

FÖRSTUDIE

---

HÅNDLINGSPLAN FÖR  
INTERNATIONALISERINGEN AV  
KULTURELLA OCH KREATIVA  
NÄRINGAR I VÄSTRA  
GÖTALANDSREGIONEN

2014

---

Den här förstudien utreder möjligheten att med hjälp av specifika satsningar stödja kulturella och kreativa näringar i deras internationaliseringsprocesser. Förhoppningen är knuten till en ökad internationell genomströmning och varaktig koppling mellan Västsverige och världen. Förstudien har genomförts mellan 18 april–16 maj 2014.

Förstudien har initierats och finansierats av Västra Götalandsregionens regionutvecklingsnämnd och utförts på uppdrag av ADA. Rapporten skall utgöra underlag för den kommande regionala handlingsplanen.

Uppdragets sammanställning och analys har utförts av Anna Ganslandt. Koncept och konkreta förslag har tagits fram i samarbete med Fredrik Ganslandt och Jim Elfving med stöd i organisationen Hey, it's Enrico Pallazzo! Förordet är skrivet av Fredrik Ganslandt. För den grafiska formgivningen svarar Peter Nielsen. Illustration: Frank Chimero



HEY, IT'S  
ENRICO  
PALLAZZO!

ADA



VÄSTRA  
GÖTALANDSREGIONEN

## INNEHÅLL

FÖRORD.....	5
UTGÅNGSPUNKTER.....	6
Uppdragets formulering .....	6
Metod och underlag.....	6
Begränsningar .....	7
Rapportens disposition.....	7
OMVÄRLDSANALYS .....	8
Lokalt förankrad globalisering.....	8
Kulturella och kreativa näringar som tillväxtfaktor – en forskningsöversikt.....	9
Kulturella och kreativa näringars system och affärsmodeller .....	11
Kulturella näringar och New Public Management.....	13
Autism och stadens ekosystem.....	14
REGIONAL BRANSCHÖVERSIKT .....	16
Platsen och förutsättningarna.....	16
Förstudien fokuserade områden – en lägesrapport .....	17
SAMMANFATTNING AV FÖRSTUDIENS RESULTAT.....	25
KKN-NÄRINGARNA I VGR, KONKRETA KONCEPT FÖR FRAMTIDEN .....	27
Subtropa – värna om stadens subkulturer.....	27
The Yay Sayers – a creators concierge service .....	27
Spaces – providers of the canvas.....	28
There and back again – resebyrå för gränslösa kreatörer .....	29
Maximal Risk – en utvecklingsfond .....	29
Free Internetz .....	30
West Sweden Production Service.....	30
Creative hotspot.....	30
Inside the box – containerhotell för kreatörer .....	31
Västsvenska Soffsurfar-förmedlingen.....	31
Extreme makeover .....	31
Mentor me – the sensei of business .....	32
Failors Galore – misslyckandet som en fjäder i hatten .....	32
Eat, create, die.....	32
The awesome department.....	33
KARTLÄGGNING AV INTRESSANTA ARENOR .....	34
FITC Amsterdam .....	34
Pax Seattle .....	34
SXSW, Austin, US.....	34
Afrika Burn Tanka Town, Sydafrika.....	34
Burning Man, Nevada Desert, US.....	35
Sonar, Barcelona, Spain .....	35
Future Everything Manchester .....	35
Wisdom 2.0, Silicon Valley, CA.....	35
The Do Lectures, Wales.....	35

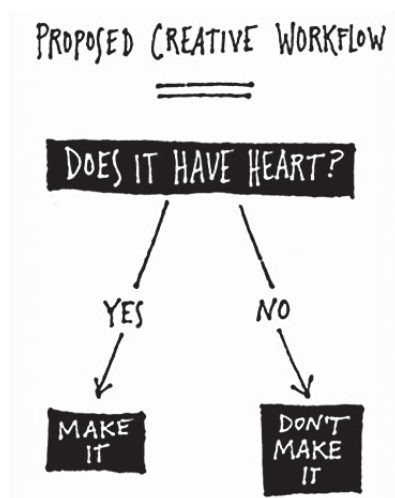
99% Conference, New York .....	36
Vivid Sydney .....	36
OFFF – Let’s feed the future, Barcelona .....	36
OFFSET, Dublin .....	36
SIGGRAPH Vancouver .....	36
NEXT Berlin .....	37
TYPO TALKS, Berlin, London, San Francisco .....	37
Sundance Film Festival, NYC .....	37
Interaction 14, Amsterdam .....	37
PopTech, Camden, Maine .....	38
Pictoplasma .....	38
World Architecture Festival, Marina Bay Sands, Singapore .....	38
SIFA, Singapore International Festival of Arts, Singapore .....	38
Glyndebourne Festival Opera, Glyndebourne, Lewes i East Sussex, England .....	38
Ignition – Future of Digital, New York .....	39
Big Omaha, Omaha, Nebraska .....	39
The Monkey Buffet Festival, Pra Prang Sam Yot temple, Lopburi province, Thailand .....	39
The Northside Festival, Brooklyn, New York .....	39
The Holiday of Holidays, Haifa, Israel .....	39
Chicago Ideas Week, Chicago .....	40
The Nantucket Project, Nantucket, Massachusetts .....	40
TED (Conference), Vancouver, British Columbia .....	40
Sverige .....	40
<b>INTERNATIONALISERING VÄSTSVERIGE – VÄRLDEN .....</b>	<b>41</b>
Resebyrå för gränslösa kreatörer, kickstart 2014 .....	41
Gruppresan .....	41
Flygstolen – Departure .....	42
<b>INTERNATIONALISERING VÄRLDEN – VÄSTSVERIGE .....</b>	<b>44</b>
Flygstolen – Arrivals .....	44
<b>REFERENSER OCH KÄLLHÄNVISNINGAR .....</b>	<b>45</b>
Tryckta källor och publikationer .....	45
Artiklar och undersökningar .....	46
Digitala källor .....	47
Intervjuade personer .....	48
Sammanfattning av enkätsvar .....	50

## FÖRORD

---

Låt oss konstatera en sak med en gång. Det finns inget "magic pill" för regionen i dessa frågor. Ingen solklar strategi som omedelbart kommer förändra allt. Det kan vara värt att nämna så att förhoppningarna på detta arbete blir rätt ställda. Oavsett vilken strategi Västra Götalandsregionen väljer för sin kommande handlingsplan så kommer det finnas en hel del luckor. Det kommer att uppstå frågor som var och en kan motivera fler undersökningar och fler rapporter. Så kan vi givetvis inte hålla på. Vårt råd är således att hålla strategierna så pass generella och enkla att de snarare utgör en kompass än ett snöre att följa. En filosofi som alla kan enas om och som tillåter att man ibland svävar ut lite i konturerna. Att vara nyfiken på det som inte har en klart utstakad plan, våga testa, utvärdera och testa igen är en bra metod. Ännu viktigare är att våga misslyckas utan att tappa tron på att det till slut leder någonstans. Varje framgångsrikt projekt har föregåtts av en rad nederlag som vart och ett visat sig vara nödvändiga för att hamna rätt. Det är så evolution fungerar och naturlagarna gäller givetvis även för utvecklingen av en region.

Vi tror att det kommer krävas målmedvetna och verkligt långsiktiga satsningar för att bygga det samhälle vi alla vill se realiserat. Den plats vi vill bo och verka på. Det innebär att alla från politiker och tjänstemän till näringsliv och lärosäten måste bestämma sig för att hålla samma kurs över en längre period av tid. I detta arbete behöver tilliten mellan den stad som är människornas och den som är den offentliga förvaltningens, återupprättas. All kunskap behöver i detta gemensamma arbete tas på allvar. Kan vi göra det så finns det minst en tunna guld i slutet av regnbågen. Denna förstudie mynnar ut i en serie förslag som var för sig och tillsammans skulle kunna fungera som markörer för en region med fokus på att locka eller behålla de eftertraktade kulturella och kreativa näringarna. De grundar sig alla i en och samma insikt – eller strategi. På vår arbetsplats använder vi den här modellen:



# UTGÅNGSPUNKTER

---

## UPPDRAGETS FORMULERING

Förstudiens övergripande mål har varit att ta fram en tillämpbar strategi för de kreativa näringarna till Västra Götalandsregionens regionutvecklingssekretariat. Rapporten skall ligga till underlag för den kommande regionala handlingsplanen och undersöka områdena design, mode, reklam, arkitektur, foto, konst och konsthantverk.

Nyckelfrågorna för undersökningen är hur Västra Götalandsregionen ska bli bättre på flödet mellan Västsverige och världen samt vilka arenor inom respektive område som kan vara intressanta för västsvensk närvaro.

Förstudien skall resultera i tre förslag för genomförande på respektive område.

1. Kartläggning av arenor nationellt och internationellt
2. Internationalisering Västsverige – Världen
3. Internationalisering Världen – Västsverige

Punkt 2 har till syfte att få fram ett koncept för hur västsvenska kreatörer lättare och billigare skall ta kunna ta sig ut för att verka och bo tillfälligt i övriga Europa och världen. Punkt 3 att få fram ett koncept för hur Västsverige skall organisera sin förmåga att bättre ta emot kreatörer på tillfälliga besök. Kortare som längre. Hur gör man det enkelt, roligt och billigt att komma hit?

## METOD OCH UNDERLAG

Förstudien har använt sig av en kvalitativ metod. Genom att befinna sig inom det verksamhetsfält som undersökts har problemställningarna angripits inifrån och ut. Tidigare erfarenheter och kunskap om de områden som analyserats har därför spelat en avgörande roll för de slutsatser som dragits. Observationerna är m.a.o. utförda av aktörer som är i allra högsta grad insyltade, å andra sidan finns det egentligen ingen objektiv möjlighet att angripa ett undersökningsområde som inkluderar människors liv och verksamheter.

Då tidsramen inom vilken förstudien tagits fram varit knapp bygger den huvudsakligen på en abduktiv ansats. En där förståelsen successivt fått växa fram i takt med att underlaget samlats in. Att ta fram ett fungerande koncept innebär en välgrundad förståelse för alla de parametrar som uppdraget rymmer implicit. Ibland har det dock varit nödvändigt att om inte gissa sig fram så åtminstone dra hypoteser utifrån det som legat på bordet. Tidigare framtagna rapporter och förundersökningar, både de som tagits fram av Västra Götalandsregionen och andra regioner har här spelat en betydande roll vid sidan av utpekade strategier inom det europeiska samarbetet.

Förutom de samtal som ägt rum inom Hey, it's Enrico Pallazzo! har 35 personer intervjuats. 33 återfinns bland förstudiens referenser tillsammans med övrigt källmaterial under otryckta källor.

två personer har bett om att inte ingå i denna sammanställning vilket vi tagit hänsyn till. Vid sidan av detta har ett 50-tal enkäter skickats ut där bransch och verksamhetsområde angetts. Här har möjligheten att förbli anonym varit uttalad. Det kändes i flera fall betydelsefullt för undersökningen av det allmänna klimatet att låta de tillfrågade tala fritt. Det är på utövarnas egna utsagor, önskemål och förhoppningar vi fann det rimligast att bygga en bärig handlingsplan. 28 enkäter kom tillbaka. En del av materialet i dessa har bearbetats inom ramarna för branschöversikten. Den schematiska översikten återfinns under referenser och källhänvisningar.

För modeindustri och arkitektur har undersökningen i högre utsträckning än inom de andra fälten lutat sig på de intervjuer som gjorts med branschföreträdare. Dessa fokusområden låg en bit utanför vår omedelbara kännedom.

## BEGRÄNSNINGAR

Förstudien har genomförts på en månad. Därför har en del olyckliga begränsningar behövt göras. Det har inte funnits tid att låta lika många komma till tals som vi initialt hoppades på. Flera företrädare från de större institutionerna, lärosätena eller organisationerna har fått utgå. De har inte kunnat nås eller haft svårt att planera en intervju med så kort varsel. Intervjuunderlaget har inte heller den regionala spridning den borde haft. Våra egna erfarenheter har haft avgörande betydelse för konceptens framtagning och bedömning av resultat. Förstudiens resultat har de kreativa näringarna som fokus för utredningen men de kulturella organisationerna som bas för utvecklingsarbetet.

Kartläggningen av intressanta arenor kan kännas knapp. Det beror på att de flesta aktörer och branschförespråkare nämnt de stora biennaler, mässor och festivaler som är knutna till deras specifika verksamhet men samtidigt uppgett behovet av andra intryck. De vi har tagit fram är listade utifrån den förhoppningen.

## RAPPORTENS DISPOSITION

Omvärldsanalysen tar sin utgångspunkt i det industrisamhälle vi lämnat bakom oss i ett försök att förstå den upplevda klyfta mellan initiativens verklighet och den offentliga förvaltningen av dem. Den går också igenom förutsättningarna för de kulturella och kreativa näringarnas tillväxt. I Branschöversikten återfinns en sammanfattning av intervjumaterialets röster. Vi har valt att göra den utan direkta hänvisningar av hänsyn till flera av de intervjuades önskemål. I sammanfattningen av förstudiens resultat görs en konklusion, på denna vilar de påföljande koncepten för regionens fortsatta utvecklingsarbete. I rapportens avslutande del återfinns kartläggningen av intressanta arenor för västsvensk närvaro samt konkreta förslag för internationaliseringsprocessens uppstart. Avslutningsvis återfinns en sammanfattning av förstudiens enkätsvar.

## OMVÄRLDSANALYS

---

### LOKALT FÖRANKRAD GLOBALISERING

Västra Götalandsregionen befinner sig i en strukturell omvandlingsprocess. Vi delar vår post-industriella historia med ett oräkneligt antal andra geografiska områden i världen. Tung industri har utgjort navet för samhällsbygget och finansierat större delen av de infrastrukturella investeringarna. Många av samhällets institutioner som sjukhus, lärosäte, bibliotek och museum har grundats på privata donationer. Så ändras förutsättningarna. Där fabriken läggs ned, gruvan stängs och varvet upphör slutar också kapitlet om den industriella revolutionens framsteg. Regionen vi lever i har kommit undan den här förändringen relativt billigt. Detta i jämförelse med andra platser där massarbetslöshet, social och ekonomisk utslagning varit mer omfattande; Malmö, Norrköping, Manchester, Detroit för att nämna några. Men från att ha befunnit sig i en stadig expansion under flera decennier, med varvet och en sysselsättningsintensiv tillverkningsindustri har Göteborgsregionens premisser för både identitet och tillväxt ändrats. Ett annat samhälle har tagit vid. I en sådan transformation, från en industriell epok till en högteknologisk och kunskapsbaserad tidsålder, uppstår spänningar mellan det gamla och nya systemet. Tidigare tankesätt lever kvar i samhällskroppen och sätter gränser för den utveckling det nya ska bana väg för. Handlingsprioriteringar som förut var knutna till varuproduktion med linjära resultat och mät-system är svåra att applicera på en samhällsutveckling där kvalitet går före kvantitet. I det nya samhället ställs personlig utveckling, social och ekologisk hållbarhet tillsammans med inre trygghet FÖRE konsumtion, ekonomisk tillväxt och yttre trygghet. Den centralt styrda offentliga förvaltningen som träffade avtal direkt med näringslivet för att uppnå balans mellan vinstintressen och sysselsättning, har ersatts av ett regionalt arbete med en global och snabbfotad marknad. För att övergången skall kunna garantera att den samhälleliga rättvisan tryggas krävs nya ekonomiska strukturer och innovativa modeller. I en artikel publicerad med anledning av Nokias kris skriver Finlands f.d. statsminister Esko Aho "beslutsfattarna måste också snabbt uppdatera sin förståelse för den radikala förändringen inom ekonomin. Den kommer ha precis lika långtgående följder som den utveckling som ledde till den industriella revolutionens omvälvning för 150 år sedan".

Bland undersökningens material talas det också ofta om de två helt olika verkligheter som existerar inom en och samma stad. I den ena råder det ingen brist på innovativ kraft och nytänkande, tvärtom, här pekas det på en uppsjö av tankar och idéer om hur regionen hade kunnat bli en bättre plats att verka i, både inom de egna praktikerna och mer generellt. Däremot finns det på många håll en oro för hur dessa idéer skulle förvaltas av en offentlig myndighetsutövning som man har ett bristande förtroende för. Ibland har det framkommit en direkt ovilja mot att dela med sig av det som händer lokalt, av rädsla för kommunal eller regional inblandning. Många av de initiativ som har skett har mått dåligt av ett sådant ingripande – tynat ut eller rent av dött.

Det finns vid sidan av undersökningen exempel på flera andra verkligheter. De som ligger utanför stadskärnan. När vi satsar på internationell förankring i det här sammanhanget är det inte de 130 nationaliteter som redan finns representerade i regionen vi försöker locka in till Drottningtorget.



För dem finns andra riktade handlingsprogram och åtgärder. Detsamma gäller inom det sociala området och jämställdhetsarbetet. I mötet mellan det gamla och nya blir den urbana utvecklingen nämligen både horisontell och vertikal. Segregeringen breder ut sig. Grupper sluter sig samman. I de självstyrande territorierna växer nya identiteter fram med en förankring som spänner mellan den lokala tillhörigheten i stadsdelen och världen, utan mellanled. Indelningen av staden återspeglas av den politiska sektoriseringen vars fördel är lokal och regional förankring men nackdel att den saknar den nationella överblick som det gamla centralstyrda samhället åtnjöt.

Detta scenario gäller inte bara Göteborg. Som regionens största tätort och tillika residensstad skildras den urbana förändringen oftare här än i regionhuvudstaden Vänersborg eller Trollhättan. Men samma identitetsskifte sker i samtliga av regionens tätorter. Liksom i Skövde och Borås är satsningar på näringslivsutveckling, kunskapsflöde och kreativa tillväxtmiljöer utpekade som mål för det strategiska progressionsarbetet. De kreativa näringarna utgör i alla regionens kommuner ett fokusområde. Genom att på rätt sätt hitta vägar att stödja små och medelstora företag, organisationer och enskilda näringsidkare inom innovations- och upplevelsesektorn kan en ny grogrund för ett gott samhälle läggas ut där det förra havererat. Vi är inte ensamma om att hoppas på en sådan utveckling. I snart sagt alla landets regioner har ett omfattande förundersökningsarbete skett. Detsamma gäller inom det europeiska samarbetet, USA och Kanada. I Västra Götaland har strategier knutna till kulturen som garant för det goda livet speglat de nationella målen sedan 2012. Vilka intressen man än är ute efter att bevaka i det här sammanhanget är det naturligtvis oerhört viktigt att ställa sig frågan varför satsningen görs? Vad är det som skall åstadkommas och vilken typ av tillväxt är förhoppningen knuten till? Varför talar vi ens fortfarande om tillväxt när det är så oerhört många andra värdegrunder som bevisligen blivit viktigare utgångspunkter för våra liv och verksamheter?

## KULTURELLA OCH KREATIVA NÄRINGAR SOM TILLVÄXTFAKTOR – EN FORSKNINGSÖVERSIKT

KKN-närings är som samlingsbegrepp snarast att betrakta som styrredskap för förståelsen av ett antal verksamheter som inbördes är mycket olika i sina praktiker. De har också olika förhållanden till de ekonomiska och sociala strukturer inom vilka de verkar. Idéprocesserna skiljer sig markant åt liksom möjligheten till mätbarhet eller resultatorienterade strategier. Att de alla, oberoende av varandra, påverkar och lyfter det kreativa klimatet i en stad eller region med tillväxtfaktorer som följd finns det däremot ett flertal studier som visar på. På vilket sätt och vilken med vilken typ av hållbarhet råder det emellertid delade meningar om.

En av de som fått störst publik genomslagskraft för viljan att satsa på det kreativa kapitalet som motor för samhällsutveckling och tillväxt är samhällsteoretikern Richard Florida. Med fokus på urban utveckling stipulerade han 2004 antagandet om att en kreativ klass växt fram i och med kunskapssamhällets inträde. På denna grupp kreativa människor bygger han upp sin tillväxtanalys. Gruppen definieras av värderingar där uppfinningsrikedom, individualism och kunskap är viktiga hörnstenar. De är unga, högtbildade och tillhör ofta en välavlönad sektor av arbetsmarknaden där de innovationer som näringslivet alltmer är beroende av utvecklas. Idérika människor

som dessa trivs bäst i föränderliga och icke-normativa miljöer. De har enligt Florida, oavsett etnisk bakgrund eller sexuell orientering, tidigt upplevt en typ av utanförskap som gör att de söker sig till öppna och toleranta samhällsstrukturer med behaglig puls. Florida står inte oemotsagd, men hans påverkan på den allmänna uppfattningen om kulturella och kreativa utövares betydelse är svår att avvisa. Även de som står utanför den högavlönade innovationssektorn får här en angenäm identifikation med en slags nyskapande och driven elit. Denna tillhörighet legitimerar snart sagt vilken skön snubbe som helst att känna sig som en påläggskalv om hen cyklar enhjuling genom stadsrummet och kastar frisbee i parken. Av Floridas belackare får författaren Frank Bures här representera en mer nyanserad bild av den kreativa klassens villkor. I *The fall of the Creative Class* redogör han för sin flytt till en av Richard Floridas indexerade högborgar, Madison, Wisconsin. Staden uppfyller visserligen flera av doktrinen huvudpunkter men någon tillväxt eller egentlig arbetsmarknad är inte synlig. Kanske, resonerar Bures och tar här stöd i geografiprofessorn Jamie Pecks tidiga kritik, är det bara "hipsteriseringen" av välbeställda storstäder som fått alldeles för långt dragna slutsatser. Den kreativa klass Florida låtit mejsla ut har helt enkelt sökt sig till dessa platser för att det finns arbete där. En väl fungerande arbetsmarknad med behov av deras tjänster.

Den italienske professorn och kulturekonomen Pier Luigi Sacco ser också kulturen som den viktigaste resursen för det moderna samhället. I tre steg förklarar han hur olika kulturparadigmer avlöser varandra i förhållandet till de samhällsekonomier de verkar inom; från Kultur 1.0 till 3.0. Sacco, som också deltagit i ett seminarium i Göteborg 2012, var huvudtalare när EU skulle integrera kulturella och kreativa näringar i det strukturella fondprogrammet 2014–2020. Han ligger också bakom den framgångsrika kulturstrategin för Vancouver.

Det förindustriella samhället som Sacco gett namnet "kultur 1.0", karakteriseras av en privat finansierad kultur för fåtalet. Kyrkan, kungahuset, adeln och efter hand en rik medelklass är uppdragsgivare. I "kultur 2.0" börjar kulturen utvecklas till en marknad. Publiken växer och kulturens ekonomiska betydelse upptäcks. Den här perioden leder fram till en massiv ökning av kulturutbudet. "Kultur 3.0" är nästa steg. Den för med sig ett ökat antal kulturnärings- och affärsidkare inom den kreativa industrin. Antalet producenter ökar markant samtidigt som skilljelinjen mellan dem och användaren suddas ut. Den tid vi befinner oss i nu är enligt Sacco placerad i övergången mellan 2.0 och 3.0 där den absolut viktigaste karakteristiken för den senare är ökat publikt deltagande. Han understryker därför att det kan vara vilseledande att utforma en politik som utvecklar kulturnäringsarna separat. Istället bör man utveckla en förståelse för hur de kulturella och kreativa näringarna bryter in i andra ekonomiska och sociala sektorer via identifierade områden där kulturellt deltagande är en nyckelfaktor. Här spelar entreprenörskapet en betydande roll liksom innovationsaspekten och olika hållbarhetsperspektiv. Sacco pekar också på betydelsen av kreativa och industriella kluster som går samman för att stärka gemensamma intressen. För att politiska handlingsplaner och program ska bli framgångsrika menar han att de bör bygga på att utveckla dessa system. Det går inte att blunda för att Saccos teorier kan medföra ett ökat instrumentellt användande av framförallt kultursektorns utövare. Med det ökade deltagandet som legitimitetsflagg får konsten överge sitt huvudsakliga uppdrag, att vara konst och utveckla sina egna metoder, för att istället fylla funktioner i samhället som politiska åtgärder misslyckats med.

## KULTURELLA OCH KREATIVA NÄRINGARS SYSTEM OCH AFFÄRSMODELLER

Den svenska civilekonomen Tobias Nielsén har i det här sammanhanget publicerat flera kultur-ekonomiska omvärldsanalyser med fokus på just regional utveckling. Han menar att de senaste årens ökade fokusering på kultursektorn, de kreativa näringarna, underhållnings- och upplevelseindustrin manar till eftertanke. Länken mellan kulturella och kreativa näringar är inte utan konsekvens men trots detta undersöks sällan dess effekter. Analyser av näringar inom det kreativa området måste göras utifrån det sammanhang som verksamheten är en del av. Samtliga drivkrafter är betydelsefulla för utformningen av offentliga styrdokument. Syftet med initiativ och investeringar på kulturens område måste klargöras för att inte det förväntade resultatet i förhållande till det egentliga utfallet skall komma som en överraskning.

Paraplybegrepp av den här typen, menar Nielsén, uppstår ur en önskan att fånga in någonting, i det här fallet en global tendens som pekar mot att den kreativa sektorn rymmer potential för ekonomiskt tillväxt, direkt eller indirekt. Likheten mellan å ena sidan konst och kultur och å andra sidan kreativa branscher eller upplevelsebaserade näringar blir då konstnärligt innehåll, kreativ input och i många fall copyright som grundbult för affärsmodellen. Här finns inga enkla svar, istället finns flera olika motiv och argument som kan stödja dem. Att lära känna de perspektiven reder också ut förvirringen i terminologin, svårigheter med mätbarhet och andra förhållningssätt till hela den kulturella och kreativa sektorn. Den utveckling som lett till att kulturen så snabbt pekats ut som ett verktyg för samhällsplanering är främst ett resultat av att formen för produktion och konsumtion av kultur inom en del av det kreativa fältet har förändrats radikalt. Bokhandeln har konceptualiserats till "litterär färskvarubutik" och filmindustrin genererar ekonomiskt värde enligt samma modell som bilindustrin. Kulturretiketten sprids också till helt nya sammanhang. Här exemplifierar Nielsén med den franska spelindustrin och de subventioneringar den åtnjutit i produktionskostnader för spel med kulturellt innehåll. Fyra trender med olika inriktning har direkt betydelse för regionalt utvecklingsarbete:

1. De nya sektorer som sorterar sig under kulturflaggan, ex spelindustrin
2. Förändringen av brukarperspektivet, d.v.s. användarens påverkan på utbudet och den snabbhet med vilken vi konsumerar
3. Kultur som framgångsfaktor för ekonomisk utveckling enligt modellen: kultur- kreativitet-innovation-tillväxt-anställning
4. De kreativa näringarnas roll i byggandet av attraktiva varumärken, identiteter.

Nielsén listar också parametrar för mätbarhet som om än motsägelsefulla kan utgöra hjälp vid förståelsen av olika initiativs tänkbara effekter på en region: attraktionskraft, säljbarhet, identitetsbygge och kärnverksamheterna som alstrar värde och skapar metoder för andra näringar vid sidan av egenvärde. Men han visar också på tre typer av affärsmodeller som kan beskriva kulturella och kreativa näringar bortom deras plats i sina sektorer:

1. Mass- och skalbar produktion: dvs. fysiska varor som inom kreativ näring kan röra sig om konsthantverk, design, mode samt immateriell produktion som film, tv-produktioner, tidningar. Denna typ av affärsmodell lutar sig på samma idé som massproduktion d.v.s.

säljbarhet, teknologi och kapitalavkastning.

2. Upplevelsebaserad produktion; events, teater, konserter, festivaler, mässor, pr-jippon. Produktionen kan vara långvarig och kortvarig med indirekta effekter på andra näringar som exempelvis turism. Upplevelsebaserad produktion är mer personalkrävande än massproduktion.
3. Värdestegrande insatser; karakteriserat av att öka värdet på andra näringar eller produkter. Exempel är industridesign, arkitektur och marknadskommunikation.

Vad vi vill åstadkomma med investeringen, eller i det här fallet konceptet för en lokal internationaliseringsprocess, är därmed en viktig fråga att ställa. Handlingsplanens syfte är ju inte för att det skulle vara kul för kreatörerna att komma ut och röra på sig lite, eller för att vi vill se lite nytt folk i hembygden. Syftet är naturligtvis att utbytet ska generera innovationskraft. Att nya sammansättningar av människor, delade erfarenheter och intryck är faktorer som tillsammans ska göra Västsverige till en attraktivare plats och på så sätt skapa en bördig mylla. Men vilken typ av grodd är det regionen vill se växa där? Är det ökade skatteintäkter, vill vi skapa sysselsättning eller bara göra regionen till en bättre plats att leva och verka i?

Den första av ovanstående affärsmodeller, den industrialiserade kulturproduktionen, kan generera både arbetstillfällen och skatteintäkter. Här byggs enligt Nielsén också identitet och image. Om produkten är framgångsrik alstras också en värdefunktion som smittar av sig på andra produkter. Här kan även hög konstnärlig kvalitet vara representerad om än inte alltid. Flera av förstudiens praktiker såsom design, mode, konsthantverk, kan sortera här. Kreatörs- och idéburna verksamheter inom film, reklam och konceptutveckling likaså. Det är inte bara den faktiska avkastningen utan en långsiktig sekundär intäkt som kan åstadkommas genom flöden och bi-näringar i en region som ger den här typen av utveckling en central position. För de av undersökningens deltagare som arbetar inom den skalbara industrin uppges den tydliga förväntningen på snabb avkastning utgöra ett direkt hinder för målsättningen. De flesta vill utvecklas på ett annat sätt där värdestegrande ansatser är viktiga. Nielsén hävdar att den omedelbara ökningen av resurser som man ur ett europeiskt perspektiv satt till de kreativa näringarnas förfogande ofta slutat i besvikelse. Satsningarna har helt enkelt inte genererat den tillväxt man trodde. Detta beror ytterst på att man stirrat sig blind på de resultat som skett inom näringar baserade på teknisk innovation eller underhållning och trots att andra instanser med rätt stöd skulle kunna haka på samma modell, med samma resultat. Vad man inte har förstått är att i dessa expansiva tillväxtnäringar alstras ingenting av det ökade värde man kan återfinna i de inre cirkelarna.

I EU-kommissionens ekonomiska rapport från 2006 betonas av dessa skäl kulturellt värde som en viktig variabel. Det är därför möjligt, skriver Nielsén, att anta en ny diskurs genom vilken vi kan se värdet av kreativa näringar. En där kulturens aktörer är viktiga bortanför deras ekonomiska effekt och där kreativiteten i sig är viktig för tillväxten av andra näringar. Det är där metoderna uppstår, om än inte lika mätbara som inom digitala media och systemutveckling.

## KULTURELLA NÄRINGAR OCH NEW PUBLIC MANAGEMENT

Den uppsättning kontrollmetoder som gradvis introducerats i den offentliga sektorn de senaste tre decennierna benämns New Public Management (NPM). Flera av hörnstenarna i terminologin är lånade från den privata näringen med fundamentet förlagt i produktionen av varor och tjänster. Kvantifierbara mål och effektivisering är viktiga parametrar för att öka vinstmarginalerna och en tydlig kund finns utpekad mot vilken verksamheten är riktad. Denna typ av strategi har de senaste tre decennierna successivt implementeras som styrfilosofi inom det svenska förvaltningssystemet. En organisation med en helt annan uppgift och ett helt annat fundament.

Tom S Karlsson är verksam som doktorand vid Ekonomihögskolan knuten till Lunds Universitet. Hans forskning handlar om kontroll och styrning i svenska myndigheter. Bland annat utreder han hur nya modeller för effektivisering, som processtyrning och managementtänk, kan få oförutsedda effekter när de introduceras i organisationer med helt annan historisk förankring. "Kombinerat med en generell känsla av trygghet i det bekanta skapar detta situationer där vi inte byter ut ett verktyg mot ett annat utan snarare lägger till ett nytt i en alltmer växande verktygslåda".

I upplösningsprocessen av den gamla centralstyrda byråkratiska statsapparaten fick NPM stå som garant för verksamheternas effektivitet. Istället för marknadsanpassning var det publikt tryck som drev fram det här paradigmskiftet. Myndigheterna behövde legitimera sin existens, till det behövdes metoder som tydligt kunde visa fram en mer effektiviserad myndighetsutövning än tidigare. Genom mätbara resultat, organisering och kontrollstyrning kan såväl politiken som medborgarna se att myndigheten gör sitt jobb.

En fråga Karlsson ställer i sitt forskningsarbete är hur olika typer av kontroll påverkar tilliten. Tillit, menar han, är en känsla som skapas i relationen mellan flera parter, den är därför mycket sårbar. Förtroendet som etableras behöver inte vara knutet till en annan människa, det kan vara ett fenomen eller något materiellt, men vad det handlar om är att etablera en övertygelse för den andre partens trovärdighet och avsikt. Det är i frånvaron av tillit som behovet av kontroll kommer in. Så långt kan de flesta känna igen sig. Vi slår på en produkt för att se om den verkligen är lika hållbar som utlovats, vi visar upp vårt färdbevis och läser igenom våra uppdragsbeskrivningar en extra gång för att se om allt i slutrapporten finns med. I det samhälle som växt fram under en sådan tillämpning finns kontrollen överallt, i vissa fall är den bra, i andra mindre bra. Kontrollsystem syftar till att begränsa handlingsutrymmet genom anpassning till ett regelverk. Ett av kontrollens viktigaste redskap är insamlandet av information. Där tillitskonceptet tar slut kan vi enligt Karlsson erhålla kontroll genom att få kunskap om att det som avtalet gällt blir utfört. Vad som händer är emellertid att vi sänder ut signaler om att vår tillit till andra aktörer har minskat. Kontrollerandet blir en misstroendeförklaring, att den som kontrollerats skulle välja att handla i eget intresse så fort chansen gavs.

Trots att detta synsätt inte alltid går ihop med den offentliga sektorns uppgift är det nu så väl integrerat att det vore naivt att tro på möjligheten att vända tillbaka. Den utmaning vi står inför är istället att hitta vägar för att återetablera relationer byggda på ömsesidigt förtroende. Överenskomelser där vår tilltro sätts till individens förmåga framför vår idé om att de måste kontrolleras

för att inte göra fel. Vi måste ifrågasätta system som inskränker handlingsutrymmet i en sådan omfattning att det är direkt skadligt. I detta arbete bör vi röra oss bort från kvantitativt fokus och vända tillbaka till det byråkratin en gång var tänkt för. För politikens del handlar det om att lita på att de som tillsatts för att sköta ett arbete både kan och vill utföra sitt uppdrag. Tankarna om tillit, förtroende och läkning har vi tagit med oss i detta arbete.

## AUTISM OCH STADENS EKOSYSTEM

Jacob Wenzer är filosofie doktor i etnologi. Wenzer disputerade 2007 med avhandlingen *Resonanser* där han på flera nivåer undersöker Göteborgs indiemusikscen under millennieskiftet. Avhandlingens teoretiska fundamentet är naturvetenskapligt och lutar sig i stor utsträckning på Gilles Deleuze och Felix Guattaris tänkande. Relevant för just den här analysen är den förklaringsmodell Wenzer lägger på den explosionsartade och vitala utveckling musiken öppnade upp för under de här åren. En framgång för svensk musik också ur exportsynpunkt. Det är enligt honom inte bara musikerna, deras talang eller genomslagskraft, som ensamt avgör händelseförloppet inom en geografi. Istället handlar det om ett oändligt antal subjekt, mänskliga och icke-mänskliga som påverkar varandra och driver evolutionen till nya tillstånd genom slumpvisa händelseförlopp. Stadens gator, träd, de människor som finns i den, klubbarna, affischeringsytorna, elskåpen och förekomsten av olika genrer är kontaktytor inom ett och samma självorganiserande ekosystem. Den uppborrade skolbänken med dammsugarmotorn som Wenzers eget band behöver för att tillverka posters, instrumenten, tekniken som bär lyssnandet och de som tillverkat den, alla våra sinness tillstånd och ord utgör tillsammans med de ljudvågor som vibrerar i stadsrummet kopplingar på en tillfällig plats i ständig rörelse. Att se på en företeelse utifrån en sådan begreppsvärld placerar människan på en mindre självtillräcklig position. Hens intentioner står inte alls i fokus för historiens drivkraft. Evolutionen beror på att miljöer utvecklas samtidigt och i samklang med varandra. Förändras någonting i systemet förändras ovillkorligen också hela systemet i sig. Den mentala utrustningen är bara en liten del av den miljö i vilken vi ingår och allt är hela tiden på väg att bli något annat.

Idag arbetar Jakob Wenzer som projektledare på registercentrum vid Västra Götalands sektion för psykiatri. Hans forskning uppehåller sig vid förhållandet mellan New Public Management och möjligheterna för patientmedverkan i de kvalitetsregister den psykiatriska vården lutar sig på. Bland annat har de blivit ett redskap för privata upphandlingar och konkurrensmedel landsting emellan. Registren är egentligen en bra idé, menar Wenzer, de är inte onda i sig. "Vad jag försöker göra är att se de strukturella möjligheterna utifrån ett gemensamt, kollektivt intresse. Det är kanske inte så att en patient har som målsättning att bli frisk." Vad autisters perception beträffar finns det idéer som går åt olika håll, menar Wenzer. Det traditionella sättet att se autism är som en utvecklingsstörning, alltså ett naturens misstag. Kanske är det istället en extrapolerad variant av ett fungerande som finns hos alla mänskliga hjärnor? Att förutsätta avvikelser som störningar eller missbildningar, stänger enligt Wenzer ute flera andra tänkbara sätt att se på vårt samhälle och den normalitetsanpassning vi bygger upp det omkring. Om vi ser på den autistiska hjärnan utifrån modern forskning handlar det mer om att undersöka vad autism egentligen är än att se på en störning i förhållande till något annat. Kanske är den autistiska perceptionen mycket bättre bättre på något som den icke-autistiska inte kan?

Samma modell som Wenzer arbetar med inom vården kan appliceras på kulturen och det kreativa fältet. Det räcker inte att pytsa in pengar via en riktad satsning med en specifik målsättning. Istället behöver vi titta på funktioner och förlopp med en annan förnyad kunskap. Sättet att se på kreativitet behöver då revideras. Sammanslagningen av kreativitet och innovation kan säkert vara motiverad i vissa sammanhang, men där innovationen löser ett på förhand definierat problem är kreativiteten något helt annat. Den har ingen uttalad målsättning och vill ingenstans. Kreativiteten uppstår spontant ur tillfälligheter och finner liksom naturen sitt syfte i efterhand. Ett sådant förlopp behöver tas tillvara på ett annat sätt och här fungerar varken morot eller piska. Istället behövs det förutsättningar där processen kan äga rum, de förtätade kontaktytor som materialiserar musikens framträdande i millenniets Göteborg. Då uppstår mutationer, förändringar och förskjutningar som rymmer alla tänkbara möjligheter.

# REGIONAL BRANSCHÖVERSIKT

---

## PLATSEN OCH FÖRUTSÄTTNINGARNA

Det finns ett stort engagemang för frågan om regionens fortsatta utveckling bland de tillfrågade i den här rapporten. Hur Västra Götaland kan bli en bättre plats att bo och verka i är en angelägen fråga för de allra flesta som valt att bedriva sina verksamheter här. Förslagen har varit många. Uppmaningen till de politiska företrädarna att våga lita på och följa det som uppstår av sig själv är den i särklass vanligaste önsknigen. I de initiativen återfinns oftast både kunskap och intresse. En hänvisning till att inte börja asfaltera innan stigen är upptrampad av sig själv. Att de som arbetar på fältet, utövarna själva, har blivit framgångsrika på grund av sitt eget driv är också en utbredd uppfattning. Bortsett ifrån textilbranschen i Borås och den spel- och IT-täta noden i Skövde anser de flesta andra, framförallt de som driver egna verksamheter, att framgångarna har skett trots, inte på grund av, regionalt eller kommunalt arbete. I Borås och Skövde har tätheten mellan praktikerna och det sätt på vilket högskolorna skapat bra jordmån, inkubatorerna praktik och kontakt med kund lyfts fram som goda förutsättningar för utvecklingen. För den majoriteten, de som befinner sig i Göteborg, några inflyttade från Trollhättan och ett par utifrån, uppges det regionala arbetet med styr- och policydokument inte ha gjort något annat än att skapat förtvivlan. Det talas om vakuum, svarta hål, inkompetens, segdragen byråkrati och i ytterligheternas fall brist på vilja, kriminell dumhet, svågerpolitik och direkt motarbete av initiativ och visioner. Med bred frontlinje är möjligheten till långsiktig planering med utrymme för rörligt innehåll och målbild ett uttalat behov.

Utifrån de av Tobias Nielsén uppställda affärsmodellerna sorterar flertalet av de fokusområden som den här undersökningen har i uppdrag att granska under skalbar produktion. De vilar med andra ord på samma grundidé som massproduktion och mäts i säljbarhet, teknologi och kapitalavkastning. Det finns också en potentiell global arena inskriven i produktionen från start. Detta kan utgöra en förvirring. Om de satsningar som skjuts till sätter förväntningen på resultat till den logik som styrde utvecklingen av det gamla industrisamhället, kan mycket gå förlorat. Framför allt tar man inte hänsyn till den kompetens som branscherna själva besitter och de mål man satt upp för sina verksamheter. För de allra flesta är drivkraften nämligen inte alls att arbeta mot en sådan utveckling. Det handlar istället om att ta fram starka nischade identiteter, bättre produkter och nya matriser för tillverkning. Förhållandet mellan människa och produkt är här en viktigare aspekt än konsumtionen som sådan. Att anpassa sig efter den befintliga marknaden är för de allra flesta inte ett alternativ. Genom långsiktiga perspektiv, interdisciplinärt kunskapsutbyte, metodutveckling och hantverksskicklighet vill man istället förändra den.

Samma målsättningar återfinns hos de näringar som skulle kunna benämnas upplevelsebaserade eller värdestegrande; kultur, arkitektur, marknadskommunikation och konst, verksamheter som trots sina inbördes skillnader är knutna till olika former av identitetsbygge. Det ekonomiska tillväxten som sådan har här olika betydelse för organisationerna, men inte ens för de mer kommersiellt inriktade företagen uppges framgångarna mätas uteslutande i den. Att bygga ett varumärke



är för de allra flesta förknippat med värderingar. För kulturens utövare inom hela fältet är det undersökningar av normativa strukturer, begränsande attityder, framväxten av ett tolerant och inkluderande samhälle, en reviderad historieskrivning och metoder för kunskapsproduktion som står i fokus.

## FÖRSTUDIENS FOKUSOMRÅDEN – EN LÄGESRAPPORT

---

**”Vad som skapar en böig konststad är att tillåta att en böig konststad kan ta form – på sina egna villkor”**

---

Att bygga en stad, större eller mindre, handlar inte bara om att bygga hus. Våra tätorter har legat där de har legat ett bra tag, de har växt och förändrats över många sekel och försökt fylla behoven för de människor som bott där. Påverkats av deras handlingar och näringar. Bostäderna och de offentliga byggnaderna, kanaler, torg och parker är det fysiska skalet runt den mänskliga aktiviteten i stadsrummet. Detta är ingen linjär process. Istället är det en pendlande rörelse mellan planering och det som uppstår av sig själv, en svärfångad process där det som byggs bara är en av många variabler. Ett dynamiskt förlopp sker utifrån förutsättningar där idéflödet är öppet åt båda håll och tillåts mynna ut på oväntade platser. Städer utvecklas bäst med så mycket kontaktytor som möjligt mot medborgarna och utifrån en långsiktig plan med utrymme för snabba förändringar. Idag är behovet av en hållbar stad ett viktigt ledmotiv. I visionen ingår miljömässiga såväl som sociala perspektiv. Att bygga en stad för alla de människor som befolkar den och för dem som skall bo där i framtiden. Men för att bygga ett öppet och tolerant samhälle behövs en mental omställning hos de aktörer som planlägger skeendet. I det ökade kravet på bostäder har politiken satt upp målbilder som är kvantitativt mätbara men inte kvalitativt. Frågor som; Vad är boende? Varför subventionerar vi ägande framför hyresrätter? – är viktiga att ställa.

---

**”Där alla de vackra axiomen rämnar – där uppstår ett kreativt ifrågasättande. I Malmö låste industrin dörren och gick hem. I Göteborg har vi tyvärr inte haft det stålbadet, det har tuffat på med de traditionella näringarna och vi har missat den historiska nödvändigheten av att tänka om”**

---

Idérikedomen är enligt branschrepresentanterna betydligt mer omfattande än de enkelriktigt styrda projekt som tillåts realiseras. De förslag som vinner framgång, gör det enligt någon främst på grund av vem som lagt dem, enligt någon annan för att det förs en manifesterad imagepolitik utan uppriktig mening. Dessa röster kommer inte bara från de som är yrkesmässigt involverade i det direkta byggandet eller planerandet av stadsrummet. Staden och framtiden i den är en fråga som berör majoriteten av de tillfrågade. Den utgör en primär förutsättning för de verksamheter som drivs där. Engagemanget för var vi är på väg och den stora besvikelsen över att initiativ stoppas, tystas ned eller skymms undan är ett relativt genomgående tema. Initiativet behöver släppas fritt. Några av förslagen som kommit upp är att låta självbyggarföreningar verka på små och mindre lönsamma tomter samt förändra planhanteringen för naturmark, andra lyfter brukandet av offentligt ägda ytor och subventionerade lokaler i de fastigheter industrin lämnat efter sig. Att

bevara dessa manifestationer av vår historia och vårda dem är här ett viktigt perspektiv för att undvika de negativa gentrifieringsprocesser som är synliga i så många andra städer.

---

**”Hej – det är här det INTE händer! Ett hjul på Stenpiren, man tror inte att det är sant, en persons gigantiska propellerkeps är vad det är.”**

---

Att det finns goda förutsättningar hos en stad som Göteborg är de flesta överens om. Problemet är att marknadsanpassningen har byggt en identitet befriad från problem. Evenemangsstaden är ett mantra byggt på att skapa en bild av att något händer, ”en baksmälla av ett enkelspårigt sätt att utveckla en stad”. Om Turismen är av intresse är det förvisso den upplevelsebaserade industrin som ger den största avkastningen. Här har regionen profilerat sig över tid med för ändamålet framgångsrika koncept som Way out West och Kulturkalaset. Den här typen av satsningar kan sägas bidra till både identitet och image, i några fall även egenvärde. Enligt några på ett mindre bra sätt. Kulturkalaset nämns som exempel på hur dåligt något kan tillåta sig själv att bli, Way out West framkallar inte lika mycket skepsis. De plattformar som festivalen öppnat upp inom sin yta för konst och hantverk skulle kunna tillhandahålla ett socialt utrymme. Detsamma gäller filmfestivalen. Men det mest obskyra saknas. Det som är kontroversiellt och knepigt. Reser man verkligen till Göteborg från andra länder för att se Bruce Springsteen eller Prince? Är det inte istället de små, smala företeelserna som är grogrund för nya rörelser i staden? Om bara tusen människor i hela världen tycker om en liten speciell sak, då är det just de tusen personerna som verkligen reser in från när och fjärran när det framträder en fysisk plats för det intressegruppen delar.

---

**”Varför finns det fortfarande två Göteborg? Du öppnar dörrar, går runt hörn, där finns det initiativ som inte får stöd av någon. Kommunen borde kommunicera det andra Göteborg bättre, vårt unikum. Vem lyfter fram att man kan spela basket på Pustervik varje torsdag?”**

---

Från konceptutvecklarna och kommunikationsstrategernas sida är uppfattningen att exponeringen av det som verkligen är stadens signum, eller skulle kunna bli, inte tas tillvara i den offentliga identiteten. Allt det som ytterst bottnar i vårt arbetararv och gemensamma industrihistoria pole-ras bort istället för att exponeras. Den smutsiga, arga, flummiga, multikulturella staden är en tillgång, inte en black om foten. Vi är inte huvudstaden, vi har inte huvudkontoren eller de stora institutionerna. Denna avsaknad har sina egna specifika fördelar. För kulturens representanter är det också en annan stad vi borde förlägga vår kraft på att lyfta fram. I anarkiststaden, aktiviststaden, HBTQ-staden och undergroundstaden Göteborg finns viljan till samhällsförändring och en knuten näve i fickan är en bra start. Det är DEN staden som skall vara närvarande i den offentliga digitala kommunikationsapparaten. Här finns stora möjligheter för t.ex. Göteborg & Co att våga tänka nytt. Från kulturens och konstens håll verkar man sedan länge inom de frågeställningar som utmanar vår historieskrivning. Vid Världskulturmuseet sjösätts t.ex. ett samarbetsprojekt mellan bl.a. The Unstraight Museum och ambassaden i Hanoi. Den kommer förutom att mynna ut i en vandringsutställning också att producera ett utbildningsmaterial där heteronormativa värdegrunder ifrågasätts. Där finns en grund för identitetsskiftet att äga rum på.

---

**”Vi kastade oss ut och provade, i det här fallet saknade kommunen muskler att backa upp oss, de vågade inte köpa marken på de här premisserna utan frågade när vi skulle växla upp. I en glesbygd är det konkret, för konkret ibland. Det finns en svag kultur för idésamtalet”**

---

Västra Götaland är en klassisk storstadsregion där Göteborg utgör en central kärna omgiven av mindre tätorter och landsbygd. Men en tredjedel av Västra Götalands invånare bor också på landsbygden. Några av aktörerna i den här undersökningen driver sina verksamheter där, eller i det som kallas glesbygden. Förvisso inte i den här regionen men förutsättningarna för de här verksamheterna kändes ändå centrala att undersöka. En fungerande och välmående landsbygd är en förutsättning för att ett nytt hållbart samhälle ska kunna växa fram, även i storstäderna. Kopplingen däremellan behöver stärkas i fler avseende än jordbruksfrågor. Där kan en kreativ eller kulturell näring fungera som det nav industrin en gång var. Genom att bli en destination. Vid Stållbergs Gruva i Bergslagen samlades förra sommaren 60 personer från 10 länder för att ställa frågor till platsen utifrån sina kulturella praktiker och ämnesområden. Grunden för de samtal som fördes handlade mer om vad tillväxt är än hur man åstadkommer den. Hur kan man omdefiniera identiteten hos en plats utan att radera ut den historia som den sprungit ur?

---

**”Långsiktigt arbete över tid, det kan ändra en hel bransch, de som stannar blir tjuriga på det braiga sättet”**

---

Inom modeindustrin har både forskning vid Textilhögskolan och den verksamhet inkubatorn i Borås bedriver visat att design mår bra att växa och stärka sig på sin hemmamarknad. Där är bruset mindre och även om man vill nischa sin produktion mot småskalig lyxkonsumtion så erbjuder den inhemska geografien en köpkraft. Den är i mindre skala men därmed är den också mer lättåtkomlig. Det finns självfallet ett internationellt perspektiv, det är härifrån intrycken kommer, och att ta del av de stora mässorna eller modeveckorna är ett sätt att både skaffa sig ökad kunskap om branschen och utveckla stringens i sin egen produktion. Men det är svårt att bli sedd i sådana sammanhang, utbudet är helt enkelt alldeles för stort och har man inte tagit sig tiden att bli specifik är det svårt att erövra en plats den vägen. Däremot finns det en välutvecklad internationaliseringsbas på textilhögskolan som garanteras av Borås Högskolas samlade internationella profil. Högskolan har en framskjuten position i sin forskning inom bl.a. resursåtervinning och materialutveckling. Här finns redan en stor maskinpark och en innovationsplattform. Textil och mode är ett av sex områden med examensrätt där design uppges vara prioriterad. På masternivå i textil design är rekryteringsbasen utifrån väldigt hög. Upp emot hälften av studenterna kommer från utländska lärosäten, främst europeiska och amerikanska.

---

**”Hur många Acne kan vi ha? Vad vi behöver är en högre och bredare framgångsfaktor som inkluderar hållbarhetsperspektiv. Vi blir hela tiden bättre och försöker hitta alternativa vägar, byggda på annan grund.”**

---

Med hemmamarknad är det enligt modeindustrin den nationella scenen som är i fokus men den utgår ifrån lokal nivå. I Borås finns det ett starkt samarbete mellan lärosätet, inkubatorerna och

näringsen via Marketplace. Man delar gästföreläsare och deltar i varandras aktiviteter. Även för dem som är verksamma utgör staden en bra grogrund. Den beskrivs som en plats där tätheten mellan utövare, utbudet av småskaliga verksamheter och en uppkäftig utbildning tillåter utveckling också utanför sin disciplin. Här finns kunskap, metod och möjlighet att utvärdera sina resultat. Stadens litenhet tillåter arbete i enskildhet då utbudet i övrigt är begränsat. Den utgör en bra plattform för resor ut i världen.

Både från högskolan, modeinkubatorns och branschrepresentanters håll menar man att det inte finns en uttalad regional målsättning – man agerar lokalt med en nationell målsättning. Detta beror enligt flera på att det politiska arbetet saknar förankring i verksamhetens grundförutsättningar och brist på sakkunniga. Det gäller inte bara det regionala arbetet, Sverige beskrivs av någon som ett u-land i jämförelse med t.ex. Danmark. Där har man ett väletablerat moderåd som arbetar proaktivt, som samtalspartners tar man hjälp av både de stora och medelstora märkena. Även om vi har ett så saknar det helt medel för att kunna utgöra någon skillnad. I brist på en sådan nationell översikt haltar de initiativ som görs på alla nivåer. Det är kanske två av 20 nystartade företag som klarar av att nå en bredare marknad och många når inte ens den lokala. De framgångar man nått med projekt som "smart textiles" har bottnat i långsiktig finansiering kombinerat med en innovationsplattform där arbetet kunde byggas upp från grunden.

---

**"Långsiktighet är det absolut enda som fungerar, bättre jordmån. Det behövs för att människor ska våga mer, särskilt idag när hela den sociala tryggheten är under granskning"**

---

En uppmaning till regionpolitikerna är att de måste börja ställa sig frågan vad tillväxt är, att se på en bransch utifrån dess egna förutsättningar och lita på dess kunnande. Ett första steg när man ser på just modeindustrins är att sluta stirra sig blinda på ett företags storlek. Multiföretag som HM är inte längre vägen att gå, de kommer att få kämpa med hållbarhetsfrågan på sikt. Vid högskolan har hållbarhetsperspektiven under lång tid varit en del av profileringen. Oerhört viktigt för alla kreativa näringar av den här typen är en långsiktig och kontinuerlig plan som går utöver politiska mandatperioder. Detta kan inte nog betonas. Obeslutsamheten i de politiska besluten som verksamheterna behöver förhålla sig till resulterar i en "kvalitativ hackighet". Även från högskolans håll betonas betydelsen av långsiktiga anslag. De forskningsmedel man idag blir tilldelad kan basera sig på 1-åriga överenskommelser. En röst i undersökningen menar att de hellre har ett fast verksamhetsstöd på 500 000 över fyra år än två miljoner projektbundna medel på ett. Det går helt enkelt inte att planera en verksamhet efter så kortsiktiga mål, det gör att man ger upp fast viljan är stor. Från Högskolans håll efterlyser man ytterligare stöd i sin argumentation för europeiska samarbeten. Den satsning som man ser som en stor fördel med VGR är såddfinansieringen, här finns bra och unika villkorlån och man satsar även på företag som saknar teknologisk tillväxt. Detta är dock inte till någon större hjälp när man vill starta samarbete med aktörer utifrån som t.ex. Stockholm.

---

**”I ett epicentrum där man agerar tillsammans med stolthet uppstår det något, en känsla. Om man ska hålla på med rymden åker man till Kiruna, varför åka någon annanstans? Så vill vi ha det i Skövde.”**

---

Även i Skövde finns täthet med fokus på en viss bransch, spelindustrin. Till skillnad från etableringen av mode och kläddesign är den nationella marknaden däremot inte alls intressant som företeelse, det finns helt enkelt ingen inhemsk marknadsfördel. Spelindustrin är global och man säger till studenterna att de föds globala. Däremot är det lokala klimatet, den geografiska densiteten i kombination med en bred kompetens något som lyfts även i det här sammanhanget. Via GSP och Högskolan har man i Skövde arbetat fördjupat och intensivt med internationalisering sedan 2004 och man har ett välutvecklat handlingsprogram. Det är företrädesvis studenterna som får möjlighet att genom resor till mässor och externa arenor gynna sitt eget idéflöde och möjligheten att testa sin första marknad.

GSP är som inkubator nischad mot IT och entertainment, man arbetar med innovationssystem och spelutveckling men i lika stor utsträckning med att ta fram seriösa modeller för marknadsundersökning och information, samt konkreta affärsmodeller. Verksamheten har till nu garanterats av långsiktiga stöd från bl.a. VGR, Skövde kommun och Almi Företagspartner. Det ekonomiska utrymmet att kunna följa upp många verksamheter över tid har varit betydelsefullt. Sweden Game Arena har blivit en flagg som samlar gemensamma initiativ mellan näringsliv, akademi och samhälle med fokus på att göra Skövde till en internationell spelstad. Via GSP och Högskolan har man i Skövde arbetat med internationalisering sedan 2004 och man har ett välutvecklat handlingsprogram. Det är företrädesvis studenterna som får möjlighet att genom resor till mässor och externa arenor gynna sitt eget idéflöde och möjligheten att testa sin första marknad. Att åka ut och representera sig och verksamheten på mässor och dylikt är en exponering som ger internationell lyskraft, att tala om att man finns och var. Det finns idag en hel del förfrågningar, främst från Europa och ibland Asien. De samarbeten som inleds faller dock ofta på ”virtuell inkubation” d.v.s. brist på ansiktstid – att man inte träffas på riktigt.

---

**”För bara tio år sedan fanns det inte ett enda spelbolag i Skövde. Idag finns 25 företag, 200 utvecklare, 600 studenter, 40 forskare och 15 affärsutvecklare.”**

---

Spelindustrins aktörer är svåra att inkubera. Den konstnärliga integriteten är hög, här finns en oerhörd övertygelse i det egna skapandet och drivkraften är mycket sällan att tjäna pengar utan möjligheten att sjösätta sina idéer på en intern independentscen som oberoende utvecklare. Särskilt designern har en betydelsefull roll, det är genom hen som det existentiella särtrycket kommer fram. Spelindustrin är i allra högsta grad kommersiellt skalbar och i växande. De stora bolagen visar fram enorma vinster. Men Gaming är för många både konsumenter och utvecklare primärt en subkultur, ett internationellt forum för normkritiska samhällsfrågor och identitetsskapande. Denna globala indiescen förlitar sig på egna starka karaktärer och ideologiskt innehåll, att få växa i sin egen takt är därför viktigt. För att kunna styra sitt innehåll avvisas därför investeringar som innebär förlorad kontroll över produktionen. En inkubator eller finansiär som inte

förstår näringens grundförutsättningar har sin fokus på marknad, produktion och bemanning. De vill se en betydligt säkrare tillväxtkurva där spelindustrins utövare efterfrågar helt andra förutsättningar för att nå långsiktig framgång. GSP arbetar därför med internt skapande. Genom att ta vara på det konstnärliga når många också framgång på en independentarena förutsatt att de får tid att växa i sin egen takt och på så sätt etablera sig på marknaden. De långsiktiga investeringarna har också gett resultat.

Skövde är en smältdegel av kompetens som kan bli väldigt gynnsam för en internationalisering menar man från både utvecklare och inkubatorns håll. Metamorfoser där det offentliga, näringslivet och utbildningarna arbetar tillsammans. Det är den utvecklingen som har skett i Austin och Seattle där indiescenerna är väldigt starka. Om man satsar på uthållighet och mängd, så skapar det en trovärdighet som gör att vill man flytta hit om det är spel man är intresserad av. Trots detta finns det inte en lika säker ekonomisk prognos för den kommande perioden.

---

**”Att komma ut från HDK var som att hamna i ett svart hål. I flera år sökte vi aktivt efter möjliga synergier via både Handels Business Lab och exportrådet – i efterhand kändes det som waste of time.”**

---

I Göteborg visar undersökningsmaterialet inte prov på samma entusiasm. Den starka anknytningen till utbildningsinstanserna som man hänvisar till i Borås och Skövde lyser med sin frånvaro, liksom möjligheten till samarbete utbildningsinstanserna emellan. Att i detta sammanhang dra för stora växlar på den kritik som riktats mot läroanstalterna är dock inte möjligt eftersom de inte har haft chansen att komma till tals. Akademien Valand, HDK och Röhsska kontaktades men hade inte möjlighet att delta inom den tid som undersökningen var satt att genomföras under. Men med det underlag förstudien haft till sitt förfogande kan följande behov ändå redovisas.

Klimatet för nytänkande beskrivs som ängsligt. För att kunna möta upp kulturutövare och kreatörer inom de olika disciplinerna och få dem att landa i faktiska uppdrag finns det en efterfrågan på forum som utbildar de framtida uppdragsgivarna i att lita på den kompetens de kreativa näringarna besitter. Likaså pekas det outtröttligt på avståndet mellan satsningar, direktiv och kunskap om förutsättningarna i uppdragen. Både från offentligt och privat håll. Det gemensamma ropet efter långsiktighet hörs även här, men det som efterfrågas är långsiktighet i satsningarna med stort utrymme för kortsiktig rörelse och föränderlig målbild. De flesta anser att den kreativitet som finns, den tid som läggs ned av eldsjälar i projekt som var och ett på egen hand hade kunnat göra stor skillnad för en region, får liten eller ingen uppbackning. Den identitetsprofil som kan vinnas är underordnad besökssiffror, antal arbetstillfällen eller framtida målstyrning. Nya identiteter växer sällan fram på det sättet.

---

**”Generellt behöver man odla sin idébank med inspiration man skapar och hittar själv, däremot behöver man tid, utrymme och uppmuntran att fortsätta. jag är kreatör var jag än bor på jorden men jag har ju valt att vara här, att utföra mitt arbete här.”**

---

I den internationaliseringsprocess som förstudien har som huvudmål att undersöka hänvisas det inom formgivning till det Milanoprojekt Svensk Form initierat som löper på fjärde året. I ett sådant projekt har det funnits utrymme för HDK och Röhsska museet att verka tillsammans med att lyfta svensk formgivning på en internationellt viktig arena, både på konsthantverkssidan och inom möbeldesign. Projekten har varit framgångsrika och i år gör HDK en kurs med särskild inriktning på Milano. Nordiska samarbeten nämns också som en väg att gå för att stärka sin identitet. Svensk Form gör i år inte något riktat internationellt projekt, det saknas också medel för det, de man har till sitt förfogande är formulerade under ett kulturstrategiskt uppdrag med regional förankring. För möbeldesignens del är Tibro en av de platser där man tror sig kunna ha goda förutsättningar att samla design, industri och underleverantörer på en koncentrerad yta och knyta band till bl.a. Stenebyskolan som har en unik utbildning för möbler och trä. Här skulle unga oetablerade designers kunna möta både företag och mer etablerade utövare. På konsthantverkssidan utgör Not Quite i Dalsland en förebild. Här kämpar man emellertid också med sitt regionala uppdrag. Detta trots att inga fler bevis behövs på att verksamheten är mycket framgångsrik också internationellt. Ett flertal europeiska samarbeten pågår redan. Den omfattande besöksnäring det gamla pappersbruket i Fengersfors kommit att utvecklas till, har emellertid enligt delar av verksamhetsledningen fått en allt för stor administrativ plats, men det är dock på denna näring mycket av anslagen ges. Det var för att utveckla det konstnärliga innehållet, genom att bli en mötesplats för i huvudsak utövare den här kulturnärings uppstod, inte för att driva kafé. Utan den kreativa tillväxtmiljön som fundamentet lagts på finns det ingen näring heller, även om kaffet är gott.

---

**”Film i Väst är en god förutsättning, men sparka hela ledningen och styrelsen, allt annat skulle bara vara plåster på såren. Det här är inget ego-projekt. Ingen utveckling är möjlig om den inte bygger på ett underifrån-engagemang.”**

---

Film i Väst ägs av Västra Götalandsregionen och uppger sig som regional filmfond vara en av de mest framgångsrika i vår del av världen. Den huvudsakliga verksamheten är förlagd i Trollhättan där man också förser yrkeshögskolan med framtida filmarbetare. Med de två senaste nomineringarna i Cannes beskriver man sin verksamhet som en 14 år lång framgångssaga. Mer än 350 långfilmer har samproducerats sedan start vid sidan av flera TV-produktioner och flera av dem är landets största bioframgångar. Långsiktiga relationer har enligt FiV:s uppgift byggts till både produktionsbolag och enskilda kreatörer, flera postproduktionsbolag har till följd av FiV:s arbete etablerat sig i regionen. Så långt allt bra. Svensk film har sedan 30-talet varit ett av nationens varumärken utåt, både de med högt konstnärligt innehåll och de med mindre högt. Det västsvenska uppdraget att vidareutvecklas till en av Europas ledande aktörer är rimligt. I Trollhättan, med samma densitet som i Skövde och Borås skulle man alltså kunna förvänta sig samma kollektiva känsla av stolthet över framgångarna, att vara filmstaden. En plats man söker sig till om man är intresserad av film och som man stannar i om man vill hålla på med film. Så är det enligt

den här undersökningen inte alls. I Film i Västs uppdrag ingår det också att skapa förutsättningar för att nya unga talanger i regionen ska få möjlighet att utvecklas och det anser man från flera filmskapare och kreatörers håll inte är fallet. Från Film i Västs håll uppger man sig vara bekymrad över svensk films position i världen. Majoriteten av det material man får håller inte. Det handlar om kvalitet, mod och att våga något med sitt filmiska berättande. Att bottna i det lokala men vara global. Här sitter vi på enorma kunskaper om vad som är intressant och skulle kunna göra ett mer aktivt arbete.

Utbildningen på yrkeshögskolan har sedan två år tillbaka bara ett program för filmarbetare då producentutbildningen lade ned. Det finns alltså inget program på orten med förankring i filmskapande som sådant, liknande den spelutveckling som sker vid Högskolan i Skövde eller den designinriktade utbildning som Högskolan i Borås har som prioriterat område. Film i Västs arbete beskrivs på flera håll som toppstyrt och elitistiskt där upprepad satsning på samproduktioner resulterar i att stärka andra marknader än den lokala med regionens skattepengar med en logga i utbyte. Ska man hålla på med film ska man i så fall söka sig till Göteborg, vilket också har utgjort ett problem. Vi kan ju inte ha två filmstäder i Västsverige?

---

**”Under fem, sex år har vi slitit som djur utan att kunna få ett besked från politiskt håll, det har varit ett krig, nu har vi fått vårt stöd men många har gett upp på vägen.”**

---

Det finns en två år lång utredning, eller snarare konflikt inom regionen, med anledning av att Göteborg också vill vara en filmstad. En konflikt som resulterar i att flera initiativ, däribland Gothenburg Film Studios har fått hamna i kläm. Göteborgs filmfestival anser man inte heller får tillräckliga anslag i förhållande till internationell förankring och långvarigt digert arbete med att etablera Västra Götalandsregionen som plattform för filmentusiaster. När det gäller regionens filmproduktion kan man förledas att tro att de nya decentraliserade systemet med många starka aktörer som tillsammans bygger framgång inte alls har fått samma genomslagskraft som i de andra branscherna. Här förlitar man sig istället helt på en mer centralstyrd och dominerande organisation som slår ut andra initiativ. Den sekretess med vilka besluten fattas kritiserar också väldigt hårt, Svenska Filminstitutet offentliggör sina.

Från Film i Västs sida förklarar man kritiken med den utveckling som sker på marknaden. Om vi vill ha en hög volym kan vi inte tänka nationellt. Villkoren ser helt annorlunda ut idag och inte ens de nordiska länderna är tillräckliga för att fullfinansiera ett projekt. Att det lokala på många håll har det globala inskrivet i sin verksamhet gäller alltså även här, men perspektivet verkar vara mycket mer infekterat. Kanske just för att den hemmamarknad som kreatörerna behöver växa på helt saknas.

---

**”Om regionen på allvar är intresserad av att ekonomiskt och politiskt stödja kulturella och kreativa näringar måste det ske utan att autonomi inom respektive område går förlorad.”**

---



## SAMMANFATTNING AV FÖRSTUDIENS RESULTAT

---

Initiativ föds hela tiden. Spontana möten leder till bärkraftiga idéer, lusten att göra något leder till handlingar. Varje initiativ rymmer inom sig en utopi. Utopin är drivkraften utan vilken ingen förändring är möjlig. Till visionen knyts människor som delar den, fostrade i olika system skapar de kluster förenade av samma mål och för en stund, kortare eller längre, är det möjligt att lämna allt för att delta i något kollektivt. Men en vision kan inte drivas på bara återinfuserad vilja. Basala saker som mat för dagen, hyra och liv i största allmänhet, tar sin del av energin. Orken tar slut och ett system permanentas inom vilken man anar drömmen i väggen men inte återfinner den i handlingen.

Att närma sig en fråga omkring regionala satsningar på det kreativa fältet är omöjligt utan att se till den geografi man själv befinner sig i. Hur ser den ut? Vad saknas och vad skiljer visionen från hur det blev? Samma resonemang kan också gälla en stad eller region. Det är inte första och inte sista gången frågan ligger på vårt bord. I själva verket har undersökningen av hur vision, dröm, gnista och initiativ lever vidare inom en organisation utgjort ett av fundamenten på vilket vi byggt vår verksamhet. Det här är inte alls något som är utmärkande för oss. I våra samtal med duktiga människor inom olika kreativa verksamhetsfält, inkubatorer och branschrepresentanter, är svaret på frågan om varför drömmen tar slut oftast att man inte orkar mer. Det blir för tungt.

I satsningen på tillväxt, kompetensutveckling och innovativ kraft inom kulturella och kreativa näringar är perspektivet från topp till botten enligt de flesta vi talat med inte det mest verkningsfulla. Det blir ofta klumpigt. För att använda Nielséns paraplybegrepp är det något som skall fångas in, man har sett att det händer och nu ska man rusa till. Men vad var det som hände och när hände det? I fallet med Hey, it's Enrico Pallazzo! handlade det om en kombination av delade erfarenheter, missnöje och slump. Till skillnad från den nyliberala ideologin som låg till grund för New Public Management, om egennyttan som människans första strävan, byggdes vår utifrån ett bamseperspektiv. Det kan ju låta oerhört naivt, men en stark grupp gör var och en av individerna i den starkare och befrämjar på så sätt också de egennyttiga målen, om än sekundärt. När Jacob Wenzler talar om oviljan att bli frisk, eller möjligheten att låta sin diagnos rymmas inom det som också räknas och som med andra glasögon kan utgöra en tillgång, tangerar det både vårt sätt att vara och arbeta. De uppdrag som legat oss närmast om hjärtat har nog aldrig haft tillväxtaspekten som första princip, utan kommunicerat behovet av förändrade attityder. Det betalar dessvärre inte alltid hyran men skänker identitet. Att låta våra verksamheter läcka över i varandra handlade aldrig om att hitta en gyllene medelväg där alla var överens utan om att låta den divergensen som detta innebar sträcka det egna arbetet ut i en ännu större egenhet, att tillåtas behålla våra diagnoser. Naturligtvis har det inte alltid blivit så, utopier är utopier.

Frågan om de kulturella och kreativa näringarnas internationaliseringsprocesser kan inte besvaras utan att först ta reda på varför frågan är ställd. Nästa fråga är att titta på förutsättningarna hos destinationen. Ett förslag på hur det ska bli roligt, enkelt och billigt att komma hit behöver

grundas i flera andra frågor varav den viktigaste kanske är viljan att resa till just den här platsen. Vår övertygelse efter att ha gjort den här undersökningen ser likadan ut som innan vi påbörjade den. Att öka flödet av människor utifrån och låta de som verkar här hämta inspiration på andra platser, kan absolut skapa förutsättningar för de otvungna möten, samtal och förbindelser som får någonting att röra på sig i rätt riktning men vi måste också göra det hemtrevligt för oss själva för att vilja bjuda in. Att komma till ett hem där ett gräl just tystats ned känns aldrig kul. För att vilja stanna behöver man känna att det är här det händer, det där "något" som skvallrar om att man bör vara kvar. Det personliga mötet med någon som är stolt över det som finns att visa upp och som tror på dess förutsättningar. I den andra av de två städerna eller regionerna som lyfts fram i den här undersökningen kryllar det av sådana anledningar, i den första finns det något färre. För att slå sig ned och verka på en plats under en kortare eller längre period tror vi att dessa båda behöver arbeta tillsammans.

De rekommendationer och förslag vi lämnar över i denna rapport lutar sig på denna erfarenhet och på den kunskap de vi talat med varit vänliga att dela med sig av. Vi måste skapa utrymme för den kreativitet som är helt utan syfte, den som inte låter sig infångas men under rätt omständigheter i efterhand kan pekas ut på en plats där det uppstod något. Där är den återupprättade tilltron ett viktigt redskap.

## KKN-NÄRINGARNA I VGR, KONKRETA KONCEPT FÖR FRAMTIDEN

---

Gemensamt för våra förslag nedan är att de kräver kapital och engagerade individer för att genomföras. Se dem därför som tjänster för er själva att utveckla, eller som uppdrag att lägga ut på befintliga aktörer inom de kreativa näringarna. Vi tror inte på att starta fler pilotprojekt. Fokusera istället på att rikta stöd till redan startade bolag, föreningar och initiativ. Där finns de eldsjälarna som redan vågat satsa och som verkligen brinner för och tror på sin idé. Titta främst på 1–5-åriga verksamheter. Det är under denna period etableringar har ett stort behov av friskt kapital för att ta nästa steg i utvecklingen. Ibland kan regionsutveckling vara så enkelt som identifiera lovande verksamheter och ge dem lite stöttning på resan. Varför inte i form av ett uppdrag för VGR?

### SUBTROPICA – VÄRNA OM STADENS SUBKULTURER

Vårt kanske viktigaste strategiska förslag är att våga göra ”ingenting” i de fall där det är möjligt. För att bli en framstående region för kulturella och kreativa näringar att frodas i måste man veta vad som lockar folk att flytta till en stad. Eller vad som får dem att stanna kvar. Den vanligaste anledningen är kärlek, studier eller arbete. En annan att man helt enkelt flyttar hem. Detta gäller för alla städer men för den större staden uppträder ännu en anledning. Mångfalden. Det finns helt enkelt fler av de som är färre i en stor stad. För att locka människor från andra platser till sig så är det helt vitalt att Göteborg vårdar sina subkulturer. Det är härifrån verkligt nya idéer sprids. Det som kommer få framtidens forskare, ingenjörer, arkitekter, innovatörer, designers, författare, idrottsmän, konstnärer och musiker att vilja komma hit. Det bästa sättet att vårda subkulturer är att låta dem vara i fred. Vara vaksam på när, hur och var de uppstår, var deras mötesplatser är, hur deras behov ser ut, vilka eldsjälarna är och försöka undanröja hinder som stoppar dem i deras utveckling. Det kommer inte ens vara särskilt dyrt men avkastningen kan vara enorm.

### THE YAY SAYERS – A CREATORS CONCIERGE SERVICE

The Yay Sayers uppgift är enkel. Att göra det möjligt genom att svara JA. Ibland kopplat till ett ”Ja, men...” eller ”Ja, om...” etc. men alltid, alltid, alltid JA. The Yay är en regional helpdesk för dem som behöver hjälp med att förverkliga sina idéer inom det kreativa fältet. Oavsett om man behöver svar på en fråga, lösa ett akut problem eller bara lite moralisk support, så är svaret bara ett samtal bort. The Yay är även en viktig länk mellan regionens olika aktörer och en hub för kreatörer från andra platser som vill komma hit. The Yay tillhandahåller register med uppgifter om alla kreativa utövare i regionen och är behjälpliga med att skapa möten och samarbeten mellan de olika näringsidkarna. Dessutom kan man förmedla hjälp med ekonomi, personalfrågor, pensionsupplägg, juridik, städ, larm och allt annat praktiskt som ofta kan upplevas som ett hinder för en ny kreativ verksamhet. Därigenom föder The Yay även andra näringar i regionen, och skapar kontaktnät runt de kreativa företagen.

Att på detta sätt curla personer och företag som på sikt kan ge stora positiva effekter åt regionen är en enkel åtgärd. De drivande eldsjälarna bakom många goda initiativ har ofta andra styrkor än de som kännetecknar en traditionell entreprenör. Låt dem ägna mer tid åt det de gör bäst och undanröj hinder så att glöden bibehålls längre.

## SPACES – PROVIDERS OF THE CANVAS

Spaces är en service med syfte att hjälpa kreativa näringsidkare hitta, hyra, förvärva och utveckla ytor för skapande verksamhet. En fri resurs dit kulturarbetare och kreatörer kan vända sig när de behöver hitta ekonomiskt överkomliga lokaler. Spaces arbete är filantropiskt och sker i samråd med myndigheter, näringsliv, stiftelser och privatpersoner. Man arbetar även med stadsutvecklare och intressenter med kompetenser inom kulturarvsfrågor. Spaces förvärvar eller tecknar hyresavtal med ägare av fastigheterna och gör dem sedan tillgängliga för kulturproduktion genom förmedling, uthyrning eller andrahandsuthyrning. Givetvis helt utan krav på motprestation. Runt om i världens storstäder har gamla industriområden fått nytt liv när kreativ verksamhet flyttat in. De övergivna lokalerna har blivit centrum för ett spirande näringsliv och avantgardistisk kultur som skänkt nytt liv åt döende stadsdelar. Spaces uppgift blir att stimulera den utvecklingen. Spaces blir på detta sätt inte bara en mäklare av lokaler, utan också ett verktyg för staden att populera och vitalisera avfolkade industriområden.

I det postindustriella samhället har effektivisering parat med ökade produktionskostnader inom industrin, lämnat många tusen kvadratmeter fabriksyta och lagerlokaler i regionen tomma i väntan på utveckling eller rivning. Dessa rymliga och mångsidiga platser borde istället ge utrymme för möten och kreativitet. De är också idealiska för att organisera nyskapande evenemang. Kommuner har ofta uttryckt intresse av ett sådant arbete. I de fall där man försökt skapa utrymme för kreativa näringar, har man först valt att standardisera ytorna på ett sätt som inte visat sig särskilt framgångsrikt. Kostnaderna för renoveringar placerar hyrorna på nivåer som gör lokalerna otillgängliga för kulturutövare, samtidigt som man byggt bort mycket av den rustika charm som fanns i väggarna. Istället för att vitalisera ett område har man bidragit till en gentrifiering, som tvärtom syftet hämmat stadens kreativa näringar. Lagerhuset, Snusfabriken, Brewhouse, Bananpiren, Gamlestadens fabriker m.fl. är bara kontor idag. Kontoriseringen utarmar beståndet av billiga, inspirerande och oömma lokaler och saknar förmåga att locka till sig de expansiva kulturella projekt och evenemang som ger liv åt slumrande områden. Istället för en spännande blandstad skapar man öde stadsdelar där folk bakom neddragna gardiner och dataskärmar sitter av tiden mellan nio och fem.

Vårt tips är att man inte försöker toppstyra utvecklingen utan lämnar den i händerna på de krafter man vill främja. Släpp gamla industriområden fria och sluta lägga pengar på att polera bort visuellt förfall. Anpassa genom att gift och annat farligt bös fraktas bort, men genomför i övrigt inga dyra renoveringar. Spaces gör det sedan möjligt för kollektiv/kulturföreningar/kreativ verksamhet att lagligt ockupera yta i väntan på annan exploatering. Lokalerna tas över i befintligt skick för att sedan utvecklas av utövarna själva. Eller ännu hellre låt dem förvärva fastigheter superbilligt och själva renovera dem. När utvecklingen sedan gör att statusen på området höjs, håller man gentrifieringen stängden med sänkta hyror för dem som gjort det möjligt. Ett billigt och effektivt

sätt att stärka regionens kreativa näringar, gjuta nytt liv i uttjänta lokaler och skapa en myllrande blandstad där KKN och övrigt näringsliv lever i symbios.

Referens: <http://www.creativespaces.net.au/about-us/>

## THERE AND BACK AGAIN – RESEBYRÅ FÖR GRÄNSLÖSA KREATÖRER

Få saker är viktigare än att öppna upp staden mot resten av världen. För den enskilde kreatören eller kulturidkaren är influenser något man inte kan ha för mycket av. Här behövs det inte särskilt mycket strategier. Öka anslagen för resor i syfte att skapa kontakter och gör det enklare för de som skall använda dem att få tillgång till medlen. Möjligheten att söka ofta och med kort framförhållning betonas.

Att använda resor för att skapa kontaktytor mellan aktörer från de kulturella och kreativa näringarna och representanter från industri, näringsliv och politiska beslutsfattare kan få långtgående effekter på framtida arbetsklimat. Önskemålet om en sådan plattform lyfts genom hela undersökningsmaterialet och här kan kompetensutbytet ske naturligt. Samordning kan ske via ADA och BRG. Erfarenheter byts på ett otvunget sätt när man reser ihop och det är ett bra sätt att luckra upp de vattentäta skott som finns mellan KKN och övrigt näringsliv. Vänskapsband och kontakter skulle knytas och öppna upp för okonventionella samarbeten och kreativa lösningar. Naturligtvis skall man även fortsättningsvis plocka in de bästa och mest intressanta kreatörerna från omvärlden för seminarier, samarbeten och studiebesök hos näringsidkare i regionen och aktivt verka för att kontakter knyts mellan lokala aktörer dessa kreativa utövare. Kanske genom att sätta igång experimentella projekt?

## MAXIMAL RISK – EN UTVECKLINGSFOND

Maximal Risk är en riskkapitalfond som investerar i idéer och kreativa företag med specifika tillväxtbehov. Immateriella produkter av dynamisk karaktär är svåra att riskbedöma och långsiktiga privata investeringar lyser med sin frånvaro. KKN har traditionellt sett även varit missgynnade när det gäller offentliga källor till investeringsstöd. Bristen på utvecklingskapital i småskaliga högriskföretag är därmed ett akut problem och det hämmar initiativ som annars skulle kunna utvecklas till spännande företag, inspirerande kultur och världsrykte för regionen. Fonden ges i uppdrag att gynna kreativ utveckling i Västra Götalandsregionen. Till skillnad från traditionella riskkapitalfonder återinvesteras därför all vinst i nya projekt. En liknande modell har med framgång används i Birmingham, vars historia som gammal industristad påminner om Göteborgs.

## FREE INTERNETZ

Information och idéer färdas fortare än människor. Men den måste få vara fri och tillgänglig om vi skall kunna utvecklas i den takt vi vill. Med fri höghastighets-WiFi överallt, så skulle staden bli tillgängligare och högintressant för en hel massa nyetableringar. Idag sker det mesta av den dagliga kommunikationen digitalt och en investering i en öppen digital infrastruktur kostar bråkdelar av det vi investerar i när det gäller vägar, broar, tunnlar och transportmedel. Dessutom blir den 100% uppkopplade staden omedelbart en attraktiv testarena för nya, fräsiga mobila tjänster.

## WEST SWEDEN PRODUCTION SERVICE

Tyngdpunkten för WSPS skall vara att främja västra Sverige som en naturlig plats för att filma, samt förse den nationella och internationella audiovisuella sektorn med information om fördelarna med att förlägga inspelningar i Trollhättan, Göteborg och Västra Götalandsregionen. Aktiviteter som också hjälper till att marknadsföra regionen både i Sverige och utomlands. De skall ses som en tjänst tillgänglig för alla produktionsbolag och yrkesverksamma filmare som vill använda Göteborg, och övriga orter i västra Sverige som inspelningsplatser.

WSPS erbjuder hjälp med hantering av alla nödvändiga tillstånd, samordning av inspelningar i området och agerar som en brygga mellan produktionsbolag och t.ex. polis eller andra organisationer eller privata ägare av platser vid behov. För att göra inspelningen lättare skall WSPS vara behjälplig som medlare mellan produktionsbolag och kommunala avdelningar och/eller organisationer som kräver särskilda villkor. Förse produktionsbolag med viktig information om platser, lokala bolag inom produktion och all annan information som kan vara intressant i samband med audiovisuell produktion i regionen. WSPS skall kunna ansöka om befrielse och/eller sänka ev. kommunala avgifter och hyror med hänvisning till kulturell produktion, på de platser eller i byggnader som ägs av kommunen.

Genom att främja och underlätta för inspelningar i regionen skulle WSPS viktigaste värde på sikt vara dess effekt på lokalt näringsliv. Något som inte bara kommer begränsas till den audiovisuella näringen eller filmindustrin, utan även påverka andra sektorer som t.ex. turism, hotell- och restaurangbranschen. Filmer gjorda i regionen kommer att bidra till att synliggöra regionen i Sverige och utomlands, genom de scenerier som gratis görs synliga i filmerna. Filmindustrin har också den positiva ekonomiska effekten att den skapar nya jobb och sätter fart på skapandet av ett produktionskluster i Göteborg med omnejd. Här kan allt som är intressant för bolag som producerar film och ev. också event kunna finnas med. Jämför NY Film Commission <http://www.nyc.gov/html/film/html/home/home.shtml> eller NY Production Guide : <http://nypg.com/>

## CREATIVE HOTSPOT

Utveckla och marknadsför ADA:s projekt GoCreative ytterligare genom att öppna och sponsra en fysisk mötesplats i Göteborg. Den kan likna Coffice i Stockholm eller vara en enklare variant av Soho House. Varför inte genom ett utökat samarbete med någon intressant aktör i regionen som redan skapat förutsättningar för en sådan möjlig mötesplats? Vi tror i grunden inte på försök som

syftar till att institutionalisera bygget av nya mötesplatser. Bättre då att se var de kan uppstå spontant och bygga vidare på det med utgångspunkt från det som skett naturligt. Men det vore trevligt med en fast punkt där man alltid visste att intressanta möten kan uppstå. Varför inte i kombination med ett Makers Space som ger kreatörer fri tillgång till ny teknik att experimentera med och utbilda sig igenom?

## INSIDE THE BOX – CONTAINERHOTELL FÖR KREATÖRER

Anledningen att resa till en plats är oftare inte svårare än att man har råd eller ges en anledning. Jesper Larssons utmärkta idé Creators Inn – gratis hotellrum till besökande kreatörer – skulle med fördel kunna utvecklas till något mer på riktigt. Vi ser framför oss en billig konstruktion där gamla lastcontainrar görs om till ett enklare hotell avsett för kreatörer och konstnärer. När vi får hit besökare ska fokus ligga på att nätverka, samtala och inspireras. INTE producera. De som kommer hit ska få en lista på folk man kan träffa och ställen man kan besöka, men ingen motprestation krävs för att de skall få övernatta. Just därför kommer bloggar och magasin världen över skriva om stället. En bra symbol för öppenhet och gästvänlighet samtidigt som den fungerar som en kraftfull markör för ambitionen att ta plats bland världens bästa städer för kreatörer.

## VÄSTSVENSKA SOFFSURFAR-FÖRMEDLINGEN

Couchsurfing är redan ett begrepp och en spirande industri. Det första och största couchsurfing-nätverket grundades av Casey Fenton 2004 och är idag ett gästfrihetsutbytesnätverk med cirka 4,8 miljoner medlemmar i 246 länder och territorier. CouchSurfing-nätverket erbjuder resande medlemmar en möjlighet att besöka och dela livet med andra medlemmar. Via profiler och ett verifierings-system kan man få överblick över vem som finns var och vad andra lämnat för synpunkter på sitt besök där. Som medlem förväntas man ställa upp som värd för andra (Wikipedia).

Soffsurfar-förmedlingen begränsar sig till att bygga upp ett register med kreatörer worldwide dit man kan åka och sova på soffan för att enkelt och billigt inspireras av nya platser. Gratis husrum och guide till staden. Vill man utnyttja systemet måste man givetvis vara beredd själv att upplåta sin soffa till en kreatör på resa.

## EXTREME MAKEOVER

Måste ett hus vara snyggt? Eller vanligt? Nej det måste det inte. Viktigare är att en byggnad är värd att prata om. Ställ därför krav på alla nybyggnationer och renoveringar att anlita kreatörer vars uppgift det blir att tillföra ett element värt att prata om. Ett kanariegult torn? En vägg som går att öppna likt ett dockskåp? Ett otroligt orange P-däck? Varför kan man inte bygga ett hus som sträcker sig över kanalen? Hur skulle det bli om Nordstans tak glasades in och fylldes med skön sandstrandssand? Galenskap och tveksam smak är underskattat. En stad som vill vara i toppen när det gäller kreativitet måste våga ta ut svängarna. Visa vem vi är så blir vi sådana. Ibland kan några burkar färg vara allt som behövs.

## MENTOR ME – THE SENSEI OF BUSINESS

En av svårigheterna för de kreativa näringarna i regionen är svårigheten att komma in i befintliga nätverk. Istället skapas parallella nätverk där man förvisso kan mötas med branschkollegor, men där det ytterst sällan ges möjligheter som leder till affärer och samarbeten för de inblandade. Genom att starta ett mentorsprogram där aktörer inom affärliv och industri kopplas samman med deltagare från det kreativa fältet, avhjälper vi denna brist. Mentorskapet är tänkt att fungera som en tvåvägskommunikation mellan aktörerna då bristen på nya idéer och innovation är något som man i sin tur saknar i näringslivet.

## FAILORS GALORE – MISSLYCKANDET SOM EN FJÄDER I HATTEN

Regionen behöver ändra sin syn på misslyckande. Ofta omnämns misslyckande i samma andetag som misstag. ”Det måste vara okej att göra misstag” säger man, när man menar att det måste vara okej att misslyckas. Ett misstag är en produkt av slarv. Även om det inte behöver falla en allt för hård dom över dem som slarvar, så är det ingen god idé att uppmuntra till den sortens beteende. Bättre då att uppmuntra till misslyckanden. Ett misslyckande är till skillnad från misstaget en produkt av ambition eller i vissa fall övermod. Alltså den typen av beteende som krävs för att mänskligheten skall ta ett steg framåt. Vad hade hänt om Orville och Wilbur Wright lagt ner sina försök att bygga en flygande maskin efter första misslyckde försöket? Just det, inte mycket. Det om något hade varit ett misstag.

Failors Galore är ett utvecklingsstöd och en tävling. Varje år delar FG ut anslag till personer och projekt som misslyckats kapitalt, men som man anser värda att fortsätta försöka utveckla. Man utser även en vinnare som förutom ära och berömmelse får obegränsade resurser att misslyckas igen.

## EAT, CREATE, DIE

Ett branschöverskridande projekt i syfte att främja kreativitet och nätverkande. Vi vill att Göteborg tar kommandot i norra Europa och etablerar sig som den mest kreativa platsen som alla vill besöka. Ingen produktion, bara kunskapsutbyte och helt kravlöst. Vi bjuder in intressanta deltagare utifrån för en veckas vistelse och samlar kreatörer, föreläsare, näringsliv, politiker, artister för ett massivt kunskaps- och inspirationsutbyte. Inbjudna kreatörer får givetvis sova hemma hos lokala representanter.

Man samlas kring ett förvalt tema men där innehållet är smalt och cutting edge. Mixa gummisulforskaren på Nike med vitryska hackers och sås-ansvarig på El Celler de Can Roca. Temat knyter allt samman. Vi äter gärna både lunch och stående middag ihop och på kvällen är det givetvis något up and coming band på scenen och minst tre lokala mikrobryggerier som säljer sin öl. Utanför står två food trucks och erbjuder det bästa från stan. Det ska vara och kännas independent. Allt dokumenteras och publiceras med hjälp av sociala medier, i tryckt material samt i en kort reportagefilm.

Inspiration kan bl a hämtas från MAD CPH, <http://madcph.dk>, Red Bull Music Academy <http://www.redbullmusicacademy.com/> och Austin SXSW <http://sxsw.com>

Ett par sponsorer garanterar att projektet får fart och att vi kan flyga in ett antal nyckelpersoner som föreläser.



## THE AWESOME DEPARTMENT

Västra Götalandsregionen är så tråkig. Fel! Här händer massor med kul saker. Hela tiden. Men från officiella håll är man ganska dålig på att lyfta fram allt underbart som är värt att visa upp. Kanske vet man inte om vad som finns? Det blir mest Feskekörkor, Paddan, Liseberg och likadant ser det ut i resten av regionen. Skall vi behöva vänta på att ännu en reporter från New York Times åker vilse, innan någon väljer att visa upp allt coolt vi har att erbjuda?

Det finns redan en hel del initiativ för att samla in goda idéer, Västsvenska Handelskammarens 100-lista, ADA's GoCreative och Göteborg 2021 för att nämna några. Men det mesta handlar om förslag på framtida aktiviteter eller är kopplat till ett specifika utvecklingsprojekt. Varför inte upprätta ett virtuellt klätterplank och engagera stadens invånare i stadsutvecklingsarbetet genom att göra dem till kuratorer för det som redan finns? Här kan man visa upp sina projekt, få hjälp att marknadsföra eller finansiera dem, komma med förslag, utveckla egna tankar runt befintliga projekt eller betygsätta andras idéer etc. I en stad som vill vara känd för sin mångfald är det dessutom viktigt att låta de nyaste invånarna ta plats. Så låt oss göra det lättare för invandrade göteborgare att delta i utvecklingsarbetet genom att översätta allt på fler språk än engelska.

Vi vill understryka att man inte behöver bygga en ny portal. Att bygga digitala destinationer är dyrt och det drar "ström" att få folk att hitta dem. Bygg istället på en befintlig plattform där människor redan befinner sig.

Referens: Ministry of Awesome vill lyfta fram allt som är häftigt i Christchurch, Nya Zeeland.  
<http://www.ministryofawesome.com>

## KARTLÄGGNING AV INTRESSANTA ARENOR

---

### FITC AMSTERDAM

FITC stands for 'Future. Innovation. Technology. Creativity.' – four words that capture the essence of what our company and events are all about. We produce design and technology focused events worldwide which inspire, educate and challenge attendees. Since 2002, FITC has brought together like-minded professionals and students in Toronto, Amsterdam, Tokyo, San Francisco, Chicago, Seoul, New York, Los Angeles and many other cities. FITC produces a number of events internally and in collaboration with other event organizations throughout the year.

<http://fitc.ca>

### PAX SEATTLE

In 2004, the folks at Penny Arcade decided they wanted a show exclusively for gaming. Sure, comics, anime, and other nerd hobbies were cool, and those activities all had their own shows... so what about games? From that idea spawned a small 4,500 person event in Bellevue, Washington, focused on the culture and community that is gaming.

Since then, the show hasn't looked back. Doubling in size each year until venue capacities were reached, in 2010 the show expanded into Boston for PAX East, drawing tens of thousands of attendees in the inaugural year. The shows in Seattle and Boston represent the two largest gaming events in North America!

<http://prime.paxsite.com>

### SXSW, AUSTIN, US

SXSW Interactive is still the yardstick against which ideas and tech festivals are measured, holding hundreds of talks and workshops. So when you've learned how to build a start-up or why we need to adapt technologies for humanitarian aid, you can join the party at SXSW Music and watch Bruce Springsteen.

[sxsw.com/interactive](http://sxsw.com/interactive)

### AFRIKA BURN TANKA TOWN, SYDAFRIKA

Afrika Burn is the spectacular result of the creative expression of a community of volunteers who, once a year, gather in the Tankwa Karoo to create a temporary city of art, theme camps, costume, music and performance! For those that have been no explanation is necessary, for those that haven't none is possible.

<http://www.afrikaburn.com/>

## BURNING MAN, NEVADA DESERT, US

Burning Man is an annual event and a thriving year-round culture. The event takes place the week leading up to and including Labor Day, in Nevada's Black Rock Desert. The Burning Man organization (Black Rock City LLC) creates the infrastructure of Black Rock City, wherein attendees (or "participants") dedicate themselves to the spirit of community, art, self-expression, and self-reliance. They depart one week later, leaving no trace. As simple as this may seem, trying to explain what Burning Man is to someone who has never been to the event is a bit like trying to explain what a particular color looks like to someone who is blind. In this section you will find the peripheral definitions of what the event is as a whole, but to truly understand this event, one must participate.  
<http://www.burningman.com>

## SONAR, BARCELONA, SPAIN

Festival of Advanced Music and New Media Art. Created in 1994, Sónar is a pioneering festival with a unique format and content. It's first class reputation as a leading reference for international festivals is by virtue of a carefully balanced cultural offering, combining a playful nature, the avant-garde, and experimentation with electronic dance music's newest trends. Sónar is constantly on the pulse of the current electronic music landscape. Its interactions and hybridizations with digital creation and new media, unites established artists with emerging talent, in all areas of musical and audiovisual production.  
<http://sonar.es/en>

## FUTURE EVERYTHING MANCHESTER

R&D hub for digital culture, presenting industry conferences, innovation projects, artworks and live experiences which showcase a digital future. Top 10 Idea Festivals in the world.  
<http://futureeverything.org>

## WISDOM 2.0, SILICON VALLEY, CA

A fusion of creative technologies and 21st-century spirituality, Wisdom brings together social media architects with mindfulness gurus to explore how technology can save the world.  
<http://www.wisdom2summit.com>  
Se även: Wisdom 2.0 Europe, Dublin, <http://wisdom2europe.com>

## THE DO LECTURES, WALES

Described as "TED meets Burning Man meets Where the Wild Things Are", the Do Lectures take the theme back to its homespun roots. You spend four days sleeping in wigwams, participating in talks ranging from organic vegetables to the importance of hope.  
[www.dolectures.com](http://www.dolectures.com)

## 99% CONFERENCE, NEW YORK

The goal of the 99U Conference is to shift the focus from idea generation to idea execution. Providing road-tested insights on how to make your ideas happen. We bring together some of the world's most productive creative visionaries & leading researchers to share pragmatic insights on how ideas are brought to life.

<http://conference.99u.com>

## VIVID SYDNEY

Vivid Sydney is where art, technology and commerce intersect. Vivid transforms Sydney into a canvas of light, music and ideas, this year taking over the Museum of Contemporary Art with debates and talks led by Asia-Pacific's foremost creative thinkers, and dramatic art installations. The Opera House lit with lasers is something you won't forget in a hurry.

<http://www.vividsydney.com>

## OFFF – LET'S FEED THE FUTURE, BARCELONA

OFFF is an entity in continuous transformation, alive and evolutionary. More than a decade ago, it was born as a post-digital culture festival; a meeting place to host contemporary creation through an in depth programme of conferences, workshops and performances by the most relevant artists of our time.

<http://www.offf.ws/>

## OFFSET, DUBLIN

Originally an initiative of The Small Print when it began in early 2009, in only 4 years OFFSET has become one of the world's most important creative events. Hosting a weekend of presentations, interviews, panel discussions and debates with the very best of Irish and International designers, animators, illustrators, advertisers, artists, photographers and more live on stage. They speak about their work, ideas and inspirations and give incredible insights into their practices and personal perspectives. Independently founded and run, OFFSET has grown from 450 to 2000 delegates in its latest edition.

<http://iloveoffset.com/>

## SIGGRAPH VANCOUVER

The SIGGRAPH conference and exhibition is a five-day interdisciplinary educational experience including a three-day commercial exhibition that attracts hundreds of exhibitors from around the world. SIGGRAPH is widely recognized as the most prestigious forum for the publication of computer graphics research. In addition to SIGGRAPH's leading-edge technical program, the conference's installations provide close-up views of the latest in digital art, emerging technologies, and hands-on opportunities for creative collaboration.

<http://s2014.siggraph.org/>

## NEXT BERLIN

NEXT Berlin leads the way as a meeting place for the European digital industry and is a vital driving force across borders. At the conference, marketing decision-makers and business developers meet technical experts and creative minds to discuss tech innovations and marketing trends that will fundamentally transform the way we do business. In order to stay abreast of changes, NEXT Berlin additionally organises conferences dedicated to specific emerging topics, that will have an impact on the European digital industry within the next year. Among these events are NEXT Finance as well as NEXT Service Design.

Hosted by: SinnerSchrader is one of Europe's leading digital agencies.

<http://nextberlin.eu/>

## TYPO TALKS, BERLIN, LONDON, SAN FRANCISCO

TYPO conference speakers are innovative designers, professors, marketing experts, scientists, artists, journalists and much more. They present and discuss diverse approaches in the fields of communication and design. TYPO inspires, offers insights and experiments, encourages the exchange of knowledge and is a creative playground for communication professionals.

<http://typotalks.com>

## SUNDANCE FILM FESTIVAL, NYC

Since 1981, Sundance Institute has evolved to become an internationally-recognized nonprofit organization that actively advances the work of risk-taking storytellers worldwide. Originally founded by Robert Redford in the mountains of Sundance, Utah, Sundance Institute has always provided a space for independent artists to explore their stories free from commercial and political pressures. By providing year-round creative and financial support for the development of original stories for the screen and stage, Sundance Institute remains committed to its mission to discover and develop independent artists and audiences across the globe.

<http://www.sundance.org>

## INTERACTION 14, AMSTERDAM

The theme of Interaction14 is "Languages of Interaction Design". We see language in several contexts. There is spoken language, body language and written language. There is an interface language between user and system. Other languages include the jargon we use to discuss our work and the tools that we use to do our work. By enhancing the "Languages of Interaction Design" we create new ways to view interactions between people and things. Of particular interest is extending the context from urban to mobile screens and from immersive to sensor based environments.

<http://interaction14.ixda.org>

## POPTech, CAMDEN, MAINE

Wired describes PopTech as a “lower-key” TED Conference for “real thinkers”. It’s grouped around 10- to 18-minute on tech, futurism, art, culture, social innovation, and more.

<http://poptech.org>

## PICTOPLASMA

Pictoplasma is a network of thousands of artists from all over the globe, a large international community of creatives, designers, illustrators, animators, artists and fans, all connected by a shared love for contemporary, character-driven visual art. The Project organizes annual festivals and conferences in Europe and the US, curates exhibitions, consults companies with all their character needs and closely accompany the scene as it moves towards a completely new understanding of character.

<http://pictoplasma.com/>

## WORLD ARCHITECTURE FESTIVAL, MARINA BAY SANDS, SINGAPORE

World Architecture Festival is the world’s largest festival and live awards competition dedicated to celebrating, and sharing architectural excellence from across the globe.

<https://www.worldarchitecturefestival.com>

## SIFA, SINGAPORE INTERNATIONAL FESTIVAL OF ARTS, SINGAPORE

From 1999 up until 2012, the Singapore Arts Festival was the premiere event on the city’s cultural calendar, showcasing cutting-edge theatre, dance, music and visual art of an international standard. The annual three-week event was known for its experimental approach, which stimulated the cultural growth of Singapore and sought to encourage excellence in the arts. After taking a year’s hiatus to review the direction of the SAF, the National Arts Council has decided to relaunch the festival in 2014.

<http://sifa.sg>

## GLYNDEBOURNE FESTIVAL OPERA, GLYNDEBOURNE, LEWES I EAST SUSSEX, ENGLAND

Since the first performances in 1934 – a two-week season in a purpose built 300-seat theatre – Glyndebourne Festival Opera has held a unique place in the world of opera, presenting world-class operatic productions in the heart of the Sussex countryside. Today the opera season runs for about four months with performances taking place in its world-renowned opera house, which stands next to the country home of John Christie, Glyndebourne’s founder. Generally, six operas are presented each summer, covering early music, romantic operas and contemporary works, the latter including 13 British premieres and eight commissions over the years. Surrounded by beautiful gardens in which the audience can picnic during the long dinner interval, Glyndebourne remains one of the most enchanting experiences of the English summer season.

<http://glyndebourne.com>

## IGNITION – FUTURE OF DIGITAL, NEW YORK

Organized by Business Insider IGNITION offers cutting-edge insights into the emerging digital business models. The event explores the future of media as it intersects with technology and changes everything from how we consume information to how we market, invest, socialize, work, live, and play. Focuses on emerging digital business models with high profile speakers in technology and media.  
<http://www.businessinsider.com/event/ignition-2014>

## BIG OMAHA, OMAHA, NEBRASKA

The signature innovation conference of the Midwest's "Silicon Prairie", Big Omaha brings together roughly 3,000 entrepreneurs. It's intimate, intense vibe has drawn comparisons to the early days of SXSW. In a few words, what would happen if TED were in the business of technology conferences. Big thoughts, huge calls to action and absolutely zero crap. In a world of bubble rumors, huge egos and even bigger failures, Omaha, Nebraska holds the conference that is the antithesis to all of these things.  
<http://bigomaha.com>

## THE MONKEY BUFFET FESTIVAL, PRA PRANG SAM YOT TEMPLE, LOP-BURI PROVINCE, THAILAND

There aren't many things cooler than hanging out with a bunch of monkeys...except maybe hanging out with a bunch of monkeys stuffing their faces at an all you can eat buffet. 4000 kilograms of fruits, vegetables, cakes, candies is set down in front of temples on tables, in pyramid or just on a simple mat for the delight of the 3000 monkeys living in the area. One of the strangest festivals in the world.  
<http://festivalasia.net/festivals/Monkey-Buffer-Festival-2014.html>

## THE NORTHSIDE FESTIVAL, BROOKLYN, NEW YORK

The Northside Festival is New York City's largest and most accessible discovery festival. From June 13–20, 2013, hundreds of bands, entrepreneurs, filmmakers, innovators, and over 80,000 fans will converge on Brooklyn over eight days to witness an incredible showcase of what's next in music, film, entrepreneurship and art.  
<http://northsidefestival.com>

## THE HOLIDAY OF HOLIDAYS, HAIFA, ISRAEL

Showing just how easy it should be for people of different religions to live side by side, each year in December the town of Haifa in Israel celebrates the Holiday of Holidays. This is the blending of Hanukah, Christmas, Ramadan, Eid al-Fitr and Eid al-Adha culminating in one huge street party that continues each Friday and Saturday of the month. Locals step out into the streets to eat from food stalls, watch street performers and browse the outdoor art exhibits. The majority of the events take place in the Wadi Nisnas neighbourhood but celebrations can be discovered all over Haifa.

## CHICAGO IDEAS WEEK, CHICAGO

Chicago Ideas Week is a premier annual gathering of global thought leaders created to provoke new ideas and inspire actionable results. A sprawling, weeklong event with more than 25,000 attendees, Chicago Ideas Week features a full calendar of talks, behind-the-scenes tours and master classes on “topics ranging from the creative process to healthcare, finance to the meaning of life and more.” It’s also cheap.

<https://www.chicagoideas.com>

## THE NANTUCKET PROJECT, NANTUCKET, MASSACHUSETTS

By bringing together leading thinkers and decision-makers, the event aims to create “a powerful distillation of ideas that will spark meaningful conversation and lead to meaningful change.

<http://www.nantucketproject.com>

## TED (CONFERENCE), VANCOUVER, BRITISH COLUMBIA

TED (Technology, Entertainment, Design) is a global set of conferences owned by the private non-profit Sapling Foundation, under the slogan “ideas worth spreading”. Twice a year, some of the world’s most interesting thinkers and doers gather for the week-long TED Conference which attendees have described as “the ultimate brain spa” and “a journey into the future, in the company of those creating it.” It’s a winning formula of brilliant and curious minds and a mix of curated ideas worth spreading in an immersive (and phones-off) environment.

<http://www.ted.com>

## SVERIGE

Sweden is number one in the GCI rankings of the most creative countries in the world thanks to immense talent, top-five technological prowess, and the tolerance to fully embrace them both.

<http://www.businessinsider.com/most-creative-countries-in-the-world-2011-10?op=1#ixzz31ob>



# INTERNATIONALISERING VÄSTSVENSKA – VÄRLDEN

---

## RESEBYRÅ FÖR GRÄNSLÖSA KREATÖRER, KICKSTART 2014

En rad studier bekräftar tron på de kulturella och kreativa näringarnas betydelse för det regionala tillväxtklimatet. Västra Götalandsregionen satsar därför i sitt handlingsprogram för 2014–2016 på flera insatser och åtgärder med det direkta syftet att stärka dessa branscher i sin utveckling. Vi tror att få saker befrämjar kreativiteten så mycket som nya oväntade möten i nya sammanhang. Som ett första steg för att öka flödet mellan Västsverige och världen sjösätter Västra Götalandsregionen under hösten *There and back again* – en resebyrå för gränslösa kreatörer. Uppdraget administreras i samarbete med ADA. Resebyråns uppgift är att stärka internationaliseringsprocessen av enskilda näringar samt att minska avståndet mellan regionala aktörer inbördes. Det handlar också om att skapa ett öppet klimat som på sikt gör det attraktivt för kreatörer utifrån att etablera sig i regionen för en kortare eller längre period. Uppdraget består av Gruppresan, Flygstolen – Departure samt Flygstolen – Arrivals.

## GRUPPRESAN

Att befinna sig på en annan plats med en en grupp okända människor från skilda verksamhetsfält kan öppna upp för samtal som annars skulle ha svårare att finna plats. Gruppresan ger västsvenska kreatörer och kulturidkare möjlighet att på ett otvunget sätt skapa kontakter och stärka banden med regionala aktörer från näringslivet och offentlig förvaltning. Gruppresan arrangeras av ADA/BGR fyra gånger om året och är en unik grogrund för kompetensutbyte, nya kontaktytor och framtida uppdragsformuleringar. Antalet inbjudna deltagare per resa är mellan 8–12, en tillräckligt stor grupp för att skapa dynamik och tillräckligt liten för att bli intim. Resan är 3–4 dagar och innehåller ett enkelt gemensamt uppdrag i anslutning till destinationen. Under resan uppmanas deltagarna att blogga, twittra eller föra bilddagbok. Materialet publiceras på ADA:s site. Gruppresan står för hela resekostnaden samt transfer, eventuella entréavgifter och hotell inklusive frukost, det utgår även ersättning för två gemensamma middagar.

Information om gruppresan sprids via såväl hemsidor som lokal press, e-post och sociala medier. Intresseanmälan kan göras löpande. Det är också möjligt att skicka in förslag på både destinationer och intressanta deltagare men sökanden kan inte själv påverka var eller med vem man vill åka. Det är ADA/BGR som väljer event och utifrån det bjuder in ett antal nyckelpersoner de tror skulle ha ett utbyte av varandra. Både utifrån intresseanmälan och via andra kanaler. Dessa väljer i sin tur ut folk från sitt skrå som sedan mixas. Creatives, producenter, CEOs, utvecklare, konstnärer, försäljningschefer, biografmaskinister, aktörer från näringslivet, skribenter, politiker, akademiker, etc. Syftet är framför allt att bygga intressanta bryggor mellan olika aktörer. En gränsöverskridande mix av personer med olika bakgrund och begränsad kännedom om varandra är en förutsättning för att gruppresan skall bli en unik och ny erfarenhet. Med regionen som gemensam nämnare

sätts ett antal deltagare i en gemensam båt och skeppas till en fantastisk plats där grunden för nya möten, samtal, diskussioner och idéutbyten kan uppstå och långvariga band knyts.

Inbjudan till gruppresan sker i två steg. En första förfrågan med datum och destination kommer 6–8 veckor innan avresa. Den kan sökanden svara ja eller nej på. Är svaret nej kan hen fortfarande bli inbjuden till en annan resa. 2–3 veckor innan avresa kommer bekräftelse på bokning med en preliminär deltagarlista och gemensamt uppdrag. Vid ja förbinder sig sökanden naturligtvis att resa. Hen förbinder sig självklart också att aktivt delta i själva gruppresan.

Intresseanmälan Gruppresan

1. Namn, yrkestitel/verksamhetsområde
2. Reser helst månad x – kontaktuppgifter
3. Kort personlig presentation
4. Förslag på destinationer
5. Förslag på deltagare

## FLYGSTOLEN – DEPARTURE

Flygstolen Departure ger västsvenska kreatörer och kulturidkare möjlighet att resa ut i världen för att hämta nya intryck och utvecklas i sina verksamheter. Nya intressanta arenor dyker upp hela tiden, några platser är alltid aktuella att besöka och vissa av särskild betydelse endast för några få. Destinationen för Flygstolen – Departure är därför helt öppen. Det kan vara ett litet minikonvent i en kinesisk ytterprovins, en utställning i Köpenhamn eller en längre tids vistelse på landsbygden i Ukraina. Stödet är framtaget för att stötta kreativa utövare i den riktning de själva uppfattar skulle ge den bästa utvecklingen i deras verksamhet just nu. Syftet med resan skall främst vara att skapa ett nytt socialt eller mentalt utrymme, få tillfälle att undersöka en plattform bortom den ordinarie yrkesutövningen eller bara uppleva något nytt. För detta behövs egen tid. Bidrag lämnas därför inte till affärsresor eller andra direkt yrkesrelaterade vistelser. Resanden uppmanas att skriva en blogg, twittra eller föra bilddagbok under sitt uppehåll för att på så sätt sprida sina erfarenheter och intryck till andra intresserade och utöka kunskapen om intressanta destinationer för regionala aktörer. Länkar och publicerat material hanteras av ADA.

Flygstolen – Departure är personlig och söks individuellt. Det finns däremot inte något hinder för att flera personer söker medel till samma event och resmål samtidigt. Bifoga i så fall hänvisning till varandra i ansökan med kortfattad motivering.

Flygstolen – Departure finansierar som namnet antyder själva reskostnaden. Detta innebär flygbiljett T/R, transfer till och från flygplats, samt vid behov lokalt transportmedel under vistelsen såsom buss eller tågbiljetter. Bidrag kan också lämnas till inträdesbiljetter eller entréavgifter. För övriga kostnader såsom kost och logi ansvarar den sökande själv.

Flygstolen – Departure utlyses fyra gånger om året med deadline i början av december för första kvartalet nästkommande år, i mars för april–juli o.s.v. Handläggningstiden är 3–4 veckor. Resan får inte ha påbörjats innan ansökan är godkänd för att stödet skall beviljas. VGR prioriterar ansök-

ningar för resor där regionen står som ensam finansiär tillsammans med den sökande.

Ansökningsprocess Flygstolen – Departure, i ansökan skall anges:

1. Namn, yrkestitel och aktuell anställningsform
2. Destination
3. Datum för utresa och hemresa
4. Kortfattad beskrivning av syftet med resan och varför den kan bidra till hens personliga utveckling. Här kan sökanden även ange om det finns privat boende, om hen reser ensam eller med annan sökande
5. Ungefärlig budget för resans totala kostnad och ansökt belopp
6. Eventuella bilagor så som inbjudan, information om event, mässor etc.

Redovisning sker skriftligt senast tre månader efter resans avslut. Här beskrivs syftet med resan, om det uppfyllts och i så fall på vilket sätt. Om resan inte motsvarade förväntan beskriv varför.

# INTERNATIONALISERING VÄRLDEN – VÄSTSVERIGE

---

## FLYGSTOLEN – ARRIVALS

Flygstolen – Arrivals är en medfinansieringsform som ger västsvenska kreatörer möjlighet att bjuda in utländska kollegor, intressanta föredragshållare eller extern kompetens till sina verksamheter. Det kan röra sig om ett samarbete mellan en eller flera, ett snabbt idé- och kunskapsutbyte eller en projektanställning inom en specifik produktion. Stödet är därför uppdelat i två tidskategorier, ett för korta uppehåll samt ett för lite längre vistelser. Det kortfristiga stödet har snabbare hantering och gäller för besök mellan en och fyra dagar, det långsiktiga för vistelser längre än fyra dagar och upp till fyra veckor. Flygstolen – Arrivals har till skillnad från Flygstolen – Departure syftet att stärka det kreativa utbytet mellan västsvenska och internationella aktörer i deras verksamheter på hemmaplan. Därför kan även stöd för boendekostnader sökas upp till ett angivet maxbelopp. För eventuella arvoden eller löner svarar däremot alltid sökande part.

Flygstolen – Arrivals medför ett ansvar som värd. Gäster till beviljade ansökningar offentliggörs via en gästbok på ADA:s hemsida där den inbjudne presenteras kort med namn, verksamhet, tidpunkt och anledning för uppehållet bredvid kontaktuppgifter till inbjudande part. I de fall då det rör sig om längre vistelser förbinder sig sökanden som värd att i rimlig omfattning administrera kontakter med andra intressenter. Är intresset mycket stort kan detta ske i form av en lunchföreläsning eller öppen after-work i samarbete med VGR och ADA.

Flygstolen – Arrivals kan sökas av såväl enskilda utövare som företag, föreningar eller kreativa kluster. Då en del produktioner inom det kreativa fältet kräver snabb hantering kan ansökningar för kortare vistelser lämnas in löpande under hela året. Handläggningstiden är då max fem dagar och administreras direkt av ADA. Längre vistelser utlyses fyra gånger om året med deadline i början av december för första kvartalet nästkommande år, i mars för april–juli o.s.v. Handläggningstid är tre till fem veckor. Besöket får inte ha påbörjats innan ansökan är godkänd för att stödet skall beviljas. VGR prioriterar ansökningar för besök där regionen står som ensam finansiär tillsammans med den sökande.

Ansökningsprocess flygstolen – Arrivals, i ansökan skall anges:

1. Uppgifter om sökanden
2. Uppgifter om besökare
3. Datum för utresa och hemresa
4. Kortfattad beskrivning av syftet med inbjudan
5. Ungefärlig budget för resans totala kostnad och ansökt belopp
6. Eventuella bilagor så som information om projekt, besökares kvalifikationer etc.

Redovisning sker skriftligt senast tre månader efter resans avslut. Här beskrivs syftet med besöket, om det uppfyllts och i så fall på vilket sätt. Om besöket inte motsvarade förväntan beskrivs varför.

## REFERENSER OCH KÄLLHÄNVISNINGAR

---

### TRYCKTA KÄLLOR OCH PUBLIKATIONER

Florida, Richard (2004) The Rise of the Creative Class New York, Basic Books

Göteborgs Stad, Planeringsunderlag Berättargruppen (2012) Stadslivet i centrala Göteborg, upplevelsen, användningen, förutsättningarna Göteborg, Space Scape

International Regions Benchmarking Consortium (2009) A Tale of Ten Cities: Attracting and Retaining Talent Barcelona, Boeing Company and Microsoft Corporation

Johansson, Thomas (2000) Den frånvarande staden? Från Chicago till Göteborg via Los Angeles Göteborg Göteborgs Universitet, Cefos

Jonson, Sara (2013) Produktionsfinansiering för modeföretag, en förstudie Stockholm, Association of swedish fashion brands, Tillväxtverket

Karlsson David (2014) Hur långt är ett snöre? Västra Götalandsregionen

Lindeborg, Lisbeth & Lindkvist Lars (2010) Kulturens kraft för regional utveckling Stockholm, SNS förlag

Nielsén, Tobias (2008) Kultursverige 2009: Kulturens ekonomi och kreativa näringar – drivkrafter och konsekvenser för kulturpolitiken Stockholm, Swecult

Northwest Development Agency NWDA (2010) Attracting and Retaining Innovative Entrepreneurs Manchester, Manchester Commission for the new economy

Ottosson, Annika. Lindén, Åke (2008) Handlingsprogram för att näringslivsutveckla kultursektorn Västra Götalandsregionen

Sacco, Pier Luigi (2011) Culture 3.0: A new perspective for the EU 2014-2020 structural fond programming OMC Working Group on Cultural and Creative Industries

Sernhede, Ove (2010) Göteborg, den sociala ojämlikheten och kunskapsstadens utmaningar Hammarkullen. Göteborgs Universitet, Institutionen för socialt arbete

Svensson, Jörgen (2011) Delrapport från tankesmedjan kombinator Västra Götalandsregionen, Kultursekretariatet

Svensson, Jörgen (2012) Slutrapport Tankesmedjan Kombinator Västra Götalandsregionen, Kultursekretariatet

Tillväxtverket (2009) Kreativa Näringar, delrapport inom myndighetsgruppen Innovation och förnyelse Stockholm, Alfa Print AB

Västra Götalands Regionfullmäktige (2012) Västra Götalands kulturplan 2013-2015 Uddevalla, Kultursekretariatet

Västra Götaland Regionfullmäktige (2014) Kulturella och kreativa näringar i Västra Götaland, handlingsprogram 2014-2016 Uddevalla, Kulturnämnden och Regionutvecklingsnämnden

Wenzer, Jakob (2007) Resonanser. En neomaterialistisk analys av independentscenen i Göteborg Göteborgs Universitet, Etnologiska Institutionen

## ARTIKLAR OCH UNDERSÖKNINGAR

Andersson, Karin Till fots genom gentrifieringsprocessen Movium 2014-05-12

Bard, Maria Vart är Film i Väst på väg ttela 2013-11-25

Bures, Frank The Fall of the Creative Class Thirty Two Magazine #5, 2014-02-06

Gradvall, Jan Krönika, Dagens Industri Dagens Industri, 2013-12-06

Ekström, Simon Nya Avhandlingar; Resonanser RIG - Kulturhistorisk tidskrift, vol. 90, nr.3, 2007

Nielsén, Tobias The Creative Industries – Implications for Cultural Policy Stockholm 2009, QNB2

Olsson, Titti Morgondagens dinosaurier Movium 2014-05-14

Olsson, Titti Byggemenskaper-ett sätt att skapa variation i stadsbyggnaden Movium 2014-05-09

Steinfeld, Thomas Att hämta hem drängen svårare än man kan tro SvD Kultur 14 januari 2013

Ttela, ekonomi och näringsliv Misslyckas för att nå framgång 2013-11-28

Videla, Emanuel Så ska spelindustrin lyftas Computer Sweden 2013-11-08

Volante Sammanfattning Vancovers kulturplan Kulturekonomi.se 2010-11-11

Werner, Björn När Andra Långgatan slutade att vara hippt Nöjesguiden 2014-04-06

## DIGITALA KÄLLOR

Dock, Marianne Linjen-kultur-och upplevelsestråk i det fjärde stadsrummet Malmö Stad  
<http://malmo.se/medborgare/stadsplanering/visioner> Hämtad: 2014-05-02

Fakta om integration och mångfald i Västra Götaland. <http://www.vgregion.se/sv/Vastra-Gotalandsregionen/startside/Regionutveckling/Naringsliv/Integration/Fakta/> Hämtad: 2014-05-12

Film i Väst Att vidareutvecklas som en av Europas mest framgångsrika filmfonder är ett Väst-svenskt uppdrag <http://www.filmiväst.se> Hämtad: 2014-05-11

Finlands utrikesministerium, Finlands ambassad Berlin Esko Aho och John Kornblum: Industrisamhället har kommit till vägs ände 2008-03-03 (artikeln ingick i Helsingin Sanomat under vinjetten VIERASKYNÄ (GÄSTSKRIBENTEN) 2008-02-22 [Http://www.finnland.de/public](http://www.finnland.de/public) Hämtad 2014-05-11

Folkstyre.nu. Industrisamhällets kris och det politiska planet [Http://folkstyre.nu/polplan.htm](http://folkstyre.nu/polplan.htm)  
Hämtad 2014-05-10

Melberg, Arne Seneca skapade en tillfällig paus i tidens gång SvD Kultur <http://www.svd.se/kultur/understrecket/> Hämtad: 2014-05-18

Handelskamarbloggen Vad kan Västsverige lära sig av Detroit <http://blogg.handelskammaren.net> Hämtad 2014-05-09

Karlsson, Tom S Att sätta tillit till kontroller istället för människan  
<http://tskarlsson.wordpress.com/2013/03/07/att-satta-tillit-till-kontroller-istallet-for-manniskan/> Hämtad: 2014-05-05

Länsstyrelsen i Stockholms län (2011) Förstudie angående handlingsplan för kulturella och kreativa näringar <http://www.lansstyrelsen.se/stockholm> Hämtad: 2014-04-23

The Unstraight Museum, <http://www.unstraight.org/about.php>

## INTERVJUADE PERSONER

Andreas Ahlqvist: visuell konstnär, grafisk designer, dj, initiativtagare Boxen

Anna Lidström, designer & stylist, another studio

Anna-Stina Lindén Ivarsson – ordf. väst, Svensk Form

Björn Broström, professor, rektor för Borås Högskola

Björn Siesjö, stadsarkitekt Göteborgs Stad

Britta Söderqvist, utställningschef, Världskulturmuseet

Carl Oscar Sjögren, konstnärlig ledare The non exixtent center, Ställbergs Gruva

Caroline Wikström, projektledare ADA, Göteborg

Christian Kousmanen, filmproducent Hey, it´s Enrico Pallazzo!

Christina Nilroth, projektledare ADA – formgivare och designer Blåbär Design Göteborg, Islands konsul.

Christina Silfverhielm, arkitekt, OkiDoki Arkitekter

Eliana Ivarsdotter Haddad, bildkonstnär, samordnare KKV, styrelse KRO

Gesica Tawakkoli Gunmalm, verksamhetsansvarig modeinkubatorn, Inkubatorn Borås

Gustav Sundström, filmanimator Hey, it´s Enrico Pallazzo!

Jacob Wenzel, doktor i etnologi, Göteborgs Universitet

Johan Engström, arkitekt MSA, VD Innerstadens Arkitekter, Göteborg

Jonas Törnqvist, webbutvecklare, Schimpanz

Karl Hallberg, projektansvarig Not Quite

Kim Bildqvist, fotograf, filmare, Hey it´s Enrico Pallazzo!

Linus Wikström, kommunikationsstrateg

Lisbeth Svengren Holm, professor vid Textilhögskolan Borås



Martin Permer, musiker, musikproducent, Hey, it's Enrico Pallazzo!

Mateusz Pozar; frilansfotograf, skribent, konstnär, Göteborg

Natalia Vakarchuk, verksamhetschef VSA Sverige

Niclas Lydeen, formgivare & parfymmakare, creative director Valentin & Byhr,

Oscar Jilsén, lead designer Coffiestain, Skövde

Paul Blomgren DoVan; CEO, producent, fotograf, Gothenburg Film Studios, Göteborg

Per Arne Lundberg, ansvarig inkubator Gothia Science Park, Skövde

Sandra Zetterström, Västsvenska Handelskammaren; projektledare stadsutveckling politiska avdelningen Göteborg

Simon Schlüter – AD, Time, Göteborg

Thomas Hemark, VD, Schimpanz

Tom S. Karlsson, doktor i ekonomi, Lunds Universitet

Vedran Ropic, filmregissör, Hey, it's Enrico Pallazzo!

## SAMMANFATTNING AV ENKÄTSVAR

Av de enkäter vi skickade ut kom 28 tillbaka. De angivna verksamhetsfälten var fördelade enligt följande:

Reklam, Koncept, Kommunikation: 5

Musikproduktion: 1

Event: 2

Fotografi: 2

Film: 4

Kultur: 1

Design: 1

Grafisk formgivning: 1

Mat: 1

Animation: 2

Arkitektur: 1

Konst: 2

IT/Systemutveckling: 2

2 personer har inte uppgett branschtillhörighet. 1 person har skrivit alla

### Hur arbetar du för att nå nya marknader kunder?

Nationellt: Egna nätverk, telefonsamtal, möten (10). Jag jobbar gratis (1). Hårt (1). Rekommendationer (2). Vet ej (1). Ute och florerar (1). Uppsökande verksamhet (2). Pitchar (1). Deltar i tävlingar (1). Hobby Film Stockholm (1).

Internationellt: Inte alls (6). Inte, men jag vill (4). Inte lika hårt, men det kommer (1). Vet ej (1). Webben, branschmedia (4). Mässor, Festivaler (2). Deltar i tävlingar (2). Via tidigare utbildning (3). Hobby Film London, Amsterdam, NY (1).

### Vilka arenor är viktiga för dig och din bransch att synas på?

Nationellt: De nya arenorna (2). Små, smala (6). Etablerade arenor som WoW, P3 (1). Hur vi syns är viktigare än var (2). Alla, att synas ofta (2). Press, sociala media (4). Guldägget (2). Egna nätverk (1). Vet ej (1). Havet, allt som händer där är fantastiskt (1). Mässor, företag (2). TV (1). Roy-galan (1).

Internationellt: Inga (4). Små, smala (1). Hur vi syns (1). Hur ofta vi syns (1). Cannes Lions (1). SXSW Austin (3). Burning man (4). Internet, virala medier, tv (4). Vet ej (1).

### Varför driver du din verksamhet i Göteborg/Västra Götaland?

Jag bor här, vill bo här (12). Lokalkännedom är en fördel när man startar (3). Bra utbildning (3). Tillräckligt med folk men så litet att man syns (2). Jag bor här men verksamheten är inte lika stationär (1). Mitt nätverk, mina kunder finns här (4). Vet ej (3). Här finns mycket duktiga kreatörer (5). Sammanhållning, kollektiv känsla (5).

### Vad tror du skulle locka andra att driva verksamhet i regionen ?

Mindre fokus på kortsiktiga pengar (1). Erbjudna en alternativ region (5). Inkubatorer och/eller nätverk (5). Kollektiv branschtillhörighet (2). Bra subkultur (5). Mindre, billigare, skönare atmosfär än huvudstaden (2). Billigare boende (1). Att vilja bo här är en förutsättning, verktyget, hjärnan har man med sig överallt (1). Möjlighet till kontakter ansikte mot ansikte (4). Uppdrag och kapital (2). Billiga eller subventionerade lokaler (3). Coaching, mentorskap (2). Fler centrala organ och huvudkontor (3). Vet ej (1). En obskyr sida med en "go-getter"-anda (1). saker som tar spjärn i rännstenen lockar folk som söker efter saker i livet (1). Lokal samhörighet (5). Det är närmare till makten, närmare till samarbeten (2). Snabbare och fler förbindelser med flyg och tåg, samt billigare (1). Initiativ (4). Nischade utbildningar (1).

### Vad anser du påverkar nytänkandet i den bransch du verkar inom?

Genier, eldsjälar (2). Konst (2). Subkultur (1). Internet och konsumentbeteende (3). Ekonomiska förutsättningar (1). Duktiga medarbetare i kombination med modiga kunder (1). Att öva hjärnan (1). Överlevnadsinstinkt (4). Eget driv, vilja (4). Internationella nätverk, händelser, events, referenser (5). Vet ej (2). Förebilder, andra människor (4). Dåliga idéer som någon ändå genomfört (1). Tristessen tvingar fram (2). Rädsla för stagnation (1). Våghalsiga kunder (1). Frihet (2). Eget mod (3). Ickenormativt tänkande, genusperspektiv (3). Ruben Östlund (1).

### I vilket led sker nytänkandet? (markera det alternativ som stämmer bäst)

Idé/ Uppdrag: (21)                      Arbete/produktion: (9)

Varför: Idé och uppdrag sätter tonen (2). Produktionen om den tillåts vara i fas med uppdraget (1). I produktionen får idén kropp (1). Båda, mod och möjligheter, våga misslyckas, försöka igen (3). Tekniska innovationer kan driva fram nytänkande i produktion (1). En liten budget kan driva fram nytänkande i produktionen (1). Ibland har man det från början. Ibland hittar man det under tiden (1). Man ser något man gillar och tar det vidare (1). Traditionella strukturer. Ex att Genusperspektiv saknas (2).

### I vilket led bromsas nytänkandet?

Idé/ uppdrag (23)                      Arbete/ produktion (7)

Varför: Idé och uppdrag sätter tonen (4). Fega kunder (5). Rädsla att trampa medelklassen på tårna (1). Lathet, feghet, bekvämlighet, rutin (3). Båda, p.g.a rädsla att misslyckas eller feghet (1). Låg takhöjd (1). Produktionen, total besvikelse över att allt man tänkt blev mediokert (1). I produktion på grund av tidsbrist (1). Traditionella hierarkier, maktstrukturer (2).

### Gör du idag några specifika satsningar som kan påverka utvecklingen av ditt arbete internationellt?

Utbildning (2). Forskning (3). Studieresor (2). Mässor, branschträffar, tävlingar etc.(5). Extern kompetens (4). Nej (10). Övrigt: våra medarbetare uppmanas att arbeta på andra platser, det ger erfarenhet som smittar av sig (1).

Använder du dig av regionala satsningar i detta arbete?

Ja: (3)

Nej: (25)

Om ja, vilka?: Nätverk med kompetenskluster, kunder med kommunalt stöd (1). Kultur i Västs manusskrivarkurs (1).

Om du på ett enkelt och smidigt sätt hade möjlighet, vilka områden skulle vara de mest intressanta?

Utbildning (2). Forskningsmedel (3). Inbjudan till mässor, branschträffar, tävlingar etc. (8).

Möjlighet att bjuda in extern kompetens (8).

Övrigt: Vet inte (2). Att någon ansåg att det vi redan gör vore värt att satsa på hade varit det enklaste och bästa (3). Studieresor (5). Egna projekt (1).



