

## Offentlig upphandling av kreativa näringar 2015

*Vid våra samtal med kreatörer finns en fråga som återkommer ofta: offentlig upphandling av kreativa näringar. Det ses som svårt och som att systemet inte gynnar gestaltungsformåga utan pappersexercis. Att det inte är den med bäst kompetens till bäst pris som vinner utan den som är starkast på upphandling.*

Under 2014 genomförde vi tre rundabordsamtal med kreatörer och representanter för upphandlande enheter. Vi har sammanställt åsikterna och för fram dem till relevanta upphandlare, framförallt Göteborgsstads upphandlingsbolag.

Vi har mött åsikten att upphandlaren inte alltid har kompetens att bedöma den kreativa tjänst man upphandlar och därför bara går på pris. Offentliga upphandlingar får då en både pris- och kvalitetspressande effekt på kreativa näringar.

Kreatörerna vi talat med uppskattar att få ett fast pris. De menar då att kvalitet då blir konkurrensfaktor och man undviker ett "race to the bottom".

Det finns också invändningar mot att man inte fullt ut utnyttjar det lagrum som ges. Att man skulle kunna ställa krav på jämlikhet, etnisk representation, ekologiskt ansvarstagande och andra önskvärda värden.

Och flera nämner också onödiga skall-krav som till exempel att alla i arbetsgruppen måste vara anställda på företaget.

Rasmus Heyman är ansvarig inom ADA för att driva frågan  
Direkt: +46 31-367 61 53  
Mobil: +46 730-61 07 79  
rasmus.heyman@adasweden.se

### **Mål**

- ++Tre seminarier för att höja kreatörers upphandlingskompetens
- ++Dialog med upphandlande enheter för att föra fram kreatörernas åsikter
- ++Förmedla information om upphandlingar av kreativa näringar genom Adasweden.se
- ++Ökad förståelse för komplexiteten av upphandling bland upphandlande enheter
- ++Ökad konkurrens för gestaltning och innovationskraft och minskad för pappersexercis vid offentlig upphandling av kreativa tjänster
- ++Bättre använda skattemedel

Vi kommer också att verka för ökad samverkan i frågan med Röhsska museet och Kulturförvaltningen i Göteborg.