2008 Region Siljan – Inom ramen för projektet 'Destination Siljan med Dalhalla som besöksmotor*, Kristina Gilbertsson.

Wei Pei-Shan Lu Hsi-Peng (2014) "Why do people play mobile social games? An examination of network externalities and of uses and gratifications", *Internet Research*, Vol. 24 Iss 3 pp. 313 - 331

Inno Scandinavia AB i samverkan med WSP (2011) *Västra Götaland som filmregion: en utvärdering av genomförda insatser för att utveckla sektorn & analys av det regionala filmlandskapet*. Västra Götalandsregionen.

Throsby, David och Glenn Withers (1979) *The Economics of the Performing Arts*. Edward Arnold; London.

Throsby, David (2008) "Modelling the cultural industries". *International Journal of Cultural Policy*, 14:3, 217-232

## **Besökta hemsidor**

All music agency, [www.ama.se](http://www.ama.se) Lena Arekleiv, 08-587 060 92.

Cross innovation EU, [www.cross-innovation.eu/manifesto/featured/](http://www.cross-innovation.eu/manifesto/featured/)

Frilansfinans, [www.frilansfinans.se](http://www.frilansfinans.se)

Orsa musik, [www.orsamusik.se](http://www.orsamusik.se), Susanne Bogg, 070-67 513 67

Nationalencyklopedin, [www.ne.se](http://www.ne.se)

Region Dalarnas hemsida, <http://www.regiondalarna.se/om-region-dalarna/>

Region Gävleborgs hemsida <http://www.regiongavleborg.se/Kultur/2015-Kulturutveckling/Verksamhet/Crossmedia/>

SCB (2015) <http://www.scb.se/sv/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Arbetsmarknad/Loner-och-arbetskostnader/Lonstrukturstatistik-privat-sektor-SLP/7534/Forandringar-i-undersokningen/>

Svenska filminstitutet, <http://www.sfi.se/sv/varastod/Regionala-stod/Om-regionala-resurscentrum/>

Sveriges radio 2015, *Regeringen utreder kulturskolan*  
<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=478&artikel=6154309>

Sveriges radio 2015, *Regeringspengar till kulturskolan kan gå till mer än lägre avgifter*  
<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=478&artikel=6257114>

<http://www.kulturskoleradet.se/seminarium/dataspelsbranschen-behover-kulturskolan>

<http://www.musikkonservatoriet.com/vara-utbildningar/kompletterande-utbildning/>

Wikipedia, [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

### **Inkubatorer för kkn**

<http://www.transitkulturinkubator.se/page.php?id=180>

<http://www.webbhotell.sll.se/sv/gamla-film-stockholm/Filmproduktion/Transit-inkubator-och-Moving-Pictures/>

<http://www.filmbasen.se>

<http://www.webbhotell.sll.se/sv/gamla-film-stockholm/Filmproduktion/Filma-i-landstingslokaler1/>

<http://thecreativeplot.se/om-the-creative-plot-3>

<http://www.movexum.se/sv/node/21>

<http://www.galaxypost.se/?pageid=2>

<http://www.gsp.se/sv/om-gsp>

<http://www.utvecklingnordost.se/om-utveckling-nordost.html>

<http://www.innovatum.se/starta-och-utveckla/driva-foretag/vad-ar-en-inkubator/>

# Bilaga 1 Definitioner

## 8.1.1 Kulturbegreppet

*Kulturbegreppet* används med lite olika innebörder inom olika sammanhang och discipliner. I sin grundform betyder kultur *odling*.<sup>84</sup> Men bland andra Thorsby (2001) ger ordet kultur åtminstone tre olika tolkningar: kultur i *antropologisk* betydelse i termer av identitet, attityder och värderingar hos en grupp av människor, kultur sprunget ur estetik, som ett uttryck för och förfining av olika konstformer som det används bland annat inom kulturpolitiken, samt kultur som en aktivitet eller produkt som bygger på kreativt och intellektuellt arbete och som kommunicerar med symboler.

## 8.1.2 Konst

All konst (konstformer) är kultur – men all kultur är inte konst.<sup>85</sup> Konstpolitiken är en del av kulturpolitiken som fokuserar på konst ur ett professionellt perspektiv, där utbildning och andra samhällsfunktioner är centrala.

Vad konst är finns ingen vedertagen definition för. Men vi arbetar utifrån distinktionen att konstnärligt blir något när det talar, förmedlar en känsla, till någon annan än konstnären själv, någon annan ska bli berörd av upplevelsen/tjänsten/produkten.

Genom definitionen att konst ska beröra/tilltala någon annan än konstnären själv, kan alla konstformer ses som olika former av språk, som människan tillämpar för att förmedla känslor och kunskap mellan människor. Det ger också en signal om hur vi kan bedöma konstnärlig kvalitet.

Konst jämförs ibland med grundforskning, som innebär ”ett systematiskt och metodiskt sökande efter ny kunskap och nya idéer utan någon bestämd tillämpning i sikte.”<sup>86</sup> Parallellen handlar framförallt om vikten av att inte ha någon bestämd tillämpning i sikte, vilket skulle begränsa dess potential till ett instrument för befintlig kunskap. Det handlar alltså om att upprätthålla en grund som är öppen för framtidens kunskap.

## 8.1.3 Kompetens, hantverksskicklighet och kvalitet

En förmåga, som vi kan kalla kompetens eller hantverksskicklighet, förvärvad eller medfödd att använda och utveckla de olika konstnärliga ”språken” (hantverken) så att de blir relevanta för sin samtid och/eller framtid.

## 8.1.4 Konvergens

Inom filmpolitiken har begreppet konvergens blivit allt mer intressant under senare tid. Konvergens kan innebära en form av standardisering av teknik men också att sammanföra olika branscher eller sammanföra gammalt med nytt i syfte att förbättra och lära. Konvergens skulle också kunna innebära att företag från olika branscher samordnar vissa tekniska resurser för att maximera resursnyttjande och effektivitet.

Konvergens skulle kunna användas som ett paraplybegrepp där *cross innovation* och *gamification* är olika underkategorier.

## 8.1.5 Gamification

En direkt definition av begreppet gamification saknas. Frågan är om det är möjligt att formulera en användbar definition då det är ett relativt nytt begrepp som är under utveckling.

---

<sup>84</sup> Nationalencyklopedin, 2015.

<sup>85</sup> Karlsson (u.å.) s 7

<sup>86</sup> Nationalencyklopedin, 2015.

En övergripande beskrivning handlar om att gamification innebär att införa erfarenheter och teknik från dataspelsvärlden till arbetsprocesser i mer traditionella branscher.

På Wikipedia beskrivs gamification med att ”spelifiering eller spelskipning (eng. Gamification) är användandet av spelmekanismer inom verksamheter som traditionellt inte hör samman med spelande - exempelvis handel, IT, transport eller utbildning (spelifierat lärande). Det är ett sätt att öka interaktionen med ett material, digitalt eller fysiskt, för att därmed öka användarens engagemang för sagda material. Spelifiering är ett fenomen som hämtat mycket inspiration från framförallt datorspel, men som i olika former har funnits långt tidigare. Spelifiering bygger, liksom spel, på frivilligt deltagande.”<sup>87</sup>

Vidare innebär ordet spel att ”(E)tt spel eller sällskapsspel är en tävlingsinriktad sysselsättning, för en eller flera individer, som utövas enligt bestämda regler, och vanligen med hjälpmedel av något slag. Spelet drivs framåt av spelarens handlande i olika situationer antingen genom strategiska val eller slumpmässiga utfall, eller dessa kombinerade. Detta resulterar till slut i belöning eller straff, det vill säga vinst eller förlust, vilka skapar ett slags spänningsmoment.”<sup>88</sup>

Gamification placerat i ett ekonomiskt teoretiskt perspektiv innebär ett sätt att påverka individen att göra val som den annars inte skulle ha gjort. Enligt marknadsekonomisk teori är antagandet att det inte finns utrymme att påverka individens val på en helt fungerande marknad, individen antas vara helt upplyst och nyttomaximerande, och således finns inte heller utrymme för gamification. Men då gamification bevisligen tillämpas och ger effekter får marknaden anses vara i obalans och gamification blir därmed ett verktyg för att motverka dessa marknadsmisslyckanden. Hamari och Huotari (2012)<sup>89</sup> skriver att gamification innebär ”*a process of enhancing a service with affordances for gameful experiences in order to support user’s overall value creation*”. De kopplar gamification till brukarens värdeskapande och fungerar då som en del i att överbrygga marknadsmisslyckanden och effektivisera marknaden. I ett bokkapitel (2015)<sup>90</sup> skriver Hamari, Huotari och Tolvanen att gamification är en process som förbättrar system genom spelupplevelser, vilket ökar det samlade värdeskapandet i samhället.

En faktor som möjligen kan användas för att dra en skiljelinje mellan gamification och nya teknislösningar i allmänhet är att gamification innehåller en dramaturgi som bygger på de *belöningsmekanismer, både individuella och grupp-dynamiska*, som dataspel bygger på, det betyder att arbetsformen ska utvecklas till att bli mer interaktiv och ge exempelvis arbetstagaren direkt återkoppling eller tillfredsställelse. En betydligt vidare tillämpning av gamification skulle kunna vara all teknik som omfattar *interaktiva val*, att till någon mån styra över handling och utvecklingsförlopp själv.

### 8.1.6 Cross innovation

Cross innovation innebär att överföra befintliga teknologier, system, koncept eller generella principer från en industri till en annan i syfte att lösa problem eller besvara frågor inom denna industris praktik.<sup>91</sup> Vi ser att cross innovation omfattar samarbeten mellan olika hantverk/kompetenser och industrier inom KKN-området, som exempelvis när en tonsättare komponerar för ett dataspel eller när dataspelsteknik tillämpas i filmproduktion eller på annat sätt kopplas till en film eller musik. Cross innovation omfattar också när exempelvis musik

---

<sup>87</sup> Wikipedia 2015

<sup>88</sup> Wikipedia 2015

<sup>89</sup> Hamari och Huotari 2012.

<sup>90</sup> Hamari, Huotari och Tolvanen 2015.

<sup>91</sup> Lämmer-Gamp 2014 s 4.

används för friskvård och hälsa, och när spelteknologi tillämpas för att förbättra arbetsprocesser inom basindustrin. Men cross innovation ska inte blandas samman med service mellan olika branscher, som ex web-designers.<sup>92</sup>

Erfarenheter från Interreg-projekt med fokus på cross innovation inom EU signalerar att cross innovation främjas bäst när så många förutsättningslösa nätverksmöjligheter som möjligt ges, i motsats till att starta solitära cross-innovation-projekt. I de studerade exemplen handlar detta om företagsnätverk, inkubation, scouting, ekonomiskt stöd till pilotprojekt som innebär samarbeten mellan kreativa industrier och traditionella industrisektorer, samt konferenser och mässor med olika sektorer representerade.<sup>93</sup>

### 8.1.7 Individuell nytta vs samhällsnytta

Individuell nytta är individens egen skattning av värdet eller nyttan av något, inbegripet att individen räknar av eventuella kostnader i sin skattning. Inom ekonomisk teori pågår debatten om huruvida kollektiv nytta/samhällsnyttan kan antas vara summan av individernas nytta, eller om det finns samhällsnytta som individer i allmänhet inte har förmåga att skatta. Att samhällsnyttan är densamma som summan av individernas nyttor, bygger på ett antagande om att individerna har fullständig information och kunskap om det faktiska värdet av exempelvis samhällsnyttiga funktioner som vägar och järnvägar, sjukvård och utbildning.

I praktiken saknas det resultat som visar på att så är fallet, här verkar det finnas ett ideologiskt tolkningsföretade för ståndpunkten att individen har förmåga att skatta nyttan, då bevisbördan hittills har lagts på dem som kritiserat antagandet istället för att förespråkarna stått för en mer objektiv hållning till analysen av individens förmåga. Många studier pekar på att individen optimerar sin nytta utifrån det givna samhällssystemet och generellt gör val som optimerar utfallet på kort sikt. Varje enskild individ har primärt inte information, förmåga eller tillräckligt med tid att informera sig, för att ta ett långsiktigt ansvar för samhällsutvecklingen i varje praktisk detalj.

Musgrave myntade begreppet *merit goods* för samhällsnyttiga funktioner som brandkår och sjukvård och sådana behov som ett samhälle eller en grupp kan ha som är överordnade en individs.<sup>94</sup>

Även teorier och resultat om innovationssystem pekar på vikten av att se samhället som en gemensam kropp snarare än som summan av de individer som bevistar det.

### 8.1.8 Egenvärde respektive instrumentellt värde

Inom kulturforskningen pågår en debatt om huruvida konst och kultur ska tillskrivas ett egenvärde, och således fritt från krav på ekonomisk värdering, eller om dess funktion ska motiveras med olika nyttogivande effekter. Risken finns att synen på konst och kultur blir instrumentell – endast de yttringar som på förhand kan motiveras genom någon form av samhällsnytta ses som legitima, och därigenom kringskärs enligt kritikerna bland annat den centrala drivkraften hos konstnären.

Hur ska ett offentligt system tillämpa en utgångspunkt i att konst och kultur har ett egenvärde? När medel ska fördelas måste prioriteringar göras, det går inte att ge allt åt alla, utan någon form av värdering av ekonomiskt och/eller konstnärligt värde måste göras.

---

<sup>92</sup> Lämmer-Gamp, 2014, s 11.

<sup>93</sup> Lämmer-Gamp 2014, s 13.

<sup>94</sup> Musgrave, 1987.

För det första är det vanskligt att på förhand dra allt för stora växlar på förväntade kortsiktiga ekonomiska effekter. Det riskerar både att begränsa valet till den kommersiellt mest gångbara kulturen och att fokusera på redan förhärskande inriktningar som inte ger den förnyelse och de alternativ som är en del av de marknadsmisslyckanden som behöver korrigeras och som konstpolitiken på olika sätt eftersträvat. De facto finns det allt för många exempel på konstnärer som aldrig blev erkända under sin livstid men högt skattade därefter.

#### **8.1.9 Transaktionskostnader**

Transaktionskostnader är ett centralt begrepp för denna rapport. Transaktionskostnader är kostnader som kan uppstå för att en händelse/transaktion ska genomföras/inträffa utöver själva produktionskostnaden. Transaktionskostnader tydliggör att det kan finnas kostnader förknippade med en ekonomisk händelse som går utöver prislappen. Lang (1986) använder språk som exempel på en barriär för ekonomiska utbyten och menar att det för att övervinna denna barriär, att lära sig ett språk, medför transaktionskostnader.

Transaktionskostnader kan också omfatta kostnader för transporter som krävs eller tid som kan krävas för att inhämta information eller knyta kontakter, för att en transaktion ska genomföras. Att gå emot förutfattade meningar och rådande normer i samhället kan också utgöra en transaktionskostnad, då individen kan anses utsätta sig för en risk att sänka sitt anseende eller status.

#### **8.1.10 Ekonomiska värden**

En notering om användningen av begreppet ekonomiskt värde. En utgångspunkt för resonemangen i denna rapport är att alla former av värden antas kunna omsättas i ekonomiska termer. Pengar är en symbol för det vi värderar. En del värden är givetvis svårare än andra att omsätta i exakta pengamässiga värden, men till skillnad från många andra teoretiska resonemang kring kulturens betydelse så tar denna rapport sin teoretiska utgångspunkt i att det är möjligt att omsätta konstens och kulturens betydelse i ekonomiska termer på olika samhällliga nivåer på ett eller annat sätt. Ett exempel är att om konst och kultur ger upphov till ökad lycka hos individen kommer detta att bidra till en friskare individ/befolkning och därmed lägre kostnader som rör sjukdomar för individen och för välfärdssystemet. Dock är området som vi kommer att visa på, en svårdefinierbar eller svårhanterlig ”vara” på den ekonomiska marknaden framförallt för att den i så hög grad skapar kollektiva nyttor som är svår för individen att skatta.

#### **8.1.11 Affärsmodeller och finansieringsmodeller**

Vad innebär en affärsmodell? En affärsmodell är sättet ett företag organiserar sin affärsidé på, inom givna ekonomiska ramar satta av lagar, regler och sociala institutioner (normsystem) i samhället.

En finansieringsmodell innebär en offentligt utformad insats, vilken sätter ramar och incitament för hur privata aktörer ska förhålla sig och verka inom samhällssystemet.

#### **8.1.12 Innovationssystem och kluster**

Med innovationssystem omfattar vi i detta arbete alla delar och aktörer i samhället, från idé via produktion till slutkonsument. Det innefattar således barns och ungas utbildning och bildning, de offentliga stödssystemen och hur framgångsrika företag inom respektive bransch skapas, deras möjlighet att samverka inom en bransch och med andra branscher samt konsumtion av slutkund.

Kluster innebär en organisatorisk sammanslutning där intressenter i en viss bransch eller med gemensamma intressen kan mötas. I ett kluster finns representation från näringsliv och



entreprenörer, offentliga myndigheter och organisationer, utbildningsinstitutioner, forskningsinstitutioner och finansiella aktörer.

På klusterarenan sprids och delas kunskap, och samarbeten uppstår som gör att resurserna används på ett mer effektivt sätt än utan kluster. Inom kluster växer också branschspecifik kunskap fram som kommer att spilla över mellan företag som inte ingår i klustret, det sker istället genom de allmänna kontakter som skapas av att många människor är på samma geografiska plats, se vidare om spill-over-effekter i avsnittet om innovationssystem.

## Bilaga 2 Erfarenheter av tidigare insatser inom KKN-området

### 8.2 Nationellt

Under 2009-2012 bedrevs aktivt arbete från regeringen för att förbättra förutsättningarna för KKN-området genom en handlingsplan.<sup>95</sup> Med handlingsplanen följde en budget på drygt 70 miljoner kronor. Handlingsplanens övergripande fokusområden var:

- *Rådgivning till företag*
- *Programsatsning på inkubatorer för kulturella och kreativa näringar*
- *Mellanhänder/Nätverk/Modeller för samverkan,*
- *Entreprenörskap i kulturella och kreativa utbildningar*
- *Innovation och design*
- *Ledarskap och arbetsorganisation*
- *Studie om finansieringsbehov*
- *Förbättrad statistik*
- *Kompetensutveckling*

År 2012 avslutades arbetet utan plan på fortsättning, något som sedan dess kritiserats i den allmänna debatten vid ett flertal tillfällen. Under 2015 har en samling initierats på regional nivå för ett upprop gentemot regeringen med krav på en fortsättning och nya resurser.

En del i den nationella handlingsplanen 2009-2012 innebar att Tillväxtverket fick ett uppdrag att utveckla mäklarfunktioner på regional nivå. För detta sökte Region Dalarna 720 tkr för att genomföra projektet *Bryta nya gränser*. Region Dalarna samverkade redan tidigare med Region Värmland och Region Gävleborg i det EU-finansierade projektet för kulturella och kreativa näringar, KKK-Nätverket, och genom det arbetet fanns ett strategiskt utvecklingsdokument att ta avstamp i.

Projektet har omfattat tre olika delar med ett gemensamt syfte, samt ett tilläggsbeslut våren 2012 som innebar ett pilotförsök med finansieringsformen *crowdfunding*.<sup>96</sup>

<sup>95</sup> Näringsdepartementet, kulturdepartementet, 2009.

<sup>96</sup> Crowdfunding innebär mycket kort att be allmänheten om gåvor för finansieringen, p praktiken görs detta genom olika hemsidor och utifrån särskilda regler.

I projektet *Bryta nya gränser* har Region Dalarna haft ett nära samarbete med Dalarnas museum, Kulturmagasinet i Falun, Dalarnas kommuner, Almi Gävle/Dala, länsstyrelsen, landstinget, kreatörer och företagare.

Projektet syftade till att bredda marknaden för kulturföretag genom att utveckla idéer och produkter för att få fram fler samarbeten och skapa verktyg för affärsutveckling inom KKN-sektorn. De tre delprojekten hade fått följande resultat och effekter per december 2012:

- *"Delprojektet Världsarvet Falun – en kulturmiljö i cyberspace har i en databas utvecklat en prototyp för att informera om världsarvet i form av bland annat spel som kan användas mobilt eller stationärt. Resultatet drivs vidare av Dalarnas museum."*<sup>97</sup>
- *"Delprojektet Workshops för idégenerering av varor och tjänster inom kulturella och kreativa näringar i Avesta, Leksand och Falun har utvecklat varor och tjänster med potential för kommersialisering, spridit kunskap om innovationsprocesser samt skapat nätverk och lagt grunden till kontaktvägar med företagsfrämjande aktörer. 35 personer har genomgått detta utbildningspaket."*<sup>98</sup>
- *"Företagsutveckling – kulturkubits har framgångsrikt prövats på fyra företag inom kulturella och kreativa näringar och ett material för affärsutveckling under namnet 'Kulturentreprenören' har tagits fram."*<sup>99</sup>
- *Crowdfunding-försöket bidrog till att fem dalaprojekt sökte varav två uppnådde full finansiering.*

Enligt utvärderingar har projektet *Bryta nya gränser* bidragit till nytt och ökat fokus på kulturella och kreativa näringars drivkrafter i Dalarna. Projektet har bidragit till att föra samman regionala aktörer kring KKN och har realiserat konkreta insatser där det funnits uttryckliga behov. Även nya nätverk och tidigare samarbeten har kunnat stärkas.

"Tillväxtverkets slutsats är att projektet har stärkt arbetet med de kulturella och kreativa näringarna ytterligare i Dalarna och att projektmedlen – utifrån ett marknadsbehov – har lett till att nya innovativa idéer för ett ökat entreprenörskap och företagande har kunnat utvecklas och prövas. Projektet har nått ut brett och därmed bidragit till ökad regional attraktionskraft. Det är också ett gott exempel på en väl förankrad regional samverkan mot gemensamma mål. Resultaten av de olika delprojekten kommer med olika huvudmän och på lite olika sätt att drivas vidare i regionen."<sup>100</sup>

### 8.3 Regionalt

Under perioden 2008-2011 har ett interreg-projekt kallat *Innovation Music Network* genomförts i partnerskap mellan universitet/högskolor (Karlstad Universitet, Högskolan Dalarna, Högskolen i Hedmark), ideella föreningar (Mjøs Kryss), folkbildning (Studiefrämjandet Värmland / Bergslagen, Studiefrämjandet Södra Dalarna) och näringslivsaktörer / artister. Över 1000 personer har deltagit i projektets olika aktiviteter.<sup>101</sup> Å Högskolan Dalarnas vägnar har Mediahuset och utbildningsprogrammen ljud-, musik- och media medverkat som projektägare, mötesplats och kompetensutvecklingsplattform.

Projektets problemställning, som fortfarande är högst aktuell, var vilken påverkan den digitala omvandlingen har för musikområdet. Omvandlingen har fått stora effekter i både

---

<sup>97</sup> Tillväxtverket, 2013, s 28ff.

<sup>98</sup> Tillväxtverket, 2013, s 28.

<sup>99</sup> Tillväxtverket, 2013, s 29.

<sup>100</sup> Tillväxtverket, 2013, s 29.

<sup>101</sup> Interreg Sverige-Norge, 2011, s 3.

produktionsled och i försäljningsled. Projektet ledde bland annat fram till ett flertal forskningsartiklar om musikområdet, fler mötesplatser, ett par bättre anpassade utbildningar,

Ett resultat från IMNs kartläggning som är relevant för denna förstudie var att det fanns ett stort intresse hos musikaktörerna av att det arrangerades låtskrivarcamps.<sup>102</sup>

Under perioden 2009-2013 har Region Dalarna i samarbete med Gävleborg och även Värmland också bedrivit projekten KKN I och KKN II, med syfte att kartlägga nuläget och på olika sätt stärka företag och sysselsättningen inom KKN-området. Viktigt att notera är att turism ingår i den KKN-definition som KKN-projekten tillämpat.

Slutrapporten från den första projektperioden 2009-2011 gavs titeln ”Att fläta en näverkorg” och ville med det förstärka insikten om att hur olika offentliga insatser stödjer varandra. Under den första projektperioden ”utvecklades modeller och metoder för att främja näringarna som till exempel klusterbildning, samverkan mellan offentlig sektor, övrigt näringsliv och kulturella och kreativa näringar och produkt- och marknadsutveckling med främsta fokus på event.”<sup>103</sup> Statistik över sektorn togs fram och kommunicerades med beslutsfattare och projektet fungerade även som stöd för processer som initierats av andra. Ett parallellt spår var att specifikt undersöka kreatörers behov.<sup>104</sup>

Det andra projektet KKN II, andra delen av projektperioden, har implementerat de erfarenheter som drogs och de metoder som utarbetades under den första perioden. ”Detta har innefattat insatser riktade mot nuvarande och blivande företagare för att öka och stärka deras företagande samt mot företagande på en strukturell nivå. Den strukturella påverkan har syftat till att inlemma sektorn som en del av hela näringslivet med samma möjligheter och förutsättningar, men med hänsyn till sektorns speciella villkor.”<sup>105</sup>

Statistik från projekten visar på att totalt sett var cirka 7 600 personer sysselsatta inom KKN-sektorn i Dalarna år 2011, vilket motsvarade cirka sex procent av de sysselsatta i länet. År 2011 fanns 3 200 företag inom KKN i Dalarna, dessa företag stod för 4,5 procent av den totala omsättningen i länet. Omsättningen är i princip densamma för åren 2008 och 2011. Antalet KKN-företag i Dalarna hade ökat med 11–12 procent sedan år 2008 men inom hela näringslivet var ökningen något större, 15 procent. Företag inom KKN är ofta små och tre av fyra företag har ingen anställd. Omsättningen är också så pass låg för tre av fyra företag att de kan klassificeras som hobbyföretag.<sup>106</sup>

Siffrorna över sysselsatta underskattar dock betydelsen av de kulturella och kreativa arbetsinsatserna, då sysselsatta i kulturella och kreativa yrken som är anställda på företag utanför KKN-kategorin inte ingår i dessa siffror. Just kulturella och kreativa arbeten som bidrar till produktion av tjänster och produkter inom icke-kulturella branscher är ett viktigt fokus för denna förstudie – nämligen att hitta synergier för hur olika konsthantverk kan utveckla och förbättra befintliga företags tjänster och produkter, eller skapa helt nya tjänster, produkter och upplevelser i samarbete med företag från andra sektorer, med andra ord *cross innovation*.

I statistikkartläggningarna som gjorts inom KKN I och KKN II har en modell kallad KRUT tillämpats. Den utgör en bredare definition av de kulturella och kreativa näringarna än vad

---

<sup>102</sup> Interreg Sverige-Norge, 2011.

<sup>103</sup> Oxford Research, 2013 s 9.

<sup>104</sup> Oxford Research, 2013.

<sup>105</sup> Oxford Research, 2013 s 10.

<sup>106</sup> Oxford research, 2013, s 25.

UNESCO och Tillväxtverket på senare tid har föreslagit för KKN-området. KRUT omfattar fyra delsektorer, Turism/Rekreation/Sport, Media/Digital, Konst/Design och Kulturarv/Informationshantering. En uppdelning finns också efter vilket värdesystem som näringen utgör, det vill säga inom vilken del av värdekedjan den är aktiv. Dessa värdesystem är Material, Kreatörer, Reproduktion, Distribution och Utbildning, vilket går i linje med vår ambition att synliggöra olika funktioner i innovationssystemet. Alla värdesystem i KRUT finns inte representerade inom alla delsektorer. Vidare ingår exempelvis musik i kategorin Konst/design och spel och film ingår i kategorin Media/digitalt, vilket gör att modellen inte till fullo fyller vårt önskade syfte.

Oxford research gjorde på uppdrag av projektet KKNII en statistikrapport över Dalarna och konstaterade bland annat att inkomsterna för sysselsatta inom KKN generellt är lägre än genomsnittet på arbetsmarknaden och att lönerna har utvecklats sämre än för näringslivet som helhet mellan år 2008 och 2011. Medelårsinkomsten inom kulturnäringarna ökade med sju procent nationellt och med åtta procent i Dalarna, medan motsvarande förändringar för näringslivet som helhet låg flera procentenheter högre. År 2011 var medelårsinkomsten inom KKN 218 000 kr i Dalarnas län men 258 000 kr i Dalarna som helhet, och inom KKN i landet var medelårsinkomsten 262 000 kr, att jämföra med näringslivet som helhet om 307 000 kr.<sup>107</sup>

KRUT-modellen tillämpar vidare SCBs yrkeskategoriseringar efter så kallade SSYK-koder samt kategoriseringar av företag i SNI-koder. För konst, hantverk och kulturell verksamhet finns ingen tradition av detaljerade uppdelningar av yrkena på samma sätt som yrkesdefinitioner har utvecklats inom varuindustrin. Det gör att en yrkeskod för exempelvis musiker omfattar många olika delfunktioner inom musikbranschen och att en SNI-kod för ex artistisk verksamhet omfattar både musiker, dansare och skådespelare men även konstnärer inom andra konstformer. Statistiken blir därför trubbig.

Myndigheten för Tillväxtanalys har föreslagit att företag med utgångspunkt i konst och kultur ska kallas *kulturnäringar* i stället för kulturella och kreativa näringar (det ligger i linje med förslag från UNESCO och Eurostat). Tillväxtanalys har tagit fram ett förslag, kallad Kulturtrident, på hur dessa ska fångas i den yrkes- och näringsgrenstatistik som finns.<sup>108</sup>

Kulturtrident-modellen har hämtats från Australien och har anpassats till svenska förhållanden.<sup>109</sup> Modellen utgår ifrån den ”ekonomiska” kultursektorn, det vill säga ideell verksamhet och dylikt ingår inte utan endast sysselsatta och företag som ingår i KKN-definitionen. Det som är en fördel med Kulturtrident-modellen är att den både synliggör de kulturyrken som verkar inom icke-kulturföretag (ex. designers i varuproduktionsföretag) samt räknar bort de sysselsatta i yrken som inte är kulturyrken men som är anställda i kulturföretag (ex. snickare på en teater). Detta understryker att konst och kultur är en katalysator som också sysselsätter många ifrån mer traditionella yrken.

I KKN I – projektet togs statistik fram med utgångspunkt i kulturtridenten. Som framgår i tabellen nedan för Dalarna var 4 206 sysselsatta inom kulturyrken/kulturnäringar under 2007, vilket motsvarade 3,4 procent av alla sysselsatta i Dalarna detta år. Observera att detta är samtliga KKN-områden, ej endast musik, film och dataspel.

I tabellen framgår det också att andelen kulturyrken som är sysselsatta i kulturnäringar utgör den minsta andelen, cirka 18 procent, av vad hela området bidrar med på arbetsmarknaden,

---

<sup>107</sup> Oxford Research, 2013, s 19.

<sup>108</sup> Tillväxtanalys, 2009, s 9.

<sup>109</sup> Tillväxtanalys, 2009, s 11.

medan sysselsatta i övriga yrken som arbetar inom kulturnärings utgör 30 procent och andelen kulturyrken som är sysselsatta i övriga branscher utgör 52 procent.

Tabell 10. Kulturtrident för Dalarna år 2007, antal sysselsatta inom resp. kategori.

|                                       | Kulturnärings                | Övriga yrken           |
|---------------------------------------|------------------------------|------------------------|
| <b>Kulturyrken</b>                    | 767                          | 2 158                  |
|                                       | t.ex. skådespelare på teater | t.ex. industridesigner |
| <b>Övriga yrken + yrkeskod saknas</b> | 1 281                        |                        |
|                                       | T.ex. snickare på teater     |                        |

Vi har också hämtat inspiration till vår kartläggning av innovationssystemet från KKN-projekten, som tog fram en beskrivning av vad de kallade förädlingsprocessen för kreativa näringar, enligt följande:

1. *"Råvara, vilken är lika med individens kreativitet och därmed "hjärnkapacitet".*
2. *Bearbetning, talangutveckling*
3. *Produkt, produkten baseras på talang, som kan säljas*
4. *Marknad, säljs oftast i liten skala av personen som innehar talangen.*
5. *Produkt, när talangen ges tillfälle att möta andra talanger uppstår ofta andra produkter = förädlad produkt. Ger bäst utväxling om motor/producent finns i produktutvecklingen.*
6. *Marknad, en förädlad vara som bygger på talang når lättare en bredare marknad, där fler samarbetar och där en motor/producent finns."*

I detta projekt är vi aktiva med kunskaps- och erfarenhetsöverföring från KKN I och KKN II genom att ta del av det skriftliga materialet och ha direkt kontakt med Theresia Holmstedt Jensen som var projektkoordinator för de båda projekten. Ett resultat som vi tagit fasta på och som ligger i linje med våra nodutvecklares erfarenhet är vikten av ett personligt engagemang, samt kunskap och erfarenhet om KKN-företagens specifika förutsättningar hos dem som driver utvecklingsarbete i offentliga verksamheter.

Värt att lyfta fram här är också projektet "Galaxy of postproduction" som hade som syfte "att utveckla region Gävleborg/Dalarna till ett innovativt centrum för postproduktion och efterbearbetning av film och digitala medier. Genom utvecklande av samverkansformer samt infrastruktur och mäklarfunktioner för efterbearbetning av audiovisuellt material kommer projektet att skapa tillväxt hos regionens befintliga aktörer, skapa nya företag och arbetstillfällen samt stärka regionens betydelse nationellt. Projektet syftar också till att ta initiativ för att etablera en regional resursfond. Denna fond ska utgöra ett incitament för filmproducenter att förlägga sin postproduktion i regionen."<sup>110</sup>

Projektet har bedrivits av en ideell förening som var tänkt som kärnan i en klusterbildning, med finansiering från både regioner och Tillväxtverket.

Enligt slutrapporten har det under projektets gång bidragit med positiva effekter i form av ökad samverkan, arbetstillfällen, nystartade företag och fler filmproduktioner i regionen noterats. Arbetsbeläggning och omsättning hos företag som People in the Park (Kilafors) och Magoo (Söderhamn) har ökat på ett märkbart sätt. Även hos samarbetspartners som Film i Dalarna och Högskolan Dalarna har en ökad aktivitet kunnat noteras.

<sup>110</sup> Tillväxtverket, 2013.

## 8.4 Borlänge kommun

Under åren 2001-2014 drev Borlänge kommun med finansiering av Tillväxtverket och Region Dalarna flera på varandra följande projekt under namnet Boom Town. Perioden 2001 – 2004 genomfördes en förstudie som sedan realiserades från 2004 och fram till hösten 2014.

Projektens olika insatser omfattade ett starkt fokus på att utveckla och stärka populärmusiklivet i regionen, framförallt genom en så kallad Band booster, som var ”ett ettårigt program med syftet att band ska kunna utvecklas och stärka sitt varumärke i nära samarbete med mentorer, arrangörer, marknadsförare och företagsutvecklare”.<sup>111</sup> Inom Boom Town-projekten har även en infrastruktursatsning gjorts genom bygget av en studio i lokalerna på Wallinskolan och inköp av ljus- och ljudanläggningar. Enligt projektbeskrivningen skulle Boom Town arbeta för:

- ”näringslivsutveckling genom anpassning av traditionella inkubatorfunktioner till musikbranschen,
- klusterutveckling,
- stöd till regionens näringsliv samt utredningar,
- komplettering och vidareutveckling av nödvändig infrastruktur,
- initiering av kompetensutvecklingsinsatser på högskolenivå,
- etablering av organisation för kommersialisering av studio och uppspelningsresurser
- insatser för marknadsföring nationellt och internationellt.”<sup>112</sup>

I vårt arbete har vi byggt vidare på både verksamheten och erfarenheterna från arbetet inom Boom Town.

År 2013 presenterade Borlänge kommun rapporten *Kreativa och kulturella näringar (KKN) som ett verktyg för att utveckla och förnya industristaden Borlänge*,<sup>113</sup> som beskriver hur hela KKN-området bör bidra till att utveckla kommunen.

Med utgångspunkt i att Borlänge kommun präglats av de stora industrierna och vid tidpunkten hade ett negativt flyttnetto diskuteras i rapporten bland annat vad som krävs för att locka ”kreativa människor” och ”kreativa näringar” till orten. Hur skapas förutsättningar för en attraktiv ort. Enligt rapporten är en central funktion ett tydligt lokalt ledarskap som pådrivare. Med lokalt ledarskap menas:

- ”Förändrare - specifika individer eller grupper som kan ta på sig rollen att vara pådrivare i processen mot ett kreativt samhälle.
- Samverkan i lokalsamhället. Vilka förutsättningar finns?
- ”Kreativa mäklare” – mycket viktigt i mindre städer eftersom de ska kunna mäkla mellan utövare, utbildning, näring, politik, m.fl.
- Bygga nätverk, lokalt och utanför den egna regionen.
- Ge synlighet till lokala ”kreativa” resurser – kartlägga talang för att fånga in de som ligger utanför ”systemen”.
- Lokala, kreativitetsvänliga utbildningssystem.
- ”Kreativa platser” för möten.
- Billiga, flexibla, temporära ”arbetsplatser”
- Visionära personer, eldsjälar
- Politisk vilja och ledarskap

<sup>111</sup> Lundgren och von Schantz Lundgren 2011, s 29.

<sup>112</sup> Lundgren och von Schantz Lundgren, 2011.

<sup>113</sup> Arbetet har utförts av Affärsbyrån Grundström & Engberg på uppdrag av Borlänge kommun med Näringslivskontoret som beställare.

- *Social- och kulturell mångfald – många olika verksamheter - individuella möten, att lyfta och diskutera stereotyperna, inte i etnocentriska grupper utan individer emellan.*
- *Dynamisk organisationskultur genom nätverk*
- *Tillgång till byggnader och områden för aktiviteter och verksamheter, kulturändamålsmötesplatser.”*

När det gäller mötesplatser specifikt, kan kommuner påverka utvecklingen av mötesplatser på tre olika sätt:

- *”Skapa mötesplatser, bygga bibliotek, kulturhus, företagshotell, idrottsanläggningar.*
- *Möjliggöra, dvs skapa förutsättningar och incitament för privata aktörer att investera. Arbeta med stråk- och klusterbildningar.*
- *Tillåta - ta till sig initiativ – och intressen. Uppmuntra självorganisering.”*

Vidare ges i rapporten förslag på att instifta en ”lokal filmkommissionär”, och att det skall vara enkelt och effektivt att spela in film i Borlänge. Författarna menar att ”kratta manegen” för filmproducenter som ser Borlänge som en intressant arena bör vara en av de mer kostnadseffektiva insatserna för att nyttja KKN-områdets tillväxtfrämjande potential. För att locka inspelningar till Borlänge krävs framförallt att:

- *förenkla och snabba på erforderliga tillstånd (för att lysa av gator, stadsområden, etc)*
- *Matcha fram (och eventuellt tillhandahålla resurser som kommunen råder över) utrustning och material som finns inom kommunen eller hos företag på orten*
- *Matcha fram ”inspelningsinfrastruktur” som tillgång till boende, mat, rekreation, vård, mm. Tillägg här även lokala företag inom filmbranschen.*
- *Proaktivt bidra till och arbeta för att både kommunens anställda och allmänheten har en positiv och hjälpsam attityd till filminspelningar*
- *Vara länken mellan filmproducenten och Film i Dalarna (FiD). I stort sett alla producenter har en inledande kontakt med FiD. Därför är det viktigt att FiD har en total (och positiv) bild av Borlänges möjligheter. Funktionen kan vara en del av KKN-samordnarens uppdrag men kan också vara en egen specialfunktion inom exempelvis Näringslivskontoret.<sup>114</sup>*

Vidare konstateras i rapporten att det finns behov av jurister med musikkunskaper. Författarna skriver att både aktiva musiker och stödet kring musikbranschen som studieförbund och organisationer ser brister när det gäller kvalificerad juridisk kompetens kring upphovsrättsfrågor, branschspecifik affärsjuridik, mm. I rapporten läggs därför förslaget fram att ett komplett system för utveckling av KKN också kräver tillgång till sådan rådgivning. Det kan ingå i KKN-samordnarens uppdrag att ha jurist/-er med relevant kompetens att hänvisa till.<sup>115</sup>

## 8.5 Falu kommun

Falu kommun har under vintern 2013/2014, genom finansiering från Region Dalarna, arbetat med att kartlägga behov och förutsättningar för företagande inom kulturella och kreativa näringar. Arbetet satte fokus på själva entreprenörskapet och att urskilja viljan och ambitionerna hos starka aktörer i regionen och ett av målen var att ytterligare kunna profilera sig inom KKN-branscherna både nationellt och internationellt. Resultatet sammanfattas i rapporten ”Mötesplatser och kluster inom kulturella och kreativa näringar” och avslutades

<sup>114</sup> Borlänge kommun, 2013, s 11. KKN-strategi

<sup>115</sup> Borlänge kommun, 2013, s 11. KKN-strategi

2013-12-31. Stadsbyggnads- och näringslivskontoret på Falu kommun var projektägare. Projektets huvudsakliga mål var att leda fram till en handlingsplan för etablering av en mötesplats för ett regionalt nätverk/kluster inom KKN i Dalarna samt att utvärdera, förändra och testa nya sätt att driva inkubatorprocesser inom KKN. I projektet undersöktes även:

- *Klusterbildning och hur en gemensam mötesplats skulle kunna fungera som arena för att hjälpa fram nya tillväxtföretag och få befintliga företag att växa.*
- *Hur Dalarna ska kunna förbättra kompetensförsörjningen inom regionen genom behov av nya yrkeshögskoleutbildningar inom KKN. Yrkeshögskolor kan bli ett komplement till nuvarande högskoleprogram samt den befintliga yrkeshögskoleutbildningen för dataspelsutveckling i Falun.*

Resultatet av arbetet omfattade:

- *”metodutveckling för företagsinkubator*
- *analys av branschbehov inom kompetensförsörjning, lokaliteter, koordination och finansieringslösningar*
- *färdigt förslag på en YH-utbildning inom postproduktion och visuella effekter*
- *analys av lokalbehov och förutsättningar för en gemensam mötesplats inom näringen*
- *produktion av material tillsammans med Invest in Dalarna som nu finns på IDAs*
- *webbplats och som marknadsför Dalarna inom KKN*
- *produktion av guide kring finansierings- och bidragsmöjligheter på Falu kommuns webbplats*
- *kartläggning av regionala och nationella förebilder inom finansierings- och klustersamverkansmetoder*
- *konkreta exempel på Cross-innovation mellan spelindustri och Dala Sport Academy*
- *nya kontakter och nätverk inom regionen för ett långsiktigt samarbete inom KKN med både enskilda företagare, organisationer, kommuner och finansiärer”<sup>116</sup>*

Dessa insatser är mer eller mindre genomförda och vi har arbetat vidare med erfarenheter och förslag i musik, film och dataspel-projektet och förslag på kommande prioriteringar.

---

<sup>116</sup> Falu kommun, 2014, *Mötesplatser och kluster inom KKN*.



## Bilaga 3 Resurser från kommuner och landsting

Här följer statistik över utgifter för kultur som fördelas genom kulturförvaltningarna. Insatser genom andra förvaltningar som utbildning och näringsliv ingår inte.

Diagram 7. Kommunal utgifter för kultur som andel av kommunens totala nettokostnader, i procent, 2013.

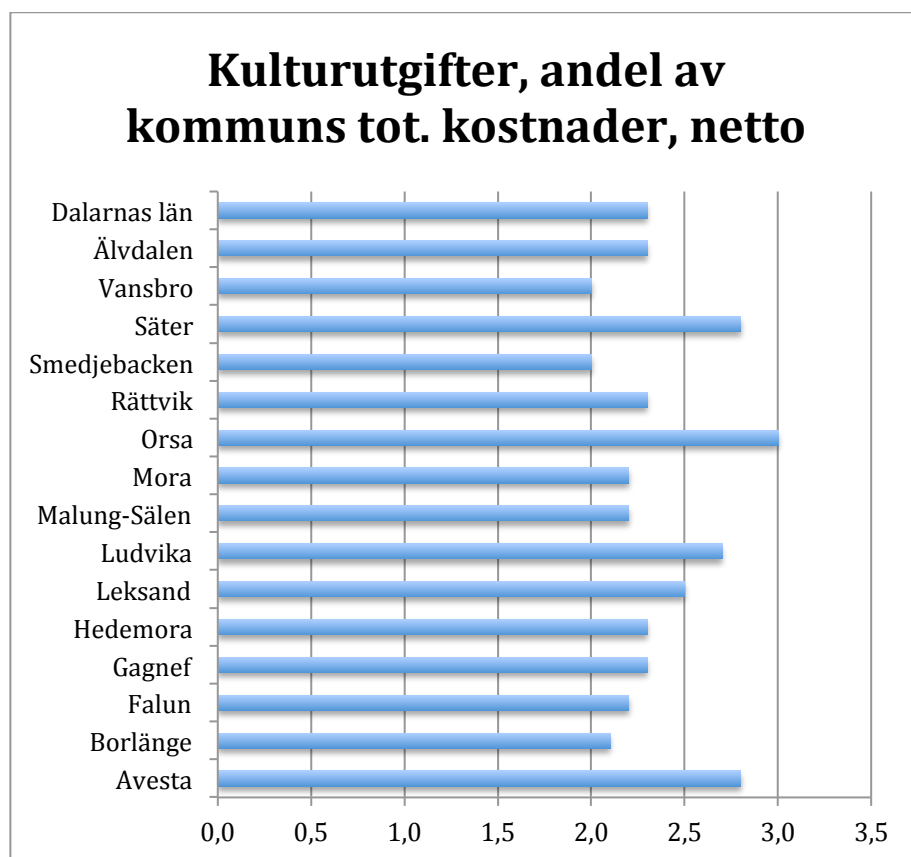


Diagram 8. Kostnader för kultur respektive fritid i kronor/invånare per kommun 2013.

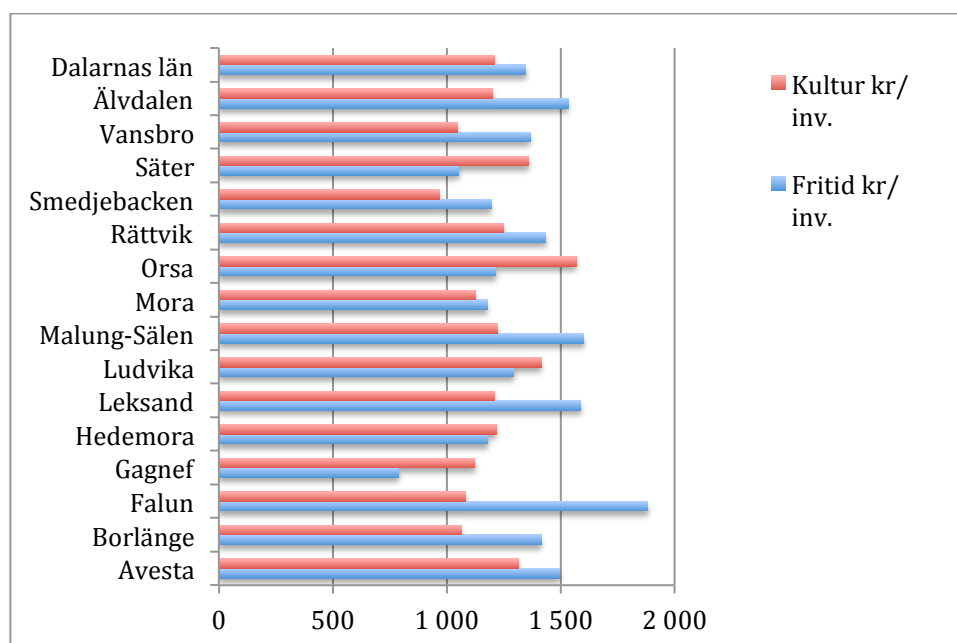
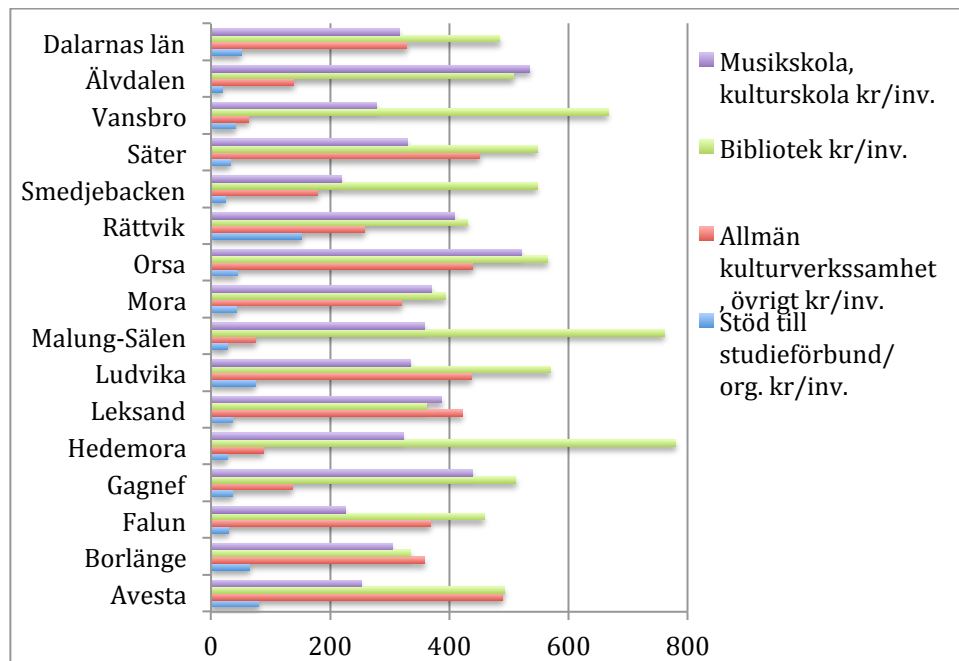


Diagram 9. Kommunala utgifter för fyra centrala kulturverksamheter 2013



## Bilaga 4 Lediga platser hos Arbetsförmedlingen

Tabell 11. Lediga platser och arbetssökande vid Arbetsförmedlingen maj 2015.

|      |                                                 |                                | Lediga platser |         | Arbetslösa |         |
|------|-------------------------------------------------|--------------------------------|----------------|---------|------------|---------|
| SSYK | Beskrivning                                     | Yrkesnamn                      | Riket          | Dalarna | Riket      | Dalarna |
| 1120 | Verkställande direktörer m.fl.                  | Filmchef                       |                |         | 1          |         |
|      |                                                 | Operachef                      |                |         | 1          |         |
| 2173 | Designer inom spel och digitala medier          | Animatör                       |                |         | 13         |         |
| 2641 | Författare m.fl.                                | Dramatiker                     |                |         | 5          |         |
|      |                                                 | Dramaturg                      |                |         | 4          |         |
|      |                                                 | Författare                     | 1              |         | 5          |         |
|      |                                                 | Manusförfattare                |                |         | 13         |         |
|      |                                                 | Mediehanterare                 | 1              |         | 0          |         |
|      |                                                 | Redigerare                     |                |         | 29         |         |
| 2642 | Journalister m.fl.                              | Videojournalist/ Videoreporter | 1              |         | 4          |         |
| 2652 | Musiker, sångare och kompositörer               | Arrangör, musik                |                |         | 3          |         |
|      |                                                 | Kantor                         | 5              | 1       | 7          |         |
|      |                                                 | Kapellmästare                  |                |         | 1          |         |
|      |                                                 | Kompositör                     |                |         | 10         |         |
|      |                                                 | Musiker, folkmusik             |                |         | 8          |         |
|      |                                                 | Musiker, klassisk musik        | 6              |         | 46         |         |
|      |                                                 | Musiker, populärmusik          | 7              |         | 50         |         |
|      |                                                 | Musikproducent                 | 1              |         | 16         |         |
|      |                                                 | Organist                       | 3              |         | 7          |         |
|      |                                                 | Repetitör                      | 1              |         | 1          |         |
|      |                                                 | Sångare, klassisk musik        |                |         | 37         |         |
|      |                                                 | Sångare, populärmusik          |                |         | 15         |         |
|      |                                                 | Tonsättare                     |                |         | 2          |         |
| 2654 | Regissörer och producenter av film, teater m.m. | Avsnittsproducent              | 8              |         | 129        |         |
|      |                                                 | Filmproduktionsledare          | 4              |         | 10         |         |
|      |                                                 | Produktionsplanerare, radio    | 1              |         | 11         |         |
|      |                                                 | Projektledare, kultur          | 10             |         | 28         |         |
|      |                                                 | Regissör                       | 2              |         | 70         |         |
| 2655 | Skådespelare                                    | Mimartist                      |                |         | 5          |         |
|      |                                                 | Musikalartist                  | 2              |         | 54         |         |
|      |                                                 | Regiassistent                  |                |         | 8          |         |
|      |                                                 | Skådespelare                   | 69             |         | 188        |         |
| 3332 | Evenemangs- och reseproducenter m.fl.           | Eventproducent                 | 8              |         | 5          |         |
| 3339 | Övriga förmedlare                               | Turnéledare                    |                |         | 1          |         |
| 3431 | Fotografer                                      | Fotograf                       | 72             | 1       | 116        |         |
|      |                                                 | Fotografassistent              |                |         | 2          |         |
| 3432 | Inredare, dekoratörer och scenografer m.fl.     | Scenograf                      | 2              |         | 21         |         |
| 3433 | Inspicienter, scriptor m.fl.                    | Attributör                     |                |         | 10         |         |
|      |                                                 | FAD (First assistant director) |                |         | 2          |         |
|      |                                                 | Inspelningsassistent           |                |         | 1          |         |
|      |                                                 | Inspicient                     | 1              |         | 1          |         |
|      |                                                 | Kostymassistent                |                |         | 6          |         |

|               |                                                 |                                   |            |                  |
|---------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|------------------|
|               |                                                 | Kostymmästare                     | 1          | 1                |
|               |                                                 | Kostymör                          |            | 10               |
|               |                                                 | Platskoordinator                  | 1          | 0                |
|               |                                                 | Platsletare, film/ Location scout | 2          | 6                |
|               |                                                 | Produktionsassistent              | 1          | 8                |
|               |                                                 | Produktionskoordinator            | 2          | 4                |
|               |                                                 | Rekvisitör                        | 1          | 12               |
|               |                                                 | Scripta                           |            | 5                |
|               |                                                 | Teaterinspicient                  |            | 1                |
| <b>3439</b>   | Övriga yrken inom kultur och underhållning      | Discjockey                        |            | 2                |
| <b>3521</b>   | Bild- och sändningstekniker                     | Bildingenjör                      |            | 1                |
|               |                                                 | Bildproducent                     |            | 3                |
|               |                                                 | Filmklippare                      |            | 12               |
|               |                                                 | Filmredigerare                    |            | 12               |
|               |                                                 | Filmtekniker                      |            | 4                |
|               |                                                 | Kameraassistent                   |            | 3                |
|               |                                                 | Kameraman, TV                     |            | 6                |
|               |                                                 | Sändningstekniker                 |            | 3                |
|               |                                                 | TV-redigerare                     |            | 21               |
|               |                                                 | Videoredigerare                   |            | 14               |
| <b>3522</b>   | Ljus-, ljud och scentekniker                    | AV-tekniker                       |            | 3                |
|               |                                                 | Belysningsmästare                 | 1          | 2                |
|               |                                                 | Elektriker, film/TV               | 2          |                  |
|               |                                                 | Elektrikerassistent, film/TV      | 1          | 2                |
|               |                                                 | Filmpassare                       | 1          | 2                |
|               |                                                 | Inspelningskoordinator            |            | 1                |
|               |                                                 | Inspelningsledare                 |            | 3                |
|               |                                                 | Ljudbandstekniker                 |            | 1                |
|               |                                                 | Ljudtekniker                      | 3          | 43               |
|               |                                                 | Ljusdesigner                      | 1          | 3                |
|               |                                                 | Ljussättare                       |            | 5                |
|               |                                                 | Ljustekniker                      |            | 3                |
|               |                                                 | Mixare, ljudtekniker              |            | 5                |
|               |                                                 | Musiktekniker                     |            | 1                |
|               |                                                 | Scenförman                        |            | 10               |
|               |                                                 | Scenmästare                       |            | 7                |
|               |                                                 | Scentekniker                      | 4          | 6                |
|               |                                                 | Teatertekniker                    | 7          | 1                |
|               |                                                 | Turnétekniker                     |            | 3                |
| <b>5141</b>   | Frisörer                                        | Peruk- och tupéfrisör             |            | 2                |
| <b>5149</b>   | Övriga skönhets- och kroppsterapeuter           | Maskör/Sminkör                    | 1          | 15               |
| <b>7319</b>   | Musikinstrumentmakare o övriga konsthantverkare | -                                 |            |                  |
| <b>Totalt</b> |                                                 |                                   | <b>234</b> | <b>2 1 192 0</b> |

## Bilaga 5 Inkubatorer för KKN i Sverige

### Transit Stockholm

”Den ideella föreningen Transit Kulturinkubator driver Transit på Telefonplan och samordnar och utvecklar det stockholmsbaserade partnernätverket med SITE, starthus @ kmh på Kungliga Musikhögskolan, Konstfack Alumni och Filmbasen i Botkyrka kommun. Syftet med nätverket är att utveckla och långsiktigt etablera stöd till både befintliga och blivande verksamheter med konstnärlig inriktning inom film, musik, scenkonst, formgivning, bildkonst och konsthantverk i Stockholms län.”<sup>117</sup>

### Moving Pictures – Stockholm-Mälardalen

Moving Pictures – Stockholm-Mälardalen är ett EU-projekt som leds av Filmpool Stockholm – Mälardalen. Projektet ingår i regionala utvecklingsfonden och syftar till att genom bland andra Filmbasen utveckla ett kreativt kluster där ett flertal branschföretag är verksamma.<sup>118</sup>

Filmbasen är en mötesplats för unga filmare. Vi erbjuder talangutveckling, professionell coaching och projektstöd för filmare i Stockholm län.<sup>119</sup>

Stockholms läns landsting har våren 2011 fattat beslut om att upplåta landstingslokaler för filminspelning utan hyreskostnad. Filminspelningen ska inte påverka ordinarie verksamhet och antas ske främst i tomställda lokaler. Producenten/filmbolaget står endast för eventuella merkostnader i samband med inspelningen.<sup>120</sup>

### The creative plot Lund

”The Creative Plot är en plattform, ett paraplyprojekt, ett initiativ, en idéfabrik, en inkubator och mycket mer. Vi har en plan. Tillsammans med nyfikna och ambitiösa vänner vill vi skapa en ny kreativ hub i Lund. En plats där den kreativa sektorn utvecklar starka idéer tillsammans med akademi och näringsliv. Där resultatet ger näring till hela samhället.”<sup>121</sup>

### Movexum Gävleborg

”Movexum är Gävleborgs företagsinkubator. Vårt arbete går ut på att fånga upp och hjälpa entreprenörer och bolag som har en innovation med potentialen att växa sig stor. Hos oss hittar du en kreativ miljö för att växa och utvecklas med din innovation. Till din hjälp får du stöd från riktiga proffs och tillgång till kompetens och kontakter som hjälper dig att ta ditt företag ut på den internationella marknaden.”<sup>122</sup>

I Movexums register över tidigare och nuvarande företag som ingår i inkubatorn återfinns inga direkt intressanta KKN-företag.

The Galaxy of PostProduction – klusterinitiativ i Gävleborg. ”The Galaxy of post-production är en ideell förening som har till syfte att utveckla en kreativ virtuell miljö för professionell efterbearbetning av film. Föreningen drev 2011-2013 projektet ”Gävleborg Dalarna postproduktion av film och digitala medier” med kraftfullt stöd på såväl nationell som

<sup>117</sup> <http://www.transitkulturinkubator.se/page.php?id=180>

<sup>118</sup> <http://www.webbhotell.sll.se/sv/gamla-film-stockholm/Filmproduktion/Transit-inkubator-och-Moving-Pictures/>

<sup>119</sup> <http://www.filmbasen.se>

<sup>120</sup> <http://www.webbhotell.sll.se/sv/gamla-film-stockholm/Filmproduktion/Filma-i-landstingslokaler1/>

<sup>121</sup> <http://thecreativeplot.se/om-the-creative-plot-3>

<sup>122</sup> <http://www.movexum.se/sv/node/21>

regional och lokal nivå. Projektet har avslutats men föreningen driver nu verksamheten vidare utan finansiering.”<sup>123</sup>

### **Gothia Science park Skövde**

”Gothia Science Park är en teknik- och forskningspark med IT-profil. Den består av verksamheter, processer, miljöer och individer. I vår innovationsmiljö växer företag snabbare och mer uthålligt vilket bidrar till såväl regional attraktivitet som regional tillväxt. GSP:s fokusområden är kopplade till Högskolan i Skövde med spets inom Simulering, Beslutsstöd samt Spel för underhållning och lärande.”<sup>124</sup> Design och spelutveckling är två kategorier i GSP där företag inom spel och film återfinns.

### **Utveckling Nordost Göteborg**

”Framtidens Göteborg växer i nordost. Här bor var femte göteborgare. Här finns ung arbetskraft och mark för nya företag. Här talas över hundra språk och här finns kontakter över hela världen. I nordost finns plats för många perspektiv och rum för nya tankar. Utveckling Nordost är en satsning för att skapa nya jobb, mer kultur, fler mötesplatser och ett gott liv. Mer för fler i framtidens nordost.

Utveckling Nordost ingår nu i stadens näringslivskluster med Business Region Göteborg (BRG) som moderbolag.”<sup>125</sup>

### **Innovatum Trollhättan**

Innovatum har pågående och tidigare film- och spelföretag i inkubatorn.”<sup>126</sup>

”Inkubatorn vid Innovatum Teknikpark i Trollhättan har år 2010 nominerats till priset Best Scienced Based Incubator Award. Det är en internationell jury från The Technology Network och Centre for Strategy and Evaluation Services, som varje år utser världens bästa inkubator inom bl.a. de kulturella och kreativa näringarna. I år har man valt att fokusera på de inkubatorer som är bäst på att kombinera tekniskt och kulturellt entreprenörskap i sina företagsstarter.

Innovatum Inkubator har allt sedan starten för tio år sedan arbetat med företagsidéer inom den så kallade kreativa näringen. Det handlar om att förverkliga idéer och bygga företag med inriktning mot media, film, design, dataspel, musikproduktion, foto och marknadskommunikation. I de företag som startas hos Innovatum Inkubator kombineras just teknisk briljans med kreativ konstnärlighet. Och denna kombination får hjälp och stöd att nå hela vägen från idé till en fungerande marknad av upplägget hos Inkubatorn. Hittills har ca 300 företagsidéer scannats av inkubatorn, varav drygt 40 har lyckats ta sig hela vägen från idé till etablerat företag.”

---

<sup>123</sup> <http://www.galaxypost.se/?pageid=2>

<sup>124</sup> <http://www.gsp.se/sv/om-gsp>

<sup>125</sup> <http://www.utvecklingnordost.se/om-utveckling-nordost.html>

<sup>126</sup> <http://www.innovatum.se/starta-och-utveckla/driva-foretag/vad-ar-en-inkubator/>

**Organisering MFD projektet**  
Daniel Wallentin

