



CREATIVE GROWTH – Policy Recommendations
Rapport - Dansk version



European Union
European Regional Development Fund



■ Indledning

Når man ser på Europas økonomiske og sociale udvikling i nyere tid synes den eneste konstant at være forandring. Siden sluthalvfemserne er halvdelen af alle arbejdspladser i fabrikationsindustrien gået tabt, hvilket synes at illustrere, hvordan vores økonomi støt ændrer sig fra at være båret af traditionel masseproduktion og mod en vidensbaseret økonomi, der i stigende grad beror på service og avancerede produkter til en mere og mere bevidst og krævende forbruger. På samme tid er det økonomiske og sociale behov for kulturelle og kreative industrier løbende blevet større. De kreative fag og diverse kreative sektorer skaber betydelig vækst og mange arbejdspladser (omkring 5 millioner jobs i EU) og bidrager hermed til bæredygtig økonomisk udvikling i alle medlemslande.

Virksomheder i kreative sektorer er essentielle drivkræfter i fornyelse og innovation: Organisationer fra alle industrier gør brug af kreative kapaciteter i udviklingen af forbrugercentrerede produkter og services i en økonomi, der til stadighed bliver mere og mere samarbejdende, digitalt forbundet og på samme tid stærkt fokuseret på at imødekomme forbrugernes længsel efter mening og personlig tilfredsstillelse.

Som følge heraf er udvikling af de kulturelle og kreative industrier blevet opprioriteret i den politiske diskurs fra at have været et marginaliseret fokus til nu at være i top på den strategiske agenda hos mange europæiske regeringer, men også på regionalt niveau.

I lyset af Europas mangfoldighed er det ikke overraskende, at intensiteten i, hvordan disse industrier promoveres varierer fra land til land og fra region til region. Offentlige administrationer og udviklingsorganer kan derfor drage stor fordel af

hinanden ved at dele deres erfaringer om, hvordan kreativitet bedst udvikles.

Gennem de sidste 2 ½ år har dette været fokus i Creative Growth. Projektet bringer 11 regionale partnere fra 9 EU medlemslande sammen og er medfinansieret af INTERREG IV C programmet. Målene med projektet var at kortlægge kulturelle og kreative industrier i alle regioner, sammenligne forskellige supportstrategier for sektoren, at finde øvelser og at indgå i erfarings- og meningsudveksling. Ydermere blev der udviklet forslag til nye vækstpolitikker til implementering på alle niveauer.

Creative Growth projektet resulterede i markant udbytte for alle projektdeltagere og det er forhåbningen, at resultaterne også vil stimulere den videre politiske debat på EU-niveau. Regeringernes og udviklingsorganernes fokus har mest været på vurdering af den økonomiske gennemslagskraft som kulturelle og kreative industrier har i EU og dets regioner.

Der har imidlertid ikke været megen diskussion om, hvordan supportstrategier på europæisk, regionalt og lokalt niveau kan tilpasses, så de imødekommer den kreative økonomis behov. Dette sker nu: Den Europæiske Kommission, DG Enterprise and Industry, har for nyligt fremsat et behov for forslag til etablering af en europæisk alliance af kreative virksomheder, der primært skal fokusere på at udvikle bedre virksomhedssupport i relation til Creative Growth.

De følgende forslag til målsætninger har i denne kontekst intention om at stimulere diskussion og samarbejde mellem beslutningstagere og innovationseksperter på både europæisk og regionalt niveau.

¹ EC Green Paper fremlægger potentialet i de kulturelle og kreative industrier. Tilgængelig her: <http://bit.ly/bo4Aqy> (August 2011)

² En liste med alle offentligt tilgængelige resultater fra projektet kan findes i bilagene eller på Creative Growth's projekts hjemmeside: www.creative-growth.eu

1. Opsummering af observationer og forslag

Creative Growth angav specifikke grundobservationer i rapporten. Disse er resumeret i nedenstående:

- Hvis Europa vil bevare dets globale konkurrenceevne og gennem innovation at udkonkurrere Nordamerika og Asien skal det forblive det globale og kreative centrum i vores tid.
- Kreative SMV'er (store og mellemstore virksomheder) udgør rygraden i innovationsunionen, hvorfor disse skal supportes endnu mere end de bliver nu.
- Innovationens bevægelsesmønstre er i konstant forandring. Der er i stigende grad behov for, at kreative kapaciteter fremmer innovationen inden for diverse økonomiske og sociale arenaer.
- I takt med, at verden bliver mere og mere digitalt forbundet i netværk, er der et stigende behov for tværfaglige fremgangsmåder og samarbejde regeringerne imellem og i de økonomiske og offentlige sektorer.
- Kreative dynamikker rummer stærke lokale dimensioner. Ligesom innovation ofte næres på decentraliseret vis, kan kreative grupper som oftest bedst supportes gennem lokale og regionale initiativer.
- Creative Growth efterlyser en mere nytænkende fastlægnings af strategi. Beslutningstagere på regionalt, nationalt og europæisk niveau bør eksperimentere med nye supportredskaber og herigennem fremme en større dimension af eksperimentering i industrien.
- Kreativitet og nytænkning, og investering i begge, skal belønnes. En velfunderet og regulerende konstruktion skal muliggøre dette.
- Vi har udførlige beviser for den sociale relevans af kreativitet og kulturelle og kreative industrier i Europa. Lad os fokusere på, hvordan vi bedst promoverer disse

Baseret på disse observationer udarbejder det nedsatte konsortium konkrete forslag til, hvordan EU-beslutninger yderligere kan styrke kreativ vækst i EU:

- Support af investeringsprogrammer (med CIP, ESF, LLL systemer).
- Opret en ny fond for "kreative industrier" (med EIF og EIB).
- Grundlæg og promover garantifonde og systemer i kreative industrier på EU, regionalt og lokalt niveau.
- Eksperimenter med mikrofinansiering i de kreative industrier (med udviklingssystemer).
- Promover fornuftige rammer og vilkår for at stimulere investering i kreativitet.

2. Support og assistance til kreative katalysatorer og iværksættere.

- Undersøg i et studie relevansen af kreative iværksættere og kollegiale rum.
- Opret et Network of Excellence projekt (NoE) under FP7 i relation til iværksættere og partnere.
- Vurder ERDF/ESF finansiering for at sikre holistisk udvikling af kreativ virksomhed i EU medlemslandene.
- Oprettelse af et internationalt netværk af iværksættere og partnere.

3. Muliggør bedre uddannelse, research og industrielle relationer (Triple Helix Approach).

- Det næste researchforløb bør give specifikke ideer til, hvordan kreativitet bedst fremmes.
- Man bør overveje at indføre en kvote til at integrere kreative SMV'er i ICT i henhold til researchforløbet (og specielt til de forbundne elektroniske medieinitiativer).
- Indled en opmærksomhedskampagne vedrørende samarbejde imellem kreative sektorer på EU niveau.

4. Giv support til netværkende kapaciteter i virksomheder i den kreative sektor.

- Forbundet for Kreative Europæiske Industrier bør i pilotprojektet om gruppesupport tilføje personfokuseret networking til dets fokus.
- Tilskynd yderligere lancering af bredbånd som planlagt i den digitale agenda og support mellemlid, der muliggør networking i kulturelle og kreative industrier.
- Fortsæt supporten af interregionale kooperative projekter, der fokuserer på kreative industrier således, at alle EU regioner kan drage fordel af erfaringsudveksling sammenlignelig med Creative Growth.

5. Tilpas eksisterende forretningsupportsystemer til virkeligheden i den kreative økonomi.

- Udvikl et program, der hjælper eksisterende forretningsupport-organisationer i at implementere en kreativ dimension til deres supportservice (udvikling af trænerseminaret, udvikling af kursusmateriale etc.)

6. Netværk forbeholdt kreative industriers supportmuligheder på tværs af landegrænser.

- Etabler som led i "Open Days" initiativet i Bruxelles eller som del af den næste kulturel sektor-konference, der som udgangspunkt afholdes af landet med EU-formandskabet, et formelt netværk bestående af repræsentanter fra alle dedikerede embeder i kreative industrier.



7. Sikring af de kreative industrier forbliver en vigtig prioritet efter 2013.

- En formel arbejdsgruppe bør nedsættes imellem DG Culture og Education, DG.
- Enterprise, DG Information Society, DG Region og andre skal sikre, at kreative industriers interesser og målsætninger fortsat forbliver dominerende emner i diverse politiske fora. I øjeblikket bør fokus ligge på EU's regional- og research-politik.

8. Indbyd til kreativ eksperimentering med nye fleksible support-systemer.

- Det fremtidige "Creative Europe" program fra DG Education and Culture bør, såvel som de fremtidige research- og innovationsprogrammer (FP8 og CIP), gemme en del af deres midler til opdyrkning af kreative samarbejder og supportede uforudsete eksperimenterende projekter.

9. Etabler et mobilitetssystem for kunstnere og professionelle i kreative industrier.

- Kommissionen bør overveje at etablere et mobilitetssystem, der skal gøre kunstnere og professionelle i kreative industrier i stand til at indtage nye markeder.

Projektet foreslår endvidere specifikke retningslinjer for udviklingen af lokale og regionale CCI-strategier, hvilket er udforsket dybere i hoveddelen af rapporten.

- A.** En regional / lokal strategi for CCI'ere skal skræddersyes og evidensbaseres.
- B.** Tilskynd til deltagelse og frikøb af stakeholder.
- C.** Promover interdisciplinær beslutningstagning.
- D.** Kommunikation og lederskab er nøglen til succes.
- E.** Glem ikke de kreative fag og kulturelle institutioner.
- F.** Hårde og bløde investeringer er nødvendige for at kickstarte CCI-udvikling.
- G.** Forbind med nationale og internationale initiativer.
- H.** Promover fleksibilitet og åbenhed i supportstrukturen.



4. Konklusioner og forslag til målsætninger

”Kreativ beslutningstagning for at styrke Europas kreative industrier og revitalisere konkurrenceevne og innovation”

Mens projektet nærmer sig sin slutning er Europa på vej igennem en cyklus af økonomisk og social forskydning. Mens det nuværende fokus i europæisk beslutningstagning med rette ligger på valutariske beslutningsreformer står den europæiske union også i midten af lanceringen af EU2020 – vækststrategien for det næste årti. At placere kreativitet i kernen af denne strategi vil have vital effekt på Europas langsigtede fornyelse.

Ved at gøre Forbundet for Kreative Europæiske Industrier til en betydningsfuld spiller i ”Innovation Union” genbekræfter den europæiske kommission sit engagement i de kreative europæiske industriers fremtid. Den potentielle integration af MEDIA-programmet og kulturprogrammet ind i et nyt program, ”Creative Europe”, kan muligvis også føre til en mere forenet tilgang i supporten af kreative industrier fra DG Education and Culture. Kommissionen anerkender således, at kreativitet er dybt forankret i hjertet af intelligent, bæredygtig og inkluderende vækst og forstår, at kunstnere og andre kreative professionelle i høj grad kan bidrage til den fremtidige udvikling af en konkurrencedygtig og innovativ union. Den Europæiske Kommissions dagsorden for kultur i globaliseret verden, der hylder internationale principper fremlagt i UNESCO-deklarationen om kulturel forskellighed, fremhæver yderligere, at en balance mellem styrkelse af markeds kræfter og beskyttelsen af kulturel forskellighed er nødvendig for på bedst mulig måde at give næring til Europas kreative potentiale.

Creative Growth’s EU målsætningsforslag skære igennem disse underliggende principper, hvilket også er skrinlagt i artiklerne 26(2) – ”establishment of the single market” – og 167 (2) – ”Promotion of cultural diversity” – om Lissabon traktaten. Konsortiets følgende anbefalinger i 4.2 er baseret på nøgleobservationer, der kom til synes under projektets kursus. Disse er inkluderet i det nedenstående. I sektion 4.3 fremlægger vi et resumé af anbefalinger til regioner, der ønsker at udvikle deres kulturelle og kreative industrier.

Creative Growth observationer

Hvis Europa vil bevare dets globale konkurrenceevne og gennem innovation udkonkurrere Nordamerika og Asien skal det forblive det globale og kreative centrum i vores tid. Europa har en lang og stolt kulturel historie og tiltrækker talenter fra hele verden, der er inspireret af vores kulturelle mangfoldighed, stærke uddannelsessystemer og mobile og sammenhængende samfund. Dette er et enormt aktiv. Hvis EU fortsat vil sætte globale standarder inden for design, litteratur, film, medier, musik, arkitektur, mode, spil og digitale medier – for blot at nævne nogle – er det centralt, at dets kunstnere, kulturelle institutioner og kreative professioner i tilstrækkelig grad dyrkes og beskyttes.

Innovationens bevægelsesmønstre er under forandring. En ny kreativ drejning i vestlige økonomier – og i samfundene generelt – øger betydningen af kreative kompetencer og kapaciteter. Industri såvel som beslutningstagere er nødt til at lægge endnu mere vægt på implementering af kreativitet i skoler, videre uddannelse, research og handel, hvis de vil drage fordel af denne forandring. De kreative industrier og kreative fag spiller en helt afgørende rolle i denne overgangsændring, der skal tilpasse vores samfund så det innoverer på bedst mulige måde.

⁴⁸ ibid

⁴⁹ ibid

⁵⁰ COM (2007) 242 final. Kommunikation fra kommissionen til det europæiske parlament, råd, den europæiske økonomi- og socialkomité og regionernes komité fra d. 10 maj 2007 på den europæiske dagsorden for kultur i en globaliseret verden

⁵¹ Tilgængelig her: unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf (August 2001)

⁵² Traktat omhandlende funktionen af den europæiske union OJ C115, 9.5.2008

Mens verden bliver mere og mere forbundet og mobil **opstår der behov for interdisciplinære fremgangsmåder** i alle lag af samfundet for på bedst mulige måde at håndtere de udfordringer fremtiden bringer (økonomisk lavkonjunktur, klimaændringer, demografiske ændringer, energieffektivitet, etc.). Det er her nødvendigt at gøre op med "silo-tænkning" i regeringer, offentlige administrationer, på uddannelsesniveau og i researchsektorer samt handel. Ved at lade effekterne af de kulturelle og kreative industrier brede sig til andre sektorer kan innovationen sættes fri. Dette er i særdeleshed tilfældet for linket mellem digital teknologi og kulturel skabelse, hvor Europa halter efter USA og en betydelig del af de asiatiske lande. På dette område har disse lande haft stor succes med at forene disse to forskellige verdener med det formål at skabe globalt succesfulde applikationer og brands.

Kreative dynamikker har en kraftfuld lokal dimension. Mens nogle kulturelle og kreative varer cirkulerer overalt i verden, er andre knyttet til kulturel konsumtion og derfor kendetegnende for forbruget i en bestemt by, region eller land. På samme måde udvikles innovationen bedst på decentraliseret vis og supportes derfor bedst af lokale eller regionale organer. EU bør derfor fortsætte dets stærke partnerskab med EU regioner og byer for bedre at promoverer kreativ vækst.

Kreativ vækst forudsætter kreativ beslutningstagning. Beslutningstagere på regionalt, nationalt og europæisk niveau bør eksperimentere mere og yde support til dette. Innovative baner er svære at forudse i netværkende og hurtigt udviklende samfund. Innovationspolitik bør derfor benytte mere skånsomme fremgangsmåder til at motivere innovationen, bruge flere ressourcer på at vurdere, hvordan innovation skabes og hurtigt udbrede resultaterne således, at alle kan drage fordel af dem.

Kreativitet og nytænkning, og investering i begge, skal belønnes. Som konsekvens af, at digital teknologi har enorm indflydelse på, hvordan kulturelle produkter produceres, distribueres og konsumeres, er vi nødt til at etablere og respektere nye handelsmodeller, der skal sikre fair handel og betaling. Copyright og lignende rettigheder er essentielle bestanddele i et markedsbaseret system af kreativitet og nytænkning.

Kreative SMV'er udgør ryggraden i innovationsunionen. Hovedparten af de kreative virksomheder i Europa er SMV'er. Disse genererer ofte ideerne, service og produkter som andre firmaer efterfølgende udnytter. Da størstedelen af innovation og virksomhedssupport-systemer ikke imødekommer SMV'ers behov, må der kræves en større indsats i at promovere kreative SMV'er og mindre firmaer.

Vi har rigeligt med bevis for behovet for kreativitet og de kulturelle og kreative industrier. Lad os fokusere på, hvordan vi bedst markedsfører dem. Mens kontinuerlig evaluering af sektorens udvikling naturligvis er nødvendig, er regeringer og offentlige administrationer nødt til nu at fokusere på, hvordan vi bedst kan supporte kreative investeringer, så de kan udmønte sig i offentlig værdi (arbejdspladser, vækst, positiv afsmitning til andre sektorer, etc.) Der har indtil videre været tænkt for lidt på, hvordan offentlige beslutninger og supportsystemer kan tilpasses eller udvikles, så de bedre kan fremme kreativ vækst.

BILAG

Creative Growth Mapping rapport

- kan downloades på www.creative-growth.eu

Creative Growth Thematic Working Group rapporter

- kan downloades på www.creative-growth.eu

Creative Growth Pilot rapporter

- kan downloades på www.creative-growth.eu

Moving-office video dokumentation

- kan ses på:

www.creative-growth.eu

www.moving-office.eu





■ Edinburgh Napier University, Scotland

■ Spinderhallerne, Denmark
■ South Denmark European Office, Denmark

■ Östsam Regional Development Council, Sweden

■ Regional Council of southern Småland, Sweden

■ Kaunas Regional Development Agency, Lithuania

■ CEEI Asturias, Spain

■ Aster S. Cons. p. A., Italy

■ Észak-Alföld Regional Development Agency, Hungary

■ Timis County Council, Romania

■ RAM Central Stara Planina, Bulgaria

Mere information:

www.creative-growth.eu | www.moving-office.eu | www.spinderihallerne.dk

