



En översikt i siffror av Kulturella och Kreativa Näringsar i Dalarnas, Gävleborgs och Värmlands län

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Förord:	3
Sammanfattning	3
Summary in English	3
Det var en gång en kommunal musikskola	4
Kartläggningsmetod	5
Underlag	5
Sektorsindelning Kulturella och Kreativa näringar enl. KRUT:s modell	6
Vad det statistiska materialet innefattar	7
Avgränsningar	7
Begrepp och definitioner	8
Regeringens handlingsplan för Kulturella och Kreativa näringar	9
Statistik Dalarna	10
Vilka är de sysselsatta?	12
Arbetsinkomst på länsnivå	13
Arbetsställen, omsättning och företagsformer	14
Statistik Gävleborg	17
Vilka är de sysselsatta?	19
Arbetsinkomst på länsnivå	20
Arbetsställen, omsättning och företagsformer	21
Värmland: Att variera perspektivet	24
Bilaga 1: Källförteckning	27
Bilaga 2: SNI och SSYK-koder för Kulturtridenten	28
Bilaga 3: SNI koder för statistikmaterial	31

Förord:

I Värmlands, Gävleborgs och Dalarnas län pågår under perioden augusti 2009 – juli 2011 ett arbete för att synliggöra och stärka kulturella och kreativa näringar, kallat KKN. Som ett led i arbetet ingår en kartering för att ge en bild av kulturella och kreativa näringar inom de tre länen. Karteringen är tänkt att fungera som ett underlag för vidare diskussioner hur man på lokalt och regionalt plan kan använda sig av kunskapen om dessa näringar, för att utveckla närings- och samhällslivet. Denna studie tar i korthet upp statistik angående antal sysselsatta och antal företag inom kulturella och kreativa näringar i de tre regionerna. Statistik nedbruten på kommunnivå är också framtagen, men redovisas inte i rapporten.

Gävleborg och Dalarna har använt en gemensam kvantitativ modell, framtagen av regionförbundet Östsam, gällande antal och andel sysselsatta samt företagare. Värmland har valt att fokusera på Arvika kommun med kvantitativ och kvalitativ utgångspunkt. Texten för Värmland är författad av Ulf Nordström, kulturstrateg, Region Värmland. KKN är ett av flera projekt som arbetar för att stärka kulturella och kreativa näringar i Sverige. Näringarnas potential för att bidra positivt till samhällsutvecklingen har under de senaste åren uppmärksammats alltmer. Förutom insatser lokalt och regionalt pågår sedan september 2009 ett nationellt arbete för kulturella och kreativa näringar, där närings- och kulturdepartementen gemensamt utarbetat en handlingsplan för näringarna. Även på EU-nivå ses de kreativa näringarna som en viktig del av samhällsutvecklingen och Europeiska rådet fick till uppgift att inom ramen för Lissabonstrategin se över hur potentialen kan tillvaratas. Resultaten har samlats i EU:s Grönbok, *Att ta tillvara potentialen i den kulturella och den kreativa sektorn*.

Anna Klerby
Doktorand Nationalekonomi
Högskolan Dalarna

Theresia Holmstedt Jensen
Koordinator KKN
Region Dalarna

FAKTARUTA: Projekt KKN

Kulturella och kreativa näringar bidrar starkt till sysselsättning och tillväxt, men kunskapen om sektorns inflytande är många gånger låg både i övriga samhället och hos kreatörerna själva. Med både samhälle och kreatörer som målgrupp ska KKN arbeta för att öka kunskapen om kulturella och kreativa näringars betydelse för samhälle och näringsliv, samt arbeta fram metoder och vara ett stöd i processer, som ökar tillväxten i sektorn.

- KKN (kulturella och kreativa näringar) arbetar för att synliggöra kulturella och kreativa näringars allt viktigare del i samhälls- och näringsliv.
- KKN stärker entreprenörskapet inom sektorn genom att arbeta fram metoder för nya affärs- och investeringsmodeller, samt verka för att anpassa rådande system till att inkludera kreativa branscher.
- KKN arbetar för mötesplatser och nätverk mellan kultur/näringsliv/forskning/offentlig sektor
- KKN tar del av och är en del av den senaste forskningen på området såväl nationellt som internationellt.

KKN är ett tvåårigt samarbete mellan regionförbunden i Dalarna, Gävleborg och Värmland, samt landstingen i Dalarna och Gävleborg, med region Dalarna som projektägare och finansieras av regionförbunden och landstingen, samt EU:s regionala fond

Period: 090801-110731

Sammanfattning

I Värmlands, Gävleborgs och Dalarnas län pågår under perioden augusti 2009 – juli 2011 ett arbete för att synliggöra och stärka kulturella och kreativa näringar, kallat KKN. Som ett led i arbetet ingår en kartering för att ge en bild av kulturella och kreativa näringar inom de tre länen. Den är tänkt att vara ett underlag för vidare diskussioner hur man på lokalt och regionalt plan kan använda sig av kunskapen om dessa näringar, för att utveckla närings- och samhällslivet. Rapporten ger en bild över sysselsättning och företagande inom kreativa och kulturella näringar i regionerna Dalarna, Gävleborg och Värmland under åren 2006/2007. Området består av delsektorena Turism/rekreation/sport, Media/digital, Konst/design, samt Kulturarv/informationshantering. Gävleborg och Dalarna har använt en gemensam kvantitativ modell, framtagen av regionförbundet Östsam gällande antal och andel sysselsatta samt företagare. Förutom kreatörerna inkluderas i statistiken andra produktionsled såsom material, distribution, reproduktion och utbildning, vilket överensstämmer med Östsams modell och som från början arbetats fram av Creative Industries i Storbritannien; CIPS (Creative Industries Production System). Resultaten från Dalarna och Gävleborg visar på att kulturella och kreativa näringar står för en betydande del av sysselsättningen, 7,6 procent i Dalarna, respektive 6,4 procent i Gävleborg. Värmland har använt en annan mätmetod ”Kulturnäringstridenten” och enligt denna, där turism, idrott och produktionsled exkluderas, är ca 3,3 procent sysselsatta inom kulturnäringarna. Nästan var tionde företag i Dalarna och Gävleborg är företag med SNI-kod inom kulturella och kreativa branscher. Associationsformen enskild firma är vanligast förekommande; särskilt inom området Konst/design. Värmland har även valt att göra en fördjupad studie av Arvika kommun och kartlagt kulturella verksamheter och samarbetsmönster. Studien är genomförd av Cerut, Centrum för forskning om regional utveckling inom Karlstads universitet.

Summary in English

In the regions of Värmland, Gävleborg and Dalarna a major work to promote and support the cultural and creative industries is in progress between August 2009 and July 2011. The efforts are collected in a project named KKN and are co-financed by the political level of the regions respectively and the European Fund for Regional Development. This report presents a picture of employment and business enterprises in the creative and cultural industries in the regions over the years 2006 and 2007, and it serves as a foundation for discussions on the local and regional levels how to promote the cultural and creative industries as a part of the total business sector. The creative and cultural industries consist of four sections; tourism/recreation/sports, media/digital, arts/design and heritage/information management. For Gävleborg and Dalarna a quantitative model has been used, based on the model invented by the regional alliance Östsam, showing statistics for employed and entrepreneurs. The model recognizes the creators as well as the relevant activities of supplying material, distribution and reproduction and education for the industries. The model of Östsam has been developed from the model Creative Industries Production System (CIPS) originally created in the UK. The results show that the creative and cultural industries are an important part of the total employment, comprising 7.6 percent in Dalarna and 6.4 percent in Gävleborg. About every tenth enterprise in Dalarna and Gävleborg has its main activities within the creative and cultural industries. Sole proprietorship is the most common type of corporate body, especially within the section of arts /design. For the region of Värmland a different method has been used; “cultural trident” where tourism, sports and the line of production are excluded. According to this method 3.3 percent of the employed are engaged in the creative and cultural industries. For Värmland an extended study has been performed focusing the cultural activities and patterns of collaboration in the community of Arvika. Arvika is an exceptional community due to the yearly internationally known music festival attracting approximately 15.000 visitors. This study is performed by the Center for research about regional development within the University of Karlstad (Cerut).

Det var en gång en kommunal musikskola

En dag fick tredjeklassarna i den närbelägna ett- till- nio -skolan gå till musikskolan och prova instrument.

- Vad ska du prova? Frågade Hanna sin kompis Olle.

- Det får jag se när jag kommer dit, svarade Olle.

Det fanns många instrument att välja på. Hanna fingrade på den guldglänsande trumpetten, fyllde lungorna och lyckades få till ett bröl. Olle gick omkring en stund och lyfte på olika instrument, men sen greppade han vant fiolen.

- Är det en Stradivarius? frågade han musikläraren.

Olle visste en del om fioler eftersom hans farfar var riksspelman..

- Nejd, sådana har vi inte råd med här. Det där är, låt se vad det står jo, en Aileen. Visst kinesisk.

En gång i veckan under hela grundskolan gick sen Hanna och Olle på musikundervisning.

Olles farfar var mäktigt stolt över att pojken följde i hans fotspår, och många timmar ägnade de åt att sitta tillsammans och på gebör lära Olle bygdens gamla traditionella låtar, som Olle gärna spelade på midsommar och vid andra högtider. Farfar tyckte däremot inte om, när Olle experimenterade med en el-förstärkare till en av sina tre fioler.

-Det här är mitt sätt att uttrycka mig, och musiken har väl alltid utvecklats, sa Olle. Du har ju själv skrivit helt nya låtar, eller hur farfar?

-Jojo, men det är inte samma sak, muttrade farfar.



Foto: Martin Flink, www.fiftyframes.se

Hanna började spela i en musikklubb. I stilig uniform gick hon i takt med sina musikerkollegor gata upp och gata ner ivrigt musicerande. Särskilt roligt tyckte hon var det att spela på gökotta på första maj, då lutade sig folk ut ur fönstren alldeles yrvakna. Ibland fick hon uppdrag att spela fanfarer vid medaljutdelning och det drygade ut hennes studiebidrag. När

hon sedan fick spela på den utställning som självaste kungen skulle inviga lade

många märke till henne och hon skyndade sig att lägga till evenemanget i sin meritlista. Uppdrag följde på uppdrag, hon kunde ta mer betalt och hennes mamma som var revisor rådde henne att starta en enskild firma, vilket hon också gjorde. Efter studier som solist vid Musikhögskolan utsågs hon till stipendiat och åkte till Wien för att studera. Plötsligt öppnade sig nya världar genom kontakter med operavärlden i den internationella miljön, det har gett henne många jobb.

Organisationen Folkets Hus och Parker har i Sverige direktsänt ett par operaföreställningar via digitalteknik där Hanna varit solist, och Hanna har i mellanakten fått skicka hälsningar till Sverige. Från organisationen SYMF (Sveriges Yrkes Musikers Förbund) har hon fått hjälp med hur arvoden som betalas ut utomlands ska skattas och momsföras.

Olle fortsatte att experimentera med den elektriska fiolen. Mest fascinerad var han över själva ljudet, hur fiolen kunde låta som en jamande katt och som smattrande hagel. En utbildning inom ljudteknik vid Högskolan Dalarna tilltalade Olle och efter avslutade studier där började han frilansa som ljuddesigner.

- Det är sällan man har tänkt på att maskiners ljud ofta är designade, en mikrougn ger ifrån sig ett visst pling när den stängs, datorernas tangenter låter på ett sätt som inte slumpen bestämt, filosoferade Olle. Han är nu anställd på en firma specialiserad på akustik inom byggnation. Arbetsmarknaden är numera såväl nationell som internationell, han var bl a med i planeringen av Oslos nya operabus. Vid midsommar brukar, Hanna och Olle ses på festplatsen. Då tar Olle fram fiolen, spelar några gamla låtar och hoppas att farfar hör honom.

Kartläggningsmetod

Berättelsen om Olle och Hanna vill visa på olika faktorer som kan bidra till framgång inom kulturella och kreativa näringar, och där kulturkompetens kan bidra till utveckling i branscher utanför kulturområdet. Ofta när vi talar om kulturella och kreativa verksamheter fokuserar vi på kreatörerna och utövarna, och deras tjänster och varor. I denna studie, som utgår från den modell som regionförbundet Östsam tagit fram i KRUT-projektet 2008 – 2010 (kreativ utveckling)¹ ser vi både till kreatörerna och de produktionsled som grundar sig i kulturell och kreativ verksamhet, såsom material, reproduktion och distribution. Även kulturella och kreativa utbildningar inkluderas i studien. Det ideella föreningslivet är betydande inom denna sektor; men föreningar inkluderas endast i de fall de har anställda. I övrigt synliggörs inte den ideella arbetskraften i denna studie, även om vi vet att frivilliga krafter bär upp stora delar av kultur- och idrottsliv. Östsams modell bygger i sin tur på den i Storbritannien framtagna kartläggningsmetoden CIPS (Creative Industries Production System). Vilka näringar är då att betrakta som kulturella och kreativa näringar? Denna studie följer även här Östsams indelning (se figur 1:1 på nästa sida) som i stort sett följer Creative Industries i Storbritannien.

Underlag

För Gävleborg och Dalarna är det statistiska underlaget sammanställt av Intersecta AB av material från SCB. Övriga siffror kommer från Regionfakta, Region Dalarna, Kommunfakta och i de fall kommunerna inte beställt statistik därifrån, har siffror hämtats från resp. kommuns hemsida.

Siffrorna kommer från 2006. Det kan tyckas som gamla siffror; att de används beror främst på att vi ville ha ett jämförbart material med den kartläggning av kreativa sektorn i sex län som KRUT gjort för Östergötlands län, Sörmlands län, Uppsala län, Örebro län, Västmanlands län och Södra Småland. Rapporten publicerades april 2008. I den framkommer att kreativa sektorn för sex-länsregionen sammantaget sysselsätter ca åtta procent av den arbetande befolkningen. Mellan åren 2006 och 2007 har ett stort arbete skett för att anpassa SNI-koder till dagens samhälle. Av den anledningen skiljer sig SNI-koder mellan åren 2006 och 2007, vilket tyvärr medför att vi inte kan följa utvecklingen inom kulturella och kreativa näringar över senare tid.

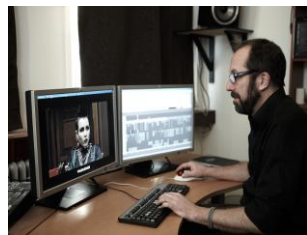


Några deltagare på Ethnofestivalen i Rättvik. Ethno arrangeras av Rikskonserter i samarbete med Folkmusikens Hus m fl. Ethno har pågått i 21 år, och är ett veckolångt läger där ungdomar från olika delar av världen utbyter kunskaper och erfarenheter inom musik.

Foto: Peter Ahlbom/Rikskonserter.

¹ KRUT – kreativ utveckling 2008-2010, www.ostsam.se

Sektorsindelning Kulturella och Kreativa näringar enl. KRUT:s modell



TURISM/ REKREATION/ SPORT

Sport
Djur/Natur/
Friluftsliv
Turism
Andlighet/
Själsliv

MEDIA/ DIGITAL

Tidningar/
Tidskrifter
Mjukvara/Spel
/Datorservice
TV/Radio
Reklam
Film/Video
Foto

KONST/ DESIGN

Musik
Mode/Design
Konst/
Konsthantverk
Litteratur
Artister/Dans/
Teater
Arkitektur

KULTURARV/ INFORMATION

Museum
Bibliotek/
Informations-
hantering
Historiska platser/Hus
Arkiv

Fig 1:1

Vad bilderna visar:

Fr. v : Skicross i Branäs

Den 13 mars 2010 gjorde världseliten upp i skicross worldcup, på Branäs worldcup bana. Skicross är en sport som blir allt mer populär, och Branäs i Värmland är störst i Sverige på att bygga skicrossbanor.

Foto: Branäs, Richard Ström.

Salander i rutan

Filmklipparen Håkan Karlsson i Kilafors är en av grundarna till HAWC International AB. Företaget revolutionerar nu filmbranschen med ett eget system för filmklippning. Sex Wallanderfilmer och den sista av filmerna i Millenniumtrilogin är exempel på filmer som klippts i Kilafors med hjälp av HAWC. Fiber Optic Valley har stöttat HAWC bland annat genom att bidra till en förstudie kring bolagets marknadspotential och att delfinansiera framtagandet av den teknikplattform som är hjärtat i bolaget. Läs mer om HAWC på www.hawc.biz. Läs mer om Fiber Optic Valley på www.fiberopticvalley.com

Foto: Fiber Optic Valley, Torbjörn Bergkvist

Elina Ahlander "Moraltanten" uppträder på BoomTown i Borlänge

BoomTown arbetar för att Borlänge-Dalarna ska utvecklas till ett ledande kreativt centrum för rock, pop och alla former av populärmusik i Sverige och Europa. BoomTown är ett regionalt EU-finansierat projekt med Borlänge som bas och har tre huvudpelare: Utbildning, Nätverk & Näringsliv.

Foto: Okänd

Hälsingegårdarna Regnells och Norrgården i Regnsjö

Den unika klungbyn Västerby i Regnsjö är besökscentrum för hälsingegårdar. Hälsingegårdar karaktäriseras av en storslagen och stilsäker byggnadskonst präglad av hantverksskicklighet och detaljrikedom. Inom begreppet Hälsingegård ryms särarter från landskapets olika delar och socknar.

Foto: Lars Lööv

Det statistiska materialet innefattar

• Sysselsatta

- Vårt statistiska material över anställda gäller dagbefolkningen. Med dagbefolkning menas de personer som är anställda på företag som är registrerade på en viss ort, oavsett var den anställda är mantalsskriven. En anställd räknas alltså in i statistiken på den ort den arbetar på, inte där den är bosatt.

- Statistiken visar antal och andel sysselsatta inom olika delområden av kulturella och kreativa sektorn. Statistiken visar var man har sin huvudsakliga sysselsättning; i statistiken syns alltså inte om man har flera arbeten, vilket vi vet kan vara missvisande för sektorn, där många kreatörer har en anställning inom ett område som inte hör till kreativa sektorn t ex för att säkra inkomsten. Sannolikt är det fler sysselsatta inom de kulturella och kreativa näringarna om man räknar in dem som har flera sysselsättningar, där det kreativa inte räknas som huvudsysselsättning. I statistiken finns inga namngivna företag eller verksamheter.

• Inkomster

- I studien har använts begreppet arbetsinkomst, eftersom underlagsmaterialet från SCB inte har några uppgifter om förvärvsinkomst. Skillnaden mellan förvärvsinkomst och arbetsinkomst är att det i det senare inkomstbegreppet även ingår ”inkomstbortfallsersättningar, såsom föräldraförsäkring, a-kassa mm.”

• Arbetsställen och företagande

- Antal arbetsställen: Ett arbetsställe innebär en adress där ett företag är registrerat. Ett aktivt företag har alltid minst ett arbetsställe men om företaget bedriver verksamhet på flera adresser har det flera arbetsställen. Men vårt material är sammanställt så att varje företag endast har ett arbetsställe på länsnivå. Här ingår således även företag som bisyssla, det vill säga vars ägare inte har företagandet som huvudsaklig sysselsättning, samt företagsstorlek uppdelat i kategorierna, 0 anställda, 1-4 anställda, 5-9 anställda, 10 – 19 anställda, 20-49 anställda, 50-99 anställda, 100-199 anställda.

- Företagande: Antal företagare inom de olika delsektorerna

- Företagsform: vilken associationsform företaget har; enskild firma, aktiebolag, handelsbolag, kommanditbolag, ekonomisk förening, idéell förening, övriga, ex offentlig verksamhet,.

Avgränsningar

Materialet inkluderar inte Måltid, Övernattning, Shopping och Kläddesign; områden som kan ses som kulturella och kreativa näringar, men de innefattar även en stor del av viktig baskonsumtion, som inte är att anse som upplevelsebaserad. Ett tillvägagångssätt för att inkludera de delar av dessa verksamheter som ingår i vår definition av kreativa och kulturella näringar hade varit att vikta respektive område utifrån en schablon om hur stor andel av dessa företag som kan härledas till KKN. Det finns dock ingen vedertagen schablon så vi har valt att inte göra detta. Materialet utgår inte från yrkeskod (SSYK); det vill säga, vi har ingen information om dem som är verksamma inom kulturyrken på arbetsställen som inte hör till den kreativa sektorn enligt de SNI-koder vi arbetat med finns inte med i statistiken. Som exempel på kulturyrken utanför sektorn kan nämnas industridesigner inom biltillverkningsindustri, eller Olle i berättelsen, som arbetar med byggnadsakustik.

Begrepp och definitioner

Det florerar många olika begrepp och definitioner kring näringarna som denna rapport handlar om; kulturnärings, kulturella och kreativa näringar, kreativa sektorn, upplevelsenärings, nöjesindustri, creative industry etc. Någon enhetlig definition har inte funnits, men antagligen blir den definition av Kulturnäring som myndigheten Tillväxtanalys tagit fram, den som kommer att bli standard i Sverige (se faktaruta Fig 1:2). Arbetet med att definiera sektorn pågår även inom EU. Att man nu arbetar hårt med att definiera sektorn är positivt; det tyder på att man anser att kulturvärdeskapande verksamhet är en viktig näringsgren och man vill ha jämförbarhet med andra sektorer. Nedan följer förklaringar till några begrepp som brukar användas.

Faktaruta: Begrepp och definitioner

Upplevelseindustri - Ett begrepp som uppstod i USA, för att likställa den ekonomiskt viktiga nöjesbranschen med övrig industri. Begreppet har även använts i Sverige och KK-stiftelsen har listat vilka 14 delar de anser ingår; Arkitektur, Litteratur, Film, Scenkonst, Media, Musik, Marknadskommunikation, Upplevelsebaserat lärande, Dator & TV-spel, Design, Konst, Turism, Måltid, Mode.

Kreativ sektor - Ett begrepp främst myntat i Sverige av KRUT-projektet. Ingående delar finns i figur 1:1. Svårigheten med begreppet som vi upplevt är att det är svårt att få acceptans för att "Kreativa sektorn" just är ett begrepp. Invändningar mot uttrycket uppstår ofta, eftersom kreativitet finns inom de flesta branscher.

Creative class - Richard Florida myntade begreppet "Kreativ klass". Med detta syftar Florida på en grupp högtutbildade kreativa människor som enligt Florida driver den ekonomiska utvecklingen. Ett traditionellt synsätt är att tillväxt drivs av företag och särskilt företagskluster. Det som skiljer Florida från traditionell ekonomisk teori är att han menar att denna grupp inte väljer bostadsort bara efter var det finns arbete, utan de sätter stort värde på samhällen som är inkluderande och varierande, med en mentalitet som främjar uppfinningsrikedom och tolerans. (Florida, 2003, *Cities and the Creative Class* i *City & Community*)

Kulturnäring - Tillväxtanalys, tidigare ITPS (Institutet för Tillväxtpolitiska studier) fick år 2008 regeringens uppdrag att ta fram en definition av kreativa näringar. Tillväxtanalys föreslår att begreppet kulturnärings används. Motivet är att fokus flyttas från den kreativa process som allt skapande innebär till de kulturvärden som skapas. Se Tillväxtanalys Rapport 2009:06. Skillnaden mellan KRUT:s definition av kreativa näringar som denna kartläggning bygger på och Tillväxtanalys definition av Kulturnärings är bl a att i den sistnämnda räknas inte Turism och Idrott med, men däremot finns delar av Måltid och Mode medräknat. Man har fokuserat på kulturvärdeproducenter och mer perifera verksamheter, såsom tex. distribution är exkluderade.

En annan skillnad är också att man arbetar med Kulturnäringstridentmodellen, se figur 1:3, där man förutom kulturbranschernas SNI koder även tittat på Yrkesregistret SSK och definierat dem som arbetar inom ett kulturyrke, men på ett arbetsställe utanför kultursektorn, till exempel designer på en tillverkningsindustri.

Fig 1:2

KULTURNÄRINGSTRIDENTEN

	Kulturnäringsar	Övriga näringsar
Kulturyrken	41 116 T ex skådespelare på teater	83 281 T ex Industri- designer
Övriga yrken + yrkeskod saknas	82 397 T ex snickare på teater	

Fig 1:3 Siffror för kulturnäringsar i Sverige år 2007. Källa: Tillväxtanalys

Regeringens handlingsplan för Kulturella och Kreativa näringsar

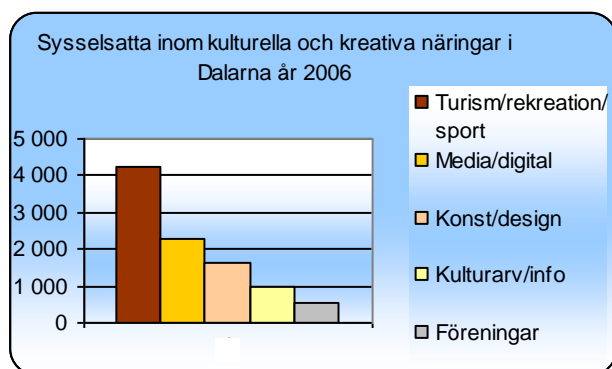
Kultur- och näringsdepartementen har gemensamt utformat en handlingsplan för Kulturella och Kreativa näringsar. Syftet med handlingsplanen är att skapa goda förutsättningar för entreprenörer samt potentiella och befintliga företagare inom kulturella och kreativa näringsar att utveckla sina affärsidéer och företagande. Under åren 2009-2012 satsas 73 miljoner kronor på nio insatsområden:

1. Rådgivning till företag
2. Kompetensutveckling
3. Inkubatorer för kulturella och kreativa näringsar
4. Mellanhänder/Nätverk/Modeller för samverkan
5. Entreprenörskap i kulturella och kreativa utbildningar
6. Innovation och design
7. Ledarskap och arbetsorganisation
8. Studie om finansieringsbehov
9. Kompetensutveckling

Fig 1:4

Statistik Dalarna

I Dalarna var cirka 128 600 personer sysselsatta inom samtliga näringar under 2006. Av dessa var knappt 10 000 sysselsatta inom kulturella och kreativa näringar och dessa utgjorde således knappt åtta procent av det totala antalet sysselsatta.



Av de knappt 10 000 personerna som år 2006 var sysselsatta inom kulturella och kreativa näringar i Dalarna var inte förvånande, flest andel sysselsatta inom **Turism/rekreation/sport (43 %)**.

Samtliga kommuner utom Borlänge och Falun, hade flest andel sysselsatta inom de kreativa näringarna i sektorn Turism/rekreation/sport. Malungs kommun har en framträdande roll vad gäller turism. 85 procent av de sysselsatta i kulturella och kreativa näringar inom kommunen arbetade i denna sektor, dessa utgör också cirka 20 procent av Malungs hela näringsliv.

Media/digital står för 24 procent. I Borlänge och Falun är media och digital det starkaste området.

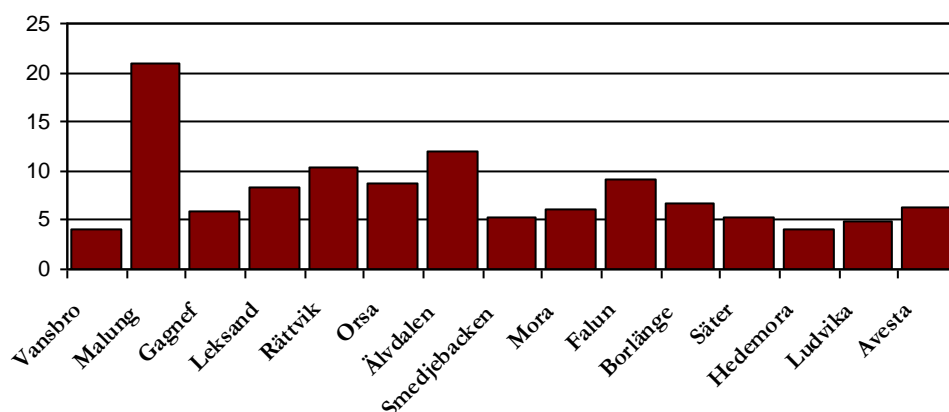
Konst/design sysselsätter 17 procent av de sysselsatta inom kulturella och kreativa näringar. Ingen kommun har Konst/design som sitt främsta område men följande kommuner har många sysselsatta inom området och det kommer på andra plats (efter turismen): Hedemora, Smedjebacken, Rättvik, Orsa, Vansbro, Gagnef, Avesta. Området är också mycket starkt i Falun, även om det där kommer på tredje plats, efter Media/digital och turism.

Kulturarv/informationshantering sysselsätter 10 procent. Ludvika som är en relativt svag kommun inom kreativa näringar, har ovanligt många företag och organisationer inom Kulturarv/informationshantering. Även Avesta och Leksand har en hög andel av de sysselsatta inom kreativa sektorn på detta område.



Dräktband Leksandsdräkten. Leksands hemslöjd

Procentuell andel sysselsatta inom kulturella & kreativa näringar per kommun i Dalarna år 2006



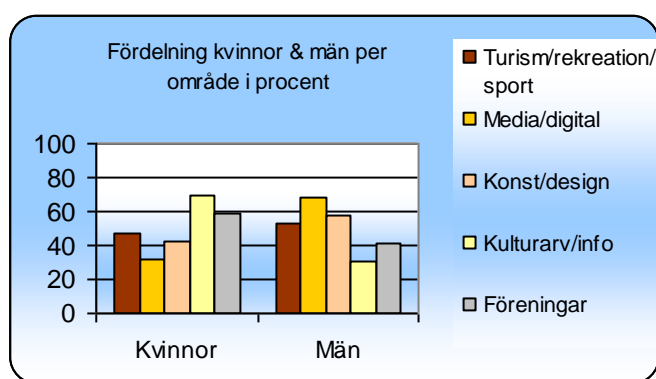
Diagrammet visar andelen sysselsatta inom kulturella och kreativa näringar i Dalarnas 15 kommuner. Genomsnittet för länet är åtta procent och Malung har den kommun som har högsta andel sysselsatta inom KKN-sektorn, 21,0 procent. De kommuner som ligger över länsgenomsnittet är även Älvdalen med 12,0 procent, Rättvik med 10,3 procent, Falun med 9,1 procent, Orsa med 8,7 procent, Leksand med 8,4 procent. Under länsgenomsnittet ligger Borlänge med 6,8 procent, Avesta med 6,2 procent, Mora med 6,0 procent, Gagnef med 5,8 procent, Smedjebacken och Säter båda med 5,2 procent andel sysselsatta inom KKN. Under fem procent andel hittar vi Ludvika med 4,8 procent, och med den lägsta andelen sysselsatta inom KKN i Dalarna, fyra procent vardera, Vansbro och Hedemora.



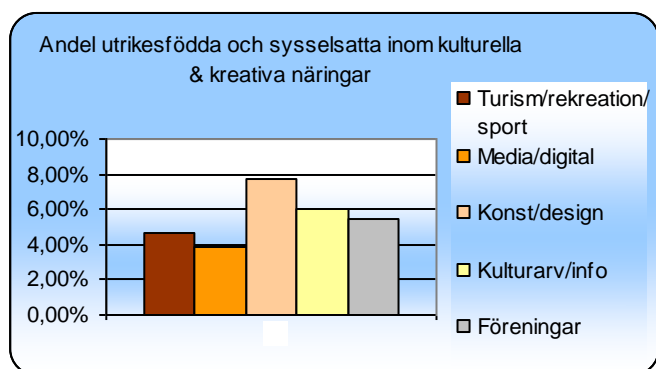
Dalhalla, ett nedlagt kalkbrott mitt i skogen utanför Rättvik, har blivit en internationellt etablerad spelplats och beskrivits som en av de mäktigaste och vackraste utomhusarenorna i världen. Foto: Per Eriksson. www.dalhalla.se

Vilka är de sysselsatta?

Av de nästan 10 000 sysselsatta inom kulturella och kreativa näringar i Dalarna år 2006 utgör kvinnor 45 procent och män 55 procent, representationen ligger inom gränsen för vad som ofta kallas för statistisk jämställdhet, det vill säga minst 40 procent av underrepresenterat kön. Vi har däremot inga siffror på hur makten fördelas mellan kvinnor och män, varför vi inte heller kan utgå ifrån att sektorn generellt är jämställd. Vi har inte några nationella siffror att jämföra med över könsrepresentationen inom sektorn, eller möjlighet att jämföra med sysselsättningsstatistik som innefattar alla branscher i Dalarna.



I diagrammet ses könsfördelningen inom de olika områdena i de kreativa näringarna. Turism/rekreation/sport visar på en jämn könsfördelning, med 53 procent kvinnor och 47 procent män. Media/digital är mansdominerat, med 32 procent kvinnor och 68 procent män. Inom Konst/design finns färre kvinnor, 42 procent, och fler män, 58 procent, men ligger inom gränsen för vad som ofta räknas som statistisk jämställdhet. Kulturarv och informationshantering är kvinnodominerat, 69 procent kvinnor och 31 procent män, även föreningslivet sysselsätter fler kvinnor än män, 59 procent kvinnor och 41 procent män.

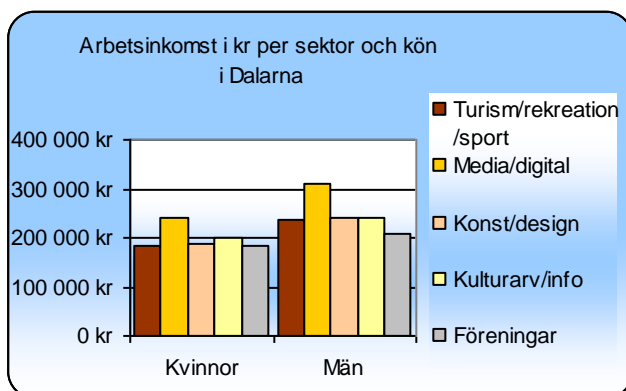


I diagrammet ses hur stor andel av de sysselsatta i respektive sektor som är utrikesfödda. Störst andel, närmare åtta procent, finns inom Konst/design-sektorn, medan Media/digital har lägst andel, cirka fyra procent. Inom Turism/rekreation/sport är knappt fem procent utrikesfödda samt inom Kulturarv/info och föreningar är knappt sex procent av de sysselsatta utrikesfödda.

Inom sektorn är cirka fem procent av de sysselsatta utrikesfödda (476 personer). Dessvärre har vi inga uppgifter om antalet utrikesfödda för alla branscher. Sysselsättningsstatistik alla branscher för Dalarna finns ej att tillgå. En jämförande siffra för andelen utrikesfödda sysselsatta inom alla branscher i Sverige är att dessa utgör drygt 10 procent av de sysselsatta, alltså dubbelt så stor andel som de sysselsatta inom kreativa sektorn i Dalarna, vi vet inte heller hur stor andelen är inom den kreativa sektorn nationellt

Arbetsinkomst på länsnivå

För 2006 utgör den sammanlagda arbetsinkomsten inom kreativa näringar i länet 2 000 miljoner kr, vilket ger en genomsnittlig arbetsinkomst för verksamma inom kulturella och kreativa näringar i länet som helhet om ca 210 000 kr. I hela ekonomin i Sverige är den genomsnittliga arbetsinkomsten år 2006, 250 000 kr, det vill säga genomsnittsinkomsten för kreatörer är betydligt lägre än för genomsnittsarbetstagaren.



Sektorn med högst individuell arbetsinkomst var Media/digital med en genomsnittlig inkomst för män på 311 000 kr år 2006 och för kvinnor 240 000 kr. Den lägsta genomsnittliga arbetsinkomsten för män ges inom föreningssektorn; 210 000 kr för män, medan kvinnors lägsta genomsnittliga arbetsinkomst finns inom sektorerna Turism respektive Förening; 185 000 kr/år, Konst/design har något högre arbetsinkomst; 189 000 kr.

Männens sammanlagda inkomst är 1 370 miljoner kr, vilket motsvarar 61 procent av den totala summan och kvinnornas är 860 miljoner kr vilket motsvarar 39 procent av den totala summan. Män har högre arbetsinkomst än kvinnor i alla sektorer; och mäns genomsnittliga arbetsinkomst var i alla sektorer över den totala genomsnittliga inkomsten för samtliga, 210 000 kr/år.

Media/digital är det enda området där genomsnittsinkomsten överstiger 300 000 kr per år. För kvinnor är det bara en sektor som ger en genomsnittsinkomst över 200 000 kr per år, och denna är Media/digital på 240 000 kr per år. Övriga genomsnittliga arbetsinkomster för kvinnor ligger under 200 000 kr/år. Observera att kvinnor generellt i högre grad än män arbetar deltid, av olika anledningar, detta kan utöver exempelvis lönediskriminering vara en förklaring till kvinnors totalt sett lägre årsinkomst.

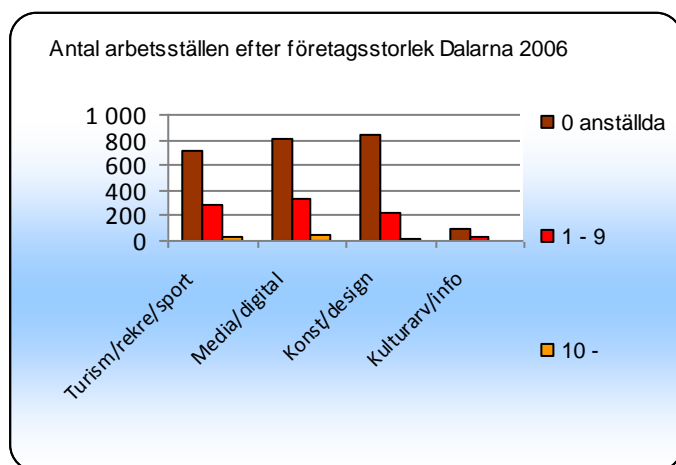


Framkonst på Magasinet, O censurerat 2010. Konstnärer: Magnus Kalitzi och Johannes Lindgren, www.framkonst.com

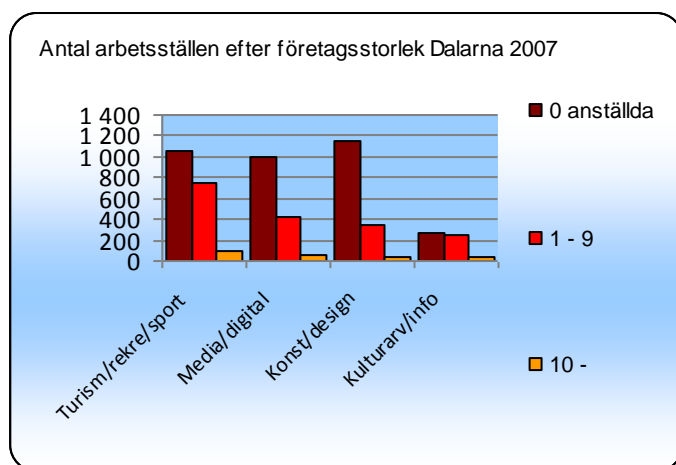
Arbetsställen, omsättning och företagsformer

Mellan år 2006 och 2007 utvecklade SCB definitionerna för kategorisering av företagens verksamheter till systemet SNI 2007, svensk näringsgrensindelning. I det nya systemet har kategoriseringen av framförallt tjänsteföretag blivit mer detaljerad, medan industrisektorn kan anses redan vara väl utvecklad. Många företag inom kulturella och kreativa näringar är tjänsteföretag, och siffror från SCB:s företagsregister som vi använder här visar att antalet arbetsställen inom KKN i Dalarna har ökat med 60 procent genom den nya kategoriseringen. Många företag som tillhör de kulturella och kreativa näringarna har således synliggjorts i jämförelse med det föregående kategoriseringssystemet.

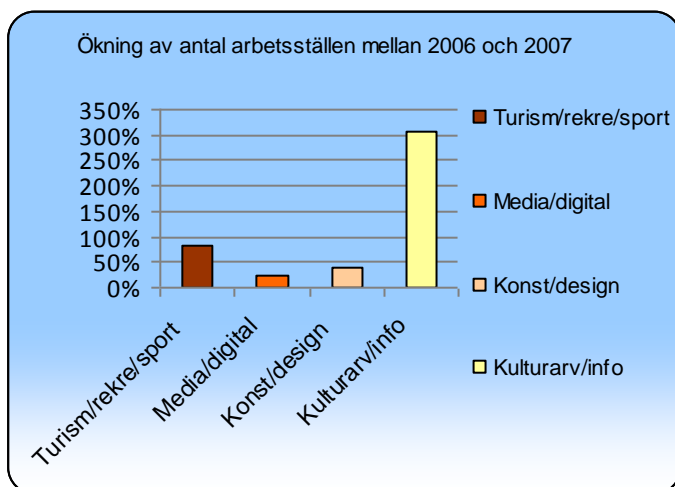
Med arbetsställe menas varje adress som ett företag bedriver verksamhet på och således finns det minst lika många arbetsställen som det finns registrerade företag.



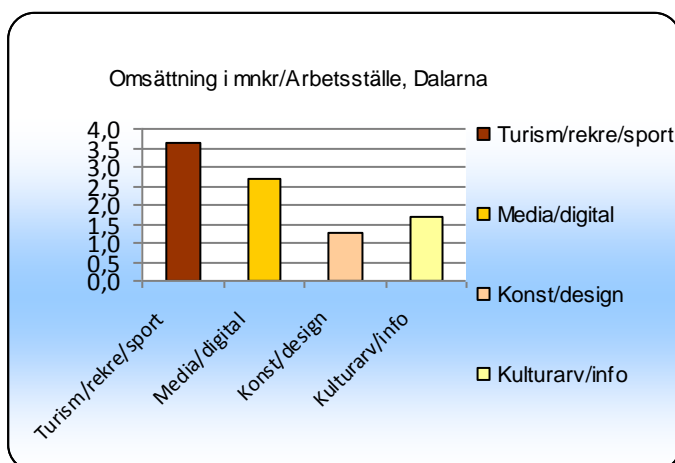
År 2006 finns det 3 400 arbetsställen inom KKN-företag, föreningar och organisationer. Som ses i diagrammet till vänster har merparten av företag och organisationer inga anställda, 72 procent av arbetsställen sysselsätter enbart dess ägare. Särskilt framträdande är detta inom Konst/design-sektorn. 25 procent av arbetsställena har mellan en och nio anställda, och tre procent har tio anställda eller fler. Ungefär lika många arbetsställen finns inom Media/digital (34 %), som Turism/rekreation/sport (30 %) respektive Konst/design (32 %). Cirka 1 200 i varje delsektor och dessa motsvarar 96 procent av samtliga företag och föreningar inom KKN-sektorn. Arbetsställen inom Kulturarv/information utgör cirka fyra procent av sektorn.



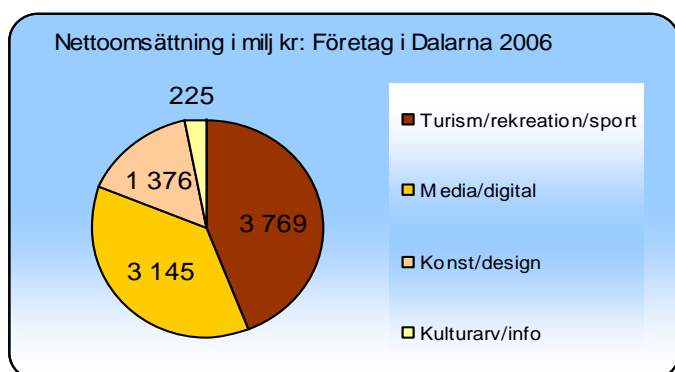
Enligt mätningen med den nya metoden år 2007 fanns det 5 400 arbetsställen inom KKN-företag, föreningar och organisationer, en ökning med 60 procent från föregående år. Fortfarande sysselsätter merparten endast dess ägare, men andelen har sjunkit med åtta procentenheter till 64 procent, och andelen med en till nio anställda har ökat till 32 procent, även andelen med tio anställda eller fler har ökat, från tre till fyra procent. Kulturarv/informationshantering har ökat mest procentuellt sett, från fyra till tio procent. Även Turism/rekreation/sport har ökat andelsmässigt, från 30 till 35 procent, medan Media/digital utgör 27 procent och Konst/design 28 procent.



Den förändrade mätmetoden för kategoriseringen av företagens verksamhetsinriktningar, har synliggjort ett flertal företag och organisationer som tidigare inte syntes inom KKN. Särskilt har andelen ökat inom området Kulturav/informationshantering, med 300 procent. Därefter kommer Turism/rekreation/sport som ökade med 85 procent, Konst/design som ökade med 40 procent, Media/digital verkar vara den kategori som fungerade bäst innan det nya systemet då sektorn "endast" ökat med 25 procent.

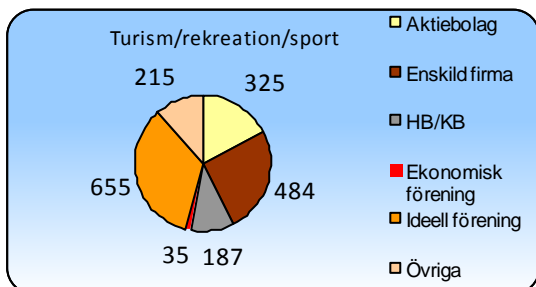


I Dalarna omsätter KKN-företagen 8,5 miljarder kronor år 2006, och det är en betydande skillnad mellan både sektorernas andelar och omsättningen per arbetsställe. Observera att omsättningen för föreningar inte ingår i detta material, då föreningar inte lämnar ekonomisk redovisning till staten. Turism/rekreation/sport omsätter mest, 44 procent (3,8 mdkr) av den totala summan, och 3,6 mnkr per arbetsställe. Media/digital omsätter 37 procent (3,1 mdkr), vilket motsvarar 2,7 mnkr per arbetsställe. Konst/design omsätter 16 procent (1,4 mdkr) vilket motsvarar 1,3 mnkr per arbetsställe, och Kulturav/informationshantering står för tre procent (225 mnkr) av den totala omsättningen, vilket motsvarar 1,7 mnkr per arbetsställe.



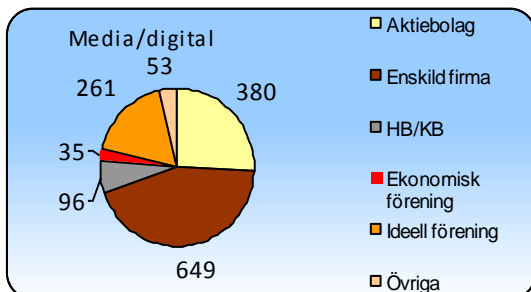
Detta diagram visar samma som ovan, men ger en mer överskådlig bild av fördelningen av omsättningen och sektorerna.

År 2007 finns cirka 36 200 arbetsställen i Dalarna. Av dessa ingår cirka 5 400 i KKN-sektorn. Här följer en genomgång av hur olika företagsformer är representerade inom de olika delsektorerna inom KKN.

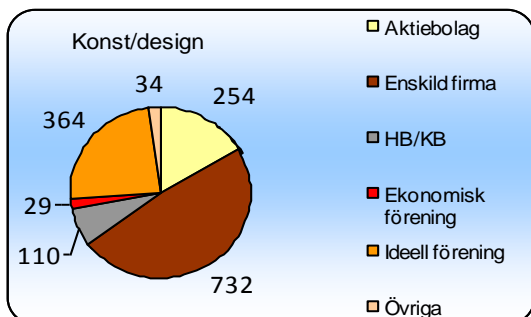


Not HB: Handelsbolag KB: Kommanditbolag

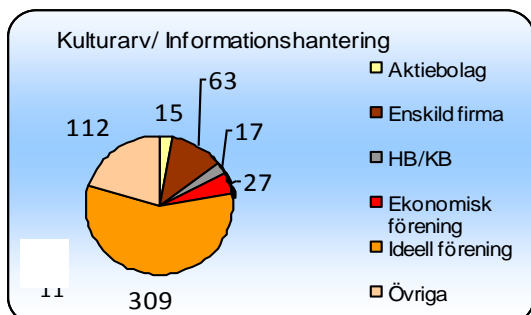
År 2007 fanns det totalt cirka 1 900 företag inom sektorn Turism /rekreation/ sport i Dalarna. Största andelen, 34 procent, hittas inom föreningssektorn, och minsta andelen, två procent utgörs av ekonomiska föreningar. Cirka 17 procent var aktiebolag, cirka 25 procent var enskilda firmor och 10 procent handels- och kommanditbolag. Övriga företagsformer utgjorde 11 procent.



Inom sektorn Media/digital fanns totalt 1 474 företag. Av dessa var merparten enskilda firmor, 44 procent. 26 procent var aktiebolag och 18 procent ideella föreningar. Handels- och kommanditbolag utgjorde sju procent, övriga former fyra procent, och även här var två procent ekonomiska föreningar.



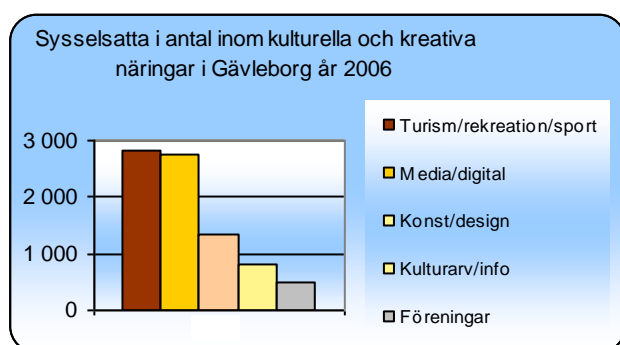
Inom sektorn Konst/design fanns totalt 1 523 företag. Denna sektor har den största andelen enskilda företagare, 48 procent, därefter kommer ideella föreningar, 24 procent och 17 procent aktiebolag. Handels- och kommanditbolag utgör sju procent, övriga två procent och även här ekonomiska föreningar två procent.



Inom sektorn Kulturarv/informationshantering fanns år 2007 totalt 543 företag. Majoriteten av dessa, 57 procent, utgjordes av ideella föreningar. Här återfinns den största andelen övriga företagsformer. Medan de enskilda firmorna endast utgjorde 12 procent, aktiebolag och handels- kommanditbolag utgjorde tre procent i var, samt de ekonomiska föreningarna som utgjorde fem procent inom sektorn.

Statistik Gävleborg

I Gävleborg är drygt åttatusen personer (8 225 personer) sysselsatta inom de kreativa näringarna, vilket utgör 6,5 procent av den sysselsatta befolkningen



Flest sysselsatta inom kulturella och kreativa näringar i Gävleborg återfinns inom Turism 34 procent, tätt följt av Media/digital med 33 procent och Konst/design med 30 procent. Kulturarv/informationshantering utgjorde tre procent.

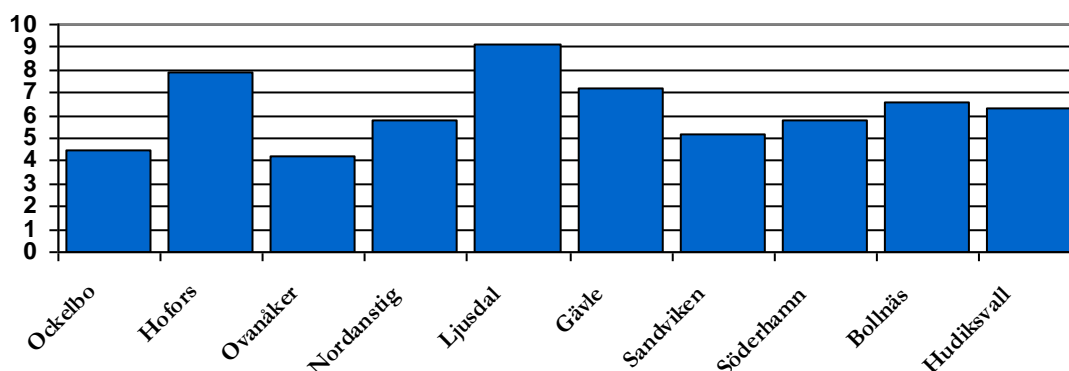
Turism/rekreation/sport är den största sektorn i sju av tio kommuner, endast Gävle, Hofors och Ljusdal har andra områden som är starkare. I Ovanåker, Nordanstig och Ockelbo är turismen som starkast i länet, med 70 procent, 63 procent respektive 62 procent av de sysselsatta inom de kreativa näringarna.

Media/digital utgör största delsektor i de kommuner där inte turismen är störst. Hofors utmärker sig med 60 procent därefter kommer Ljusdal med 47 procent och Gävle med 38 procent. Dessa kommuner ligger alla över genomsnittet för andelen sysselsatta inom kreativa näringar i Gävleborg. Media/digital kommer på andra plats efter turismen i fyra kommuner, Bollnäs med 31 procent, i Hudiksvall med 30 procent, Söderhamn med 26 procent och Ovanåker med 13 procent.

Ingen kommun har **Konst/design** som sitt främsta område men följande kommuner har många sysselsatta inom området; Ockelbo, 22 procent, Sandviken, 22 procent och Nordanstig, 20 procent.

Kulturarv/informationshantering utgör en liten del av länets sysselsatta inom kreativa näringar, de kommuner som utmärker sig genom att ha en hög andel inom sektorn är Sandviken med nästan 20 procent, Söderhamn med 15 procent, samt Bollnäs och Hudiksvall båda med 11 procent. I Sandviken kommer Kulturarv/informationshantering på tredje plats, medan alla andra kommuner i länet har sektorn på fjärde plats.

Procentuell andel sysselsatta inom kulturella & kreativa näringar per kommun i Gävleborg år 2006.



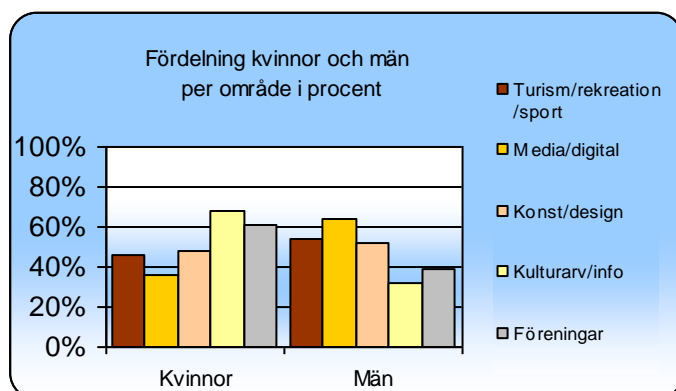
På kommunal nivå utmärker sig Ljusdal genom att ha en väsentligt högre andel sysselsatta (40 % högre) inom kreativa näringar, 9,1 procent jämfört med länsgenomsnittet på 6,5 procent. Även Hofors (7,9 %) och Gävle (7,2 %) ligger högt och gemensamt för dessa kommuner är att de är starka inom Media/digital. I de kommuner där turismen är som starkast är dock andelen sysselsatta i de kreativa näringarna som lägst, dessa är Ovanåker, 4,2 procent, Nordansig med 5,8 procent och Ockelbo med 4,5 procent. I Sandviken är 5,2 procent sysselsatta, i Söderhamn 5,8 procent, Bollnäs 6,6 procent samt Hudiksvall 6,3 procent sysselsatta inom de kulturella och kreativa näringarna.



”SPÄNNING” Målning i olja, av Emilia Lindberg, Gävle

Vilka är de sysselsatta?

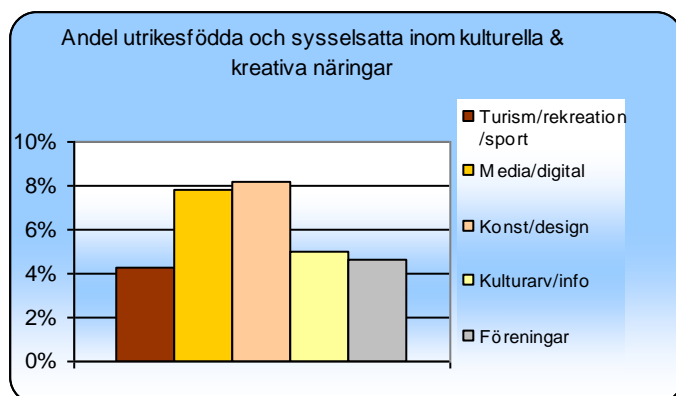
Av de 8 225 sysselsatta inom kulturella och kreativa näringar i Gävleborg år 2006 utgör kvinnor 46 procent (3 803 personer) och män 54 procent (4 422 personer), representationen ligger inom gränsen för vad som ofta kallas för statistisk jämställdhet, det vill säga minst 40 procent av underrepresenterat kön. Vi har däremot inga siffror på hur exempelvis maktpositioner fördelas mellan kvinnor och män. Vi har inte några nationella siffror att jämföra med över könsrepresentationen inom sektorn, eller möjlighet att jämföra med sysselsättningsstatistik som innefattar alla branscher i Gävleborg.



Den största könsskillnaden finns inom delsektorerna Kulturarv/informationshantering (68% kvinnor och 32% män) och Media/digital. (36% kvinnor och 64% män).

Inom Kulturarv/informationshantering sker en stor del av denna verksamhet inom ramen för offentlig förvaltning.

Media/digital bedrivs till stor del privat och är den sektor som har högst förvärvsinkomst för både kvinnor och män. Inom Turism och Konst/design är könsrepresentationen relativt jämn med några procentenheters övervikt för män inom båda områdena.

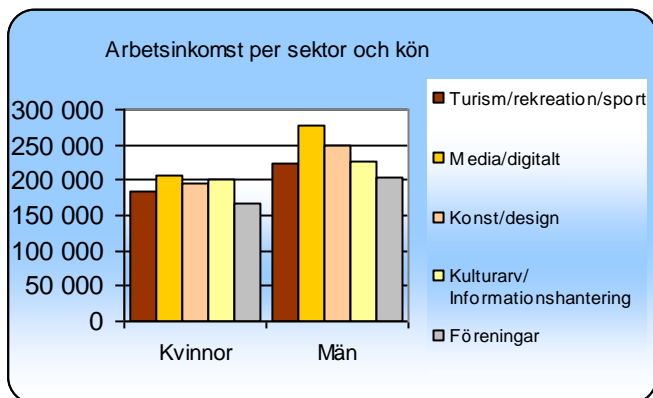


Diagrammet visar hur stor andel av de sysselsatta i respektive sektor som är utrikesfödda. Störst andel, drygt åtta procent, finns inom Konst/design-sektorn, Media/digital har näst högst andel med knappt åtta procent vilket skiljer sig från mönstret i Dalarna där Media/digital hade lägst andel (4%). Inom Turism/rekreation/sport är drygt fyra procent av de sysselsatta utrikesfödda, samt inom Kulturarv/info och föreningar är knappt fem procent av de sysselsatta utrikesfödda.

Inom sektorn är 6,2 procent av de sysselsatta utrikesfödda (510 personer). Dessvärre har vi inga uppgifter om antalet utrikesfödda för alla branscher. En jämförande siffra för andelen utrikesfödda sysselsatta inom alla branscher i Sverige är att dessa utgör drygt 10 procent av de sysselsatta, alltså är de sysselsatta i Gävleborg i lägre grad utrikesfödda än i landet i genomsnitt.

Arbetsinkomst på länsnivå

År 2006 utgjorde den sammanlagda förvärvsinkomsten inom kreativa näringarna i länet 1,8 miljarder kronor. Den genomsnittliga förvärvsinkomsten för de sysselsatta inom kreativa näringar var då 222 000 kr. Inkomsten är lägre än genomsnittet för samtliga sysselsatta. I Sverige låg genomsnittlig förvärvsinkomst år 2006 på 247 000 kr (SCB).



Sektorn med högst arbetsinkomst var **Media/digital** med en genomsnittlig inkomst för män på 277 000 kr år 2006 och för kvinnor på 206 000 kr. Män har genomgående högre arbetsinkomst än kvinnor i alla sektorer. Även för kvinnor är **Media/digital** den delsektor som ger högst arbetsinkomst, 208 000 kr. Männens sammanlagda inkomst var 1,1 miljarder kronor och kvinnornas sammanlagda inkomster var 735 miljoner kronor.

Gävlebocken.

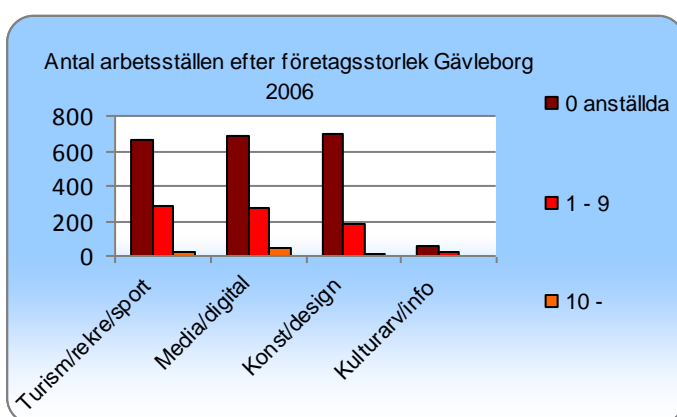
År 2010 fyller Gävlebocken 45 år. Intresset för Gävlebocken har växt sig allt starkare och idag har bocken både en egen blogg och twitter. Det går även att följa bockens uppbyggnad via webkamera. År 2008 besöktes webkamerorna 446 000 gånger från 140 olika länder. Nästan varje år har bocken utsatts för skadegörelse och brand. Det faktum att bocken brinner nästan varje år, har gjort den känd internationellt och satt Gävle på Kartan.



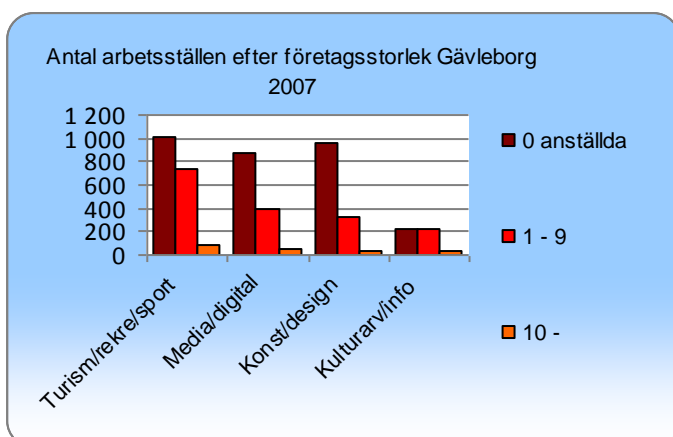
Arbetsställen, omsättning och företagsformer

Mellan år 2006 och 2007 utvecklade SCB definitionerna för kategorisering av företagens verksamheter till systemet SNI 2007, svensk näringsgrensindelning. I det nya systemet har kategoriseringen av framförallt tjänsteföretag blivit mer detaljerad, medan industrisektorn kan anses redan vara väl utvecklad. Många företag inom kulturella och kreativa näringar är tjänsteföretag, och siffror från SCB:s företagsregister som vi använder här visar att antalet arbetsställen inom KKN i Gävleborg har ökat med 70 procent genom den nya kategoriseringen. Många företag som tillhör de kulturella och kreativa näringarna har således synliggjorts i jämförelse med det föregående kategoriseringssystemet.

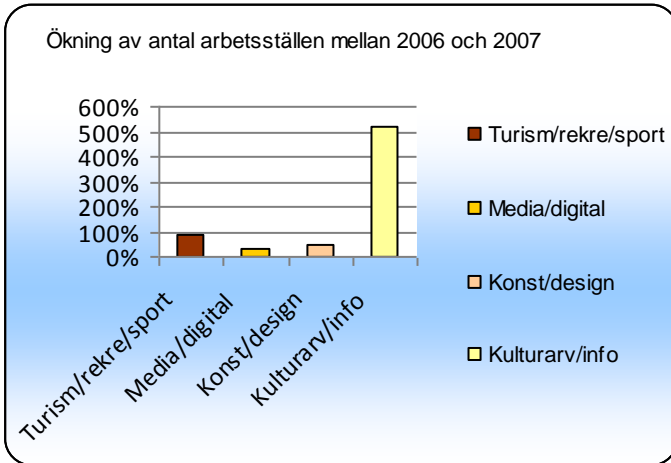
Med arbetsställe menas varje adress som ett företag bedriver verksamhet på och således finns det minst lika många arbetsställen som det finns registrerade företag.



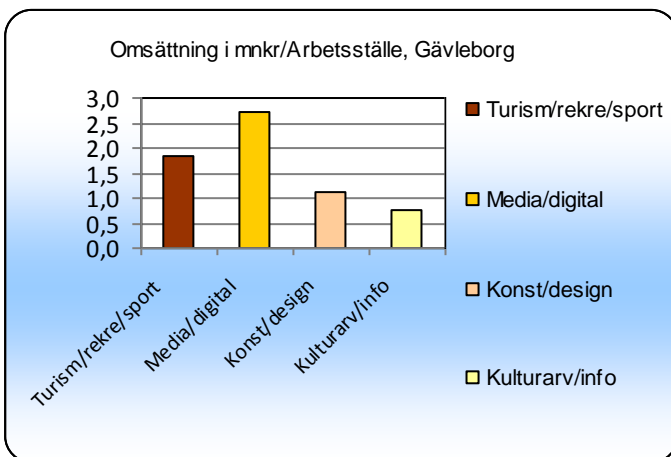
År 2006 finns det 2 900 arbetsställen inom KKN-företag, föreningar och organisationer. Som ses i diagrammet till vänster har merparten av företag och organisationer inga anställda, 72 procent av arbetsställen sysselsätter enbart dess ägare. Precis som i Dalarna är det särskilt framträdande inom Konst/design-sektorn. 26 procent av arbetsställena har mellan en och nio anställda, och två procent har tio anställda eller fler. Observera att dessa siffror i princip är desamma som för Dalarna. Ungefär lika många arbetsställen finns inom Media/digital (34 %), som Turism/rekreation/sport (33 %) respektive Konst/design (30 %). Cirka 1 000 i varje delsektor och dessa motsvarar 97 procent av samtliga företag och föreningar inom KKN-sektorn. Arbetsställen inom Kulturav/information utgör cirka tre procent av sektorn, och även denna fördelning liknar fördelningen i Dalarna.



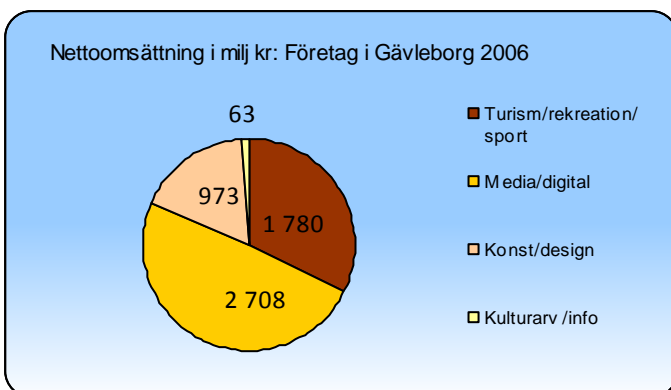
Enligt mätningen med den nya metoden år 2007 fanns det 5 000 arbetsställen inom KKN-företag, föreningar och organisationer, en ökning med 70 procent från föregående år. Fortfarande sysselsätter merparten endast dess ägare, men andelen har sjunkit med tio procentenheter till 62 procent, och andelen med en till nio anställda har ökat till 34 procent, även andelen med tio anställda eller fler har ökat, från två till fyra procent. Kulturav/informationshantering har ökat mest procentuellt sett, från tre till tio procent. Även Turism/rekreation/sport har ökat andelsmässigt, från 33 till 37 procent, medan Media/digital minskat till 27 procent och Konst/design minskat till 26 procent.



Den förändrade mätmetoden för kategoriseringen av företagets verksamhetsinriktningar har synliggjort ett flertal företag och organisationer som tidigare inte syntes inom KKN. Särskilt har andelen ökat inom området Kulturav/informationshantering i Gävleborg med 520 procent, det är mer än Dalarnas ökning. Därefter kommer Turism/rekreation/sport som ökade med 90 procent, vilket är samma nivå som i Dalarna, och Konst/design som ökade med 50 procent. Media/digital verkar vara den kategori som fungerade bäst också i Gävleborg innan det nya systemet då sektorn ökat minst, med 33 procent.

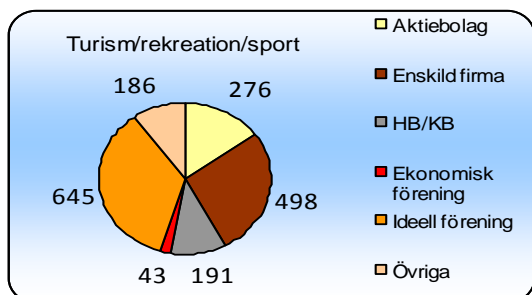


I Gävleborg omsätter KKN-företagen 5,5 miljarder kronor år 2006, och det är en betydande skillnad mellan både sektorernas andelar och omsättningen per arbetsställe. Observera att omsättningen för föreningar inte ingår i detta material, då föreningar inte lämnar ekonomisk redovisning till staten. Media/digital omsätter mest 49 procent (2,7 mdkr), och 2,7 mnkr per arbetsställe, som ses i diagrammet. Turism/rekreation/sport omsätter 32 procent (1,8 mdkr) av den totala summan, vilket motsvarar 1,8 mnkr per arbetsställe. Konst/design omsätter 18 procent (970 mnkr) vilket motsvarar 1,1 mnkr per arbetsställe, och Kulturav/informationshantering står för en procent (60 mnkr) av den totala omsättningen, vilket motsvarar 0,8 mnkr per arbetsställe.

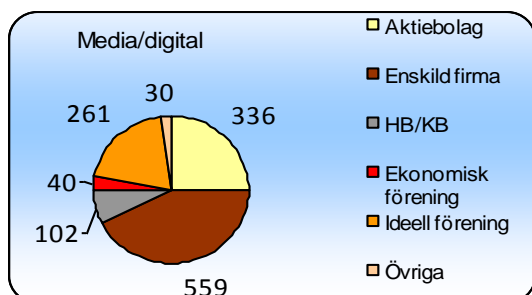


Detta diagram visar samma som ovan, men ger en mer överskådlig bild av fördelningen av omsättningen och sektorerna.

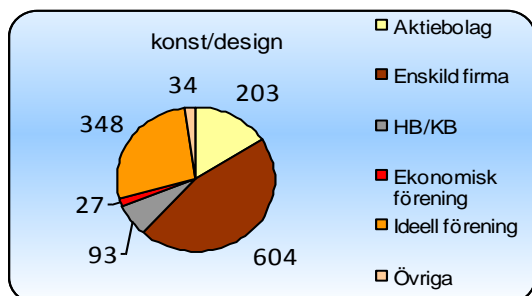
År 2007 finns cirka 25 500 arbetsställen i Gävleborg. Av dessa ingår cirka 5 000 i KKN-sektorn. Här följer en genomgång av hur olika företagsformer är representerade inom de olika delsektorerna inom KKN.



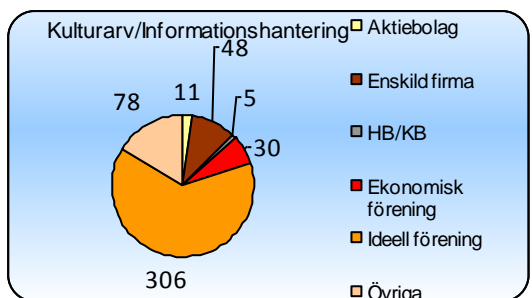
Totalt är 1 839 företag och organisationer registrerade inom Turism/rekreation/sport. Ideella föreningar utgör den största andelen av de registrerade associationsformerna med 35 procent, därefter kommer enskilda firmor på 27 procent. Aktiebolagen uppgår till 15 procent av företagen, Handelsbolag/Kommanditbolag utgör tio procent precis som övriga, medan ekonomiska föreningar utgör två procent av företagen.



Inom Media/digital är 1 328 företag och organisationer registrerade. Enskilda firmor utgör den största andelen av dessa med 42 procent, därefter kommer Aktiebolag på 25 procent. Ideella föreningar utgör 20 procent och Handelsbolag/Kommanditbolag utgör åtta procent. Ekonomiska föreningar utgör tre procent och övriga företagsformer utgör två procent.



Inom Konst/design finns 1 309 företag och organisationer. Här utgör också enskilda firmor merparten om 46 procent, och därefter kommer ideella föreningar med 27 procent. Aktiebolagen uppgår till 16 procent av företagen, Handelsbolag/Kommanditbolag utgör sju procent, övriga former tre procent och ekonomiska föreningar två procent av företagen.



Inom området Kulturarv/information är 478 företag och organisationer registrerade och de ideella föreningarna utgör en övervägande majoritet av dessa med 64 procent. Efter de ideella föreningarna kommer övriga organisationsformer med 16 procent. De enskilda firmorna utgör endast tio procent men ekonomiska föreningar har sin största andel inom Kulturarv/information med sex procent. Aktiebolagen uppgår endast till två procent och Handelsbolag/Kommanditbolag utgör endast en procent.

Text: Ulf Nordström

Att variera perspektivet

Vad säger statistiken om verkligheten? Återspeglar tabellerna och diagrammen den bild av de kreativa och kulturella näringarna som man får om man betraktar dem i närbild? Cerut, Centrum för forskning om regional utveckling inom Karlstads universitet, genomförde 2009 en kartläggning av kulturell verksamhet och samarbetsmönster inom Arvika kommun. Undersökningen ger en intressant bild av relationen mellan officiell statistik och den kulturella sektorn på lokal nivå.

Arvika i västra Värmland är kanske mest känt för den årliga Arvikafestivalen. Kommunen har drygt 26 000 invånare, varav 14 000 bor i tätorten. Av Värmlands sexton kommuner är Arvika den näst största efter Karlstad. Kommunen har länge haft en dominerande verkstadsindustri, men är också en kulturkommun. Runt förra sekelskiftet lockade trakterna kring Arvika till sig konstnärer, konsthantverkare och musiker, som Rackstadkolonin med bland annat skulptören Christian Eriksson och bildkonstnärerna Gustaf och Maja Fjaestad. I Arvika finns också en levande musiktradition, inte minst knuten till Musikhögskolan Ingesund, som numera är en del av Karlstads universitet. Hur många kulturföretag finns det i Arvika? Naturligtvis beror svaret på vilka definitioner och urvalsmetoder man väljer. Cerut beställde en lista med företag inom kultur, nöje och fritid (SNI-koder 90-93). Resultatet blev 157 företag med dominans inom konst och hantverk. De enskilda firmorna dominerade tillsammans med ideella föreningar.

Cerut gjorde också en specialstudie av nystartade företag inom kultursektorn under åren 2008-2009. Det visade sig vara ett 30-tal. Mer än två tredjedelar var enskilda firmor, vilket exakt motsvarar genomsnittet för samtliga branscher nationellt (Tillväxtverket Fakta och Statistik, 2009).



Depeche Mode, Arvikafestivalen 2009. Foto: Christer Hedberg, www.christerhedberg.se

Men statistiken säger inte nödvändigtvis hela sanningen. Därför gjorde Cerut en kompletterande studie. Man hämtade bland annat inspiration i den kartläggning som genomförts i Sandvikens kommun. Där utgick man från sex områden i KK-stiftelsens definition av upplevelseindustrin. Genom intervjuer nystade man upp nätverken i kommunen och spårade upp företagare inom de sex delområden man valt ut. Cerut hade inte resurser att göra personintervjuer på samma sätt som i Sandviken. I stället gjorde man en enkät. Utifrån broschyrer, företagslistor, sökning på Eniro med mera fick man ihop en lista på 225 respondenter. I enkäten ombads dessa bland annat lista sina samarbetspartners i kommunen. Utifrån svaren skickades nya enkäter ut.

Svarsfrekvensen blev 38 procent, så det är riskabelt att dra alltför långtgående slutsatser av svaren. Många av de svarande pekade i alla fall på fördelar med att bedriva företag inom den kulturella sektorn just i Arvika kommun. Den positiva andan, det gynnsamma föreningsengagemanget och traditionen inom konsthantverk och musik ansågs ha stor betydelse. Om det hade funnits tid och resurser hade Cerut säkerligen hittat ännu fler företag i Arvika. Nu satte man stopp efter 265.

Ceruts resultat ger stöd för att den så kallade kulturnäringsstrident som Tillväxtanalys tagit fram ger en ganska rättvis bild av den kulturella och kreativa sektorns utseende, även på lokal nivå. Enligt den beräkningsmodell Tillväxtanalys tagit fram hade Arvika totalt 315 sysselsatta år 2007 – att jämföra med de 265 företag som Cerut kartlagt i sin undersökning 2009. Materialet är dock inte helt jämförbart. Ceruts urval är bredare: det inkluderar ideella föreningar och företag inom turism och fritid. Inom KKN -projektet har vi tagit fram siffror för kulturtridenten i Värmlandskommunerna. Vi har dock inte gått ner på detaljnivå, utan framförallt valt att se dem som en fingervisning om vilken omfattning de kulturella och kreativa näringarna utgör i regionen.

Tabellen på följande sida visar hur stor andel av det totala antalet sysselsatta i respektive kommun som återfinns inom KKN - sektorn. Att den största kommunen, Karlstad, återfinns i toppen av tabellen är kanske inte så förvånande. Observera att den renodlade besöksnäringen inte ingår i siffrorna.

Kommun	Procentandel	Invånare 2009-12-31
Karlstad	4,7	84 736
Sunne	3,6	13 345
Torsby	3,2	12 508
Hagfors	3,1	12 636
Arvika	2,7	26 100
Kristinehamn	2,3	23 963
Ärjäng	2,3	9 915
Filipstad	2,2	10 626
Forshaga	2,2	11 401
Säffle	2,2	15 602
Hammarö	2,0	14 833
Kil	2,0	11 717
Munkfors	2,0	3 793
Grums	1,6	9 142
Eda	1,5	8 577
Storfors	1,5	4 363
Värmland totalt:	3,1	273 257
Sverige totalt:	5,0	

Fig 1:5

På kommunnivå kan det vara intressant att jämföra ovanstående tabell med resultaten från studien "Sweden in the creative age", publicerad av Handelshögskolan i Göteborg 2007. Där utgick man från den omtalade amerikanske professorn Richard Floridas metod för att mäta omfattningen av den "kreativa klassen". Florida arbetar med 3T-modellen: Talent, Technology & Tolerance. Han menar sig kunna påvisa ett tydligt samband mellan detta "creativity index" och ekonomisk utveckling och tillväxt. Nedanstående tabell är hämtad från undersökningen, som omfattade samtliga 290 svenska kommuner. Siffran inom parentes anger vilken placering kommunen hade totalt sett. Som synes var det bara tre värmländska kommuner som hamnade på övre halvan. I Sverigetopp låg för övrigt Solna, Danderyd, Stockholm, Lund och Sundbyberg.

Kommun	Creative Class %
Karlstad (19)	38
Hammarö (84)	27
Torsby (125)	26
Säffle (167)	24
Kristinehamn (173)	24
Arvika (178)	24
Kil (203)	23
Forshaga (210)	22
Sunne (222)	22
Hagfors (225)	22
Storfors (244)	21
Grums (262)	20
Munkfors (269)	20
Filipstad (276)	20
Årjäng (278)	20
Eda (279)	20

Fig 1:6

Fakta:

Rapporten "Kulturella sektorn i Arvika" (Karlstad University Studies 2010:7) är skriven av Sara Sandström, Leena Hagsmo och Lars Aronsson. "Sweden in the creative age" är utgiven av Creativity Group Europe and School of Business, Economics and Law, Göteborg University 2007. Författare: Irene Tinagli, Richard Florida, Patrik Ström, Evelina Wahlqvist.



"Jam, battles and sweet" på Abundancefestivalen i Karlstad.
Foto: Bengt Gustafsson

Bilaga 1: Källförteckning

Department for culture, media and sports, United Kingdom, CIPS Creative Industry Production System, baserat på modell av Andy Pratt, Storbritannien

Europeiska kommissionen (2010) *Grönbok Att ta tillvara potentialen i den kulturella och den kreativa sektorn*. Bryssel den 27.4.2010 KOM(2010)183 slutlig
http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/GreenPaper_creative_industries_sv.pdf

Florida, Richard (2003) "Cities and the Creative Class" i *City & Community* 2:1 Mars 2003

Kommunfakta, www.kommunfakta.se

Näringsdepartementet, Kulturdepartementet (2009) Promemoria *Handlingsplan för kulturella och kreativa näringar* 2009-09-16 <http://www.sweden.gov.se/content/1/c6/13/17/48/978795b5.pdf>

Region Dalarna www.regiondalarna.se

Regionförbundet Östsam (2008) www.ostsam.se

Sandström Sara, Hagsmo Leena, Aronsson Lars (2010) "Kulturella sektorn i Arvika" 2010:7 Centrum för forskning om regional utveckling (CERUT) Karlstad: Karlstad University Studies

Statistiska Centralbyrån, www.scb.se

Tillväxtanalys (2009) "Kulturnärings i svensk statistik 2009:06", Dnr 2009:054, Version 3, reviderad 2010-06-01

Tinagli Irene, Florida Richard, Ström Patrik, Wahlqvist Evelina (2007) "Sweden in the creative age" Creativity Group Europe tillsammans med School of Business, Economics and Law, Göteborg Universitet.

Tillväxtverket (2009), www.tillvaxtverket.se

Bilaga 2: SNI och SSYK-koder för Kulturtridenten

Om statistiken till Kulturtridenten

Sysselsatta efter SSYK-kod

Med sysselsatta utifrån statistikkällan Lisa avses huvudsaklig sysselsättning för yrken klassificerade efter SSYK. Att siffrorna visar endast den huvudsakliga sysselsättningen kan göra att siffrorna blir missvisande, särskilt inom kulturbranschen, då det är vanligt att ha många sysselsättningar parallellt, både flera yrken inom kulturella branscher men även extra arbeten för brödfödan saknas således. Frågan är om detta påverkar resultatet?

Tabell XX SSYK-koder i Kulturtridentmaterial 2007

SSYK-kod	SSYK-namn
2141	Arkitekter och stadsplanerare
2413	Marknadsanalytiker och marknadsförare
2431	Arkivarier, museitjänstemän m.fl.
2432	Bibliotekarier m.fl.
2442	Antropologer, arkeologer och konservatorer*
2444	Språkvetare, översättare och tolkar
2451	Journalister, författare, informatörer m.fl.
2452	Skulptörer, målare m.fl.
2453	Kompositörer, musiker och sångare inom klassisk musik
2454	Koreografer och dansare
2455	Regissörer och skådespelare
2456	Formgivare
3118	Kartingenjörer m.fl.*
3131	Fotografer
3132	Ljud- och bildtekniker
3429	Övriga agenter m.fl. (teateragenter, impresarios men kan inkludera alla agenter som inte är specificerade dock ej agenter, speditörer eller arbetsförmedlare)
3471	Tecknare, illustratörer, dekoratörer m.fl.
3472	Presentatörer i radio, TV m.m.
3473	Musiker, sångare, dansare m.fl. inom underhållning
3474	Cirkus- och varietéartister m.fl.
3476	Inspicienter, rekvisitörer m.fl.
4140	Biblioteksassistenter m.fl.
5113	Guider och reseledare
5122	Kockar kallskänka som arbetar på restauranger (dvs ej industrikockar SCAN köttbullar som inte inräknas)
7221	Smeder
7312	Musikinstrumentmakare m.fl.
7313	Guld- och silversmeder

7321	Drejare m.fl.
7322	Glashyttearbetare m.fl.
7323	Glasgravörer
7324	Dekorationsmålare
7330	Konsthantverkare i trä, textil, läder m.m.
7341	Text- och bildoperatörer m.fl.
7342	Etsare och gravörer, tryckmedier
7343	Privatbokbindare
7344	Screen- och schablontryckare
7411	Slaktare styckare men även traditionell matberedning typ konservering genom inläggning
7412	Bagare konditor
7421	Möbelsnickare m.fl.
7422	Korgmakare och borstbindare
7431	Skräddare, modister och ateljésömmerskor
7432	Körsnärer
7433	Tillskärare
7434	Sömmare
7435	Tapetserare
7441	Garvare och skinnberedare
7442	Skomakare m.fl.

Totalt sett är även själva yrkesregistret problematiskt då SCB räknar med ett cirka 20 procentigt bortfall i själva registret. Vidare är många siffror gamla.

Att notera är att yrken inom industrin är väl definierade, medan tjänster och kanske särskilt kultur- och konstrelaterade yrken inte är väl definierade, exempelvis finns dataspel med som produktgrupp, men inte som yrke.

Sysselsatta efter SNI-kod

Branschindelning enligt SNI 2007 gäller sedan 1 januari 2008. Följande ingår i kulturnäringsar enligt förslag från Tillväxtanalys i rapporten *Kulturnäringsar i svensk statistik – Ett första försök att tillämpa en ny definition* 2009/054.

SNI 2007	SNI-namn
58 110	Bokutgivning
58 131	Dagstidningsutgivning
58 140	Utgivning av tidskrifter
58 190	Annan förlagsverksamhet
58 210	Utgivning av dataspel
59 110	Produktion av film, video och TV-program
59 120	Efterproduktion av film, video och TV-program
59 130	Film-, video- och TV-programdistribution
59 140	Filmvisning
59 200	Ljudinspelning och fonogramutgivning
60 100	Sändning av radioprogram
60 200	Planering av TV-program och sändningsverksamhet
63 910	Nyhetservice
71 110	Arkitektverksamhet
74 101	Industri- och produktdesignverksamhet

74 102	Grafisk designverksamhet
74 103	Inredningsarkitektverksamhet
74 201	Porträttfotoverksamhet
74 202	Reklamfotoverksamhet
74 203	Press- och övrig fotografverksamhet
74 300	Översättning och tolkning
85 521	Kommunala kulturskolans utbildning
85 522	Övrig musik-, dans- och kulturell utbildning
90 010	Artistisk verksamhet
90 020	Stödtjänster till artistisk verksamhet
90 030	Litterärt och konstnärligt skapande
90 040	Drift av teatrar, konserthus o.d.
91 011	Biblioteksverksamhet
91 012	Arkivverksamhet
91 020	Museiverksamhet
91 030	Vård av historiska minnesmärken och byggnader och liknande sevärdheter
91 040	Drift av botaniska trädgårdar, djurparker och naturreservat

Arbetsställe/arbetsplats

Med arbetsställe menas varje adress (lokal), fastighet eller grupp av närliggande lokaler och fastigheter där företag bedriver verksamhet. Således räknas enskilda firmor som ett arbetsställe, oavsett i vilken omfattning företaget har anställda eller i vilken grad företagaren själv är sysselsatt.

Olika statistikdatabaser, Kontrolluppgiftsregistret respektive Lisa

I Kontrolluppgiftsregistret finns sysselsatta och företagare oavsett sysselsättningsgrad, i jämförelse med Lisa där endast sysselsatta finns efter huvudsysselsättning.

Kulturtridenten

Tridentens fördel är att den delar upp de anställda efter sysselsatta i de definierade kulturnäringarna respektive sysselsatta i sektorer som inte räknas till kulturnäringar.

På andra ledden mäts sedan de sysselsatta utifrån vilken bransch de arbetar i, oavsett vilket yrke de tillskriver sig, och på så sätt ges en bild över hur många de kulturella näringarna sysselsätter sammantaget.

Bilaga 3: SNI koder för statistikmaterial

enligt Östsams modell

Turism/Rekreation/Sport

Tillv av sportartiklar 36400
Parthandel m sport-fritidsartiklar 51472
Butikshandel m sport o fritidsart 52485
Postorder m sport o fritidsart 52613
Taxitrafik 60220
Annan landtransport 60230

Sjöfart på inre vattenvägar 61 200

Arrangerande av resor 63301
Förs/förmedl av resor; hotellbokn 63302
Turistservice 63 303
Mäss/kongress/dagkonf. verks 74874
Studieförb o frivilligorg utb. 80424
Verks i religiösa samfund 91 310
Verks i andra intresseorg. 91330
Nöjesparksverks. 92330

Drift av skidsportanl. 92611
Drift av golfbanor 92612
Drift av motorbanor 92613
Drift av sporthallar/idr.pl/sportanl 92615
Idrottsutövning 92621
Tävling m hästar 92622
Övr sportverks 92623
Sportarr. 92624

Media/Digital

Tillv. Av tidnings/journalpapper 22121

Tryckning av dagstidningar 22210
Tryckning av tidskrifter 22221

Tillv. Av optiska instr/fotoutr 33 400
Butikshand. Ljud/bildanl./videoutr 52452
Butikshand tidn/tidskriftet 52472
Butikshand fotoutr. 52472

Uthyrning video/DVD 71401
Utg. Av programvara 72210
Annan konsultverks system/programvara 72220

Reklambyråverksamhet 74401
Porträttfotoverks. 74811
Reklamfotoverks. 74812
Press o övr. fotografverks. 74813

Grafisk formgivn/ service 74871
Verks i andra intresseorg. 91330

Filmvisning 92130
Radio/TV programverks. 92200
Nyhetservice 92400
Div. övr.rekreativverks 92729

Konst/Design

Bokutgivning 22110
Utgivning av ljudinspel. 22140
Annan förlagsverks. 22150
Tryckning av böcker/övr trycksak 22222, 2230
Annan verksamhet I samb m tryckning 22250, 2310, 2465, ,26132
Huggn./formn./bearb sten t prydnad 26709
Tillv. Av smycken/andra guld/silvervaror 36220
Tillv musikinstr. 36300
Agentur m specialsort 51180
Parthandel m Ljud/bildanl./videoutr 51432, 54132
Butikshand oinsp. Kasset/dvd/ video 52452
Butikshand m musikinstr/noter 52453
Butikshand. Böcker/kontorsförbr.varor 52471
Butikshand. Guldsmedsvaror/smycken 52484
Butikshandel Konst/galleri verks 52491
Butikshandelantikviteter/ beg. Böcker 53614, 52618

Forts. Konst/Design

Annan uthyrning av maski/ utrustn 71 340
Arkitekverks.74201
Kontorsservice/övers.verks 74850
Annan formgivning74872
Studieförb o frivilligorg utb. 80424
Kommunala kulturskolros utb 80426
Verks i andra intresseorg 91330
Konstnär/litterär/artistisk verks 92310
Drift av teatrar/konserthus o dyl. 92320
Annan nöjesverks 92340

Kulturav/Informationshantering

Fhskutb. 80423
Studieförb o frivilligorg utb. 80424
Verks i andra intresseorg. 91330
Folkbibl.verks.92511
Arkivverks. 92513
Museiverks. /kulturminnesvård 92520
Div övr rekr verks92729