

To mål – to midler

Økt kunnskap om virkemidlene for
kulturnæringene

Mars 2010

Oxford Research er et skandinavisk analyseselskap som dokumenterer og utvikler kunnskap i analyser, evalueringer og utredninger slik at politiske og strategiske aktører kan få et bedre grunnlag for sine beslutninger. Oxford Research ble etablert i 1995 i København og har selskap også i Norge (Kristiansand) og Sverige (Stockholm), samt kontor i Brussels. Se www.oxford.no for mer informasjon om selskapet.

Tittel:	To mål – to midler
Undertittel	Økt kunnskap om virkemidlene for kulturnæringene
Oppdragsgiver:	Nærings- og handelsdepartementet
Prosjektperiode:	Oktober 2009 - februar 2010
Prosjektleder:	Tor Borgar Hansen
Forfattere:	Tor Borgar Hansen, Donatella De Paoli, Bjørn Brastad og Harald Furre
Kort sammendrag:	Rapporten inneholder en vurdering av støtteordninger i Norsk kulturråd og Innovasjon Norge i forhold til kultur som næring. Relevante virkemidler er identifisert og det er gjort en vurdering av hvordan de to organisasjonene fungerer i forhold til kulturnæringenes utfordring, både generelt og i forhold til støtteordningene. Analysen er basert på litteratur, statistikk, workshops med kulturnæringene samt to spørreundersøkelser til målgruppen.

Forord

Kulturnæringene er både i den politiske og faglige debatten i økende grad blitt ansett som å være interessante vekstnæringer. Nærings- og handelsdepartementet har i denne sammenheng, i samarbeid med Kulturdepartementet samt Kommunal- og regionaldepartementet, identifisert behovet for å øke kunnskapen om statlige støttemidler til kulturnæringene.

Denne studien tar for seg støtteordningene som administreres av Innovasjon Norge og Norsk kulturråd. De to organisasjonene har ulikt formål, men gir begge økonomisk støtte til kunstnere. Innovasjon Norges hovedformål er å fremme lønnsom næringsutvikling, mens Kulturrådet skal fremme kunst- og kulturfaglig mangfold og kvalitet. De to organisasjonene er ikke de eneste statlige organisasjonene som gir støtte til kunst- og kultur.

Studien baserer seg på en lang rekke kilder. For det første ligger dokumenter og statistikk til grunn, i stor grad fra de to tilskuddsgivende organisasjonene. Det er videre, som en del av prosjektet, avholdt fem workshops for å diskutere de aktuelle spørsmålene med kunst- og kulturnæringene, både utøvere og interesseorganisasjoner, samt det offentlige virkemiddelapparatet. Workshops er avholdt i Tromsø, Trondheim, Oslo (2) og Kristiansand. Til sammen har 85 personer medvirket i disse workshopene.

Videre er det gjennomført en spørreundersøkelse til mottakere av tilskudd fra Kulturrådet. Innenfor kunst og kultur er det Kulturrådet som er den største tilskuddsyteren. Når det gjelder Innovasjon Norge, så er det hentet ut og analysert informasjon fra de kundeeffektundersøkelsene som Innovasjon Norge årlig gjennomfører. En begrenset andel av Innovasjon Norges tilsagn går til kulturnæringene.

Arbeidet med studien er gjennomført av et team bestående av medarbeidere i Oxford Research samt førsteamanuensis Donatella da Paoli ved Handelshøyskolen BI. En referansegruppe bestående av de tre departementene som står bak studien samt representanter for Innovasjon Norge og Norsk kulturråd har gitt verdifulle innspill i arbeidet.

I Nærings- og handelsdepartementet er det Einar Ruud som har vært primær kontaktperson.

Vi takker alle som har bidratt for god medvirkning i arbeidet.

Kristiansand, mars 2010



Harald Furre, adm.dir

Oxford Research AS

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	7
Kapittel 1. Innledning.....	15
1.1 Om hensikten med studien	15
1.2 Analysens innhold og oppbygning	15
1.3 Metodisk opplegg.....	17
1.4 Datainnsamling.....	18
1.5 Helhetlig analyse og vurdering.....	20
1.6 Kvalitetssikring og forankring.....	20
Kapittel 2. Kulturnæringene i Norge	22
2.1 Internasjonal og nasjonal forskning om kulturnæringene.....	22
2.2 Definisjon av kulturnæring, innovasjon, kulturentreprenøren og verdiskaping.....	23
Kapittel 3. Identifikasjon og beskrivelse av virkemidlene	29
3.1 Innovasjon Norges virkemidler	29
3.2 Norsk kulturråds virkemidler	33
Kapittel 4. Kulturentreprenører og deres hovedutfordringer	35
Kapittel 5. Vurdering av virkemidlenes resultater og effekter.....	38
5.1 Innovasjon Norges virkemidler på kunst- og kulturnæringsnivå.....	38
5.2 Norsk kulturråds virkemidler	50
5.3 Vurdering av effekten av Innovasjon Norges og Norsk kulturråds virkemidler	69
Kapittel 6. Sammenligning av virkemidlene og vurdering av om og hvordan de utfyller hverandre	77
6.1 Personer	77
6.2 Forretningsidéer	78
6.3 Etableringsprosessen relatert til Innovasjon Norges- og Norsk kulturråds virkemidler	78
6.4 Hva kreves for å lykkes med etableringsprosessen?	80
6.5 Hvordan samvirker Innovasjon Norge og Norsk kulturråds virkemidler i forhold til kulturnæringene?	81
6.6 Forklaringer til manglende samspill mellom Innovasjon Norge og Norsk kulturråd.....	82
6.7 Alternative strategier for å bedre samspill mellom Innovasjon Norge og Norsk kulturråd.....	83

Kapittel 7. Konklusjon og anbefalinger	85
Kapittel 8. Vedlegg.....	88
8.1 Litteraturliste.....	88
8.2 Spørreskjema til Norsk kulturråds støttemottagere	91
8.3 Liste over deltagere på workshopene.....	99
8.4 Spørreskjema brukt på workshops	102

Sammendrag

Under arbeidet med handlingsplan om kultur og næring påpekte flere representanter fra kulturnæringene at de nåværende offentlige virkemidlene under Innovasjon Norge og Norsk kulturråd ikke var tilpasset de utfordringene som kulturnæringene kan møte når de ønsker å skape næring av sin virksomhet. På bakgrunn av dette ønsker Nærings- og handelsdepartementet (NHD) å få økt kunnskap om hvordan eksisterende virkemidler under Innovasjon Norge virker overfor kulturnæringene og om de er tilpasset utfordringene og utviklingsmulighetene til kulturnæringene. En ønsker også en tilsvarende vurdering knyttet til hvordan ordningene under Norsk kulturråd kan bidra til å støtte kulturnæringene.

Denne studien er gjennomført for å øke kunnskapsgrunnlaget om hvordan de to offentlige virkemidlene fungerer i forhold til å stimulere kultur som næring. NHD har i arbeidet samarbeidet med Kulturdepartementet og Kommunal- og regionaldepartementet.

Med utgangspunkt i oppdragsgivers ønsker som presisert i konkurransegrunnlaget, har prosjektet fokusert på tre elementer:

- Gi en oppstilling av eksisterende virkemidler hos Innovasjon Norge og Norsk kulturråd som er rettet mot kulturnæringene
- Gi en vurdering av hvordan virkemidlene virker
- Gi en vurdering av hvordan virkemidlene kan utfylle hverandre

I utgangspunktet kan de ulike virkemidlene ha betydning både for aktørene innen kulturnæringene og kulturbasert næringsutvikling. Nærings- og handelsdepartementet har imidlertid avgrenset prosjektet til kun å omfatte kulturnæringene. Innen kulturnæringene finner vi det hensiktsmessig å skille mellom produktorientert og begivenhetsorientert kulturproduksjon. De ulike typene kulturproduksjon har ulik grad av kommersielt preg og potensial, noe virkemidlene må gjenspeile.

Kategorisering av kulturproduksjon	
Produktorientert kulturproduksjon	Begivenhetsorientert kulturproduksjon
Skaper et fysisk produkt	Skaper en opplevelse
Kan lagres	Her-og-nå opplevelse
Lave produksjonskostnader	Høye produksjonskostnader
Bredt nedslagsfelt	Smalt nedslagsfelt
Høyt inntjeningspotensial	Lavt inntjeningspotensial
Kilde: Handelshøyskolen BI og Oxford Research	

De fleste statlige virkemidlene for å fremme kulturnæringene finnes i Norsk kulturråd og delvis i Innovasjon Norge. Selv om begge disse organisasjonene kan støtte opp om kulturnæringene, er det svært ulike målsetninger som ligger til grunn for støtten.

Sammenholder en de to organisasjonene, ser en at det er klare forskjeller mellom dem knyttet til hvilke overordnede målsetninger de har. For Innovasjon Norge er målet knyttet til næringsutvikling, mens Kulturrådet først og fremst legger vekt på det kunstfaglige. I denne studien er det imidlertid slik at det er kultur som

næringsutvikling som er det overordnede fokuset. Dette innebærer at det er hvordan virkemidlene bidrar i forhold til entreprenørskap, innovasjon og bedriftsutvikling i kulturnæringene som er det sentrale.

I 2008 gav Innovasjon Norge om lån og tilskudd på vel 5 milliarder kroner. 1,25 % av pengene gikk til kulturnæringene, dvs. ca 63 millioner kroner. Målt i antall bevilgninger gikk 3,9 % til kulturnæringene. Etablererstipend og Bedriftsutviklingstilskudd stod til sammen for ca 45 % av bevilgningene til kulturnæringene, men etablerertilskudd som det største virkemiddelet i forhold til denne næringen.

Norsk kulturråd hadde i 2009 gjennom Norsk Kulturfond et budsjett på 386 millioner for støtte til kunst og kultur. Vi ser altså at Norsk kulturråd har en langt større ramme enn Innovasjon Norge til kunst- og kulturområdet.

Det er viktig å være klar over at det finnes flere offentlige støtteordninger på kunst- og kulturfeltet. I tillegg til kommunale og fylkeskommunale midler, er de viktigste:

- Fond for lyd og bilde
- Fond for utøvende kunstnere
- Statens kunstnerstipend
- Utenriksdepartementet
- Den kulturelle skolesekken

For å kunne diskutere virkemidlenes egnethet i forhold til kulturnæringene, er det nødvendig å danne seg et bilde av kulturnæringenes utfordringer. Dette var derfor et sentralt tema på de fem workshops som ble arrangert som en del av dette analysearbeidet.

Selv om kulturfolk generelt er veldig opptatt av hver enkelt kulturbransjes særtrekk og spesifikke utfordringer, var det slående med diskusjonene i workshopene at utfordringene er ganske like på tvers av bransjene når det gjelder å utvikle kultur som næring. Vi har derfor her valgt å peke på utfordringene som opplevdes som mest presserende av flest deltagere på tvers av bransjer. Utfordringen kan oppsummeres i følgende punkter:

Kompetanseutfordringen

Én av de største utfordringene for mange kunstnere og kulturentreprenører er mangel på kommersiell og administrativ kompetanse (økonomistyring, budsjettering, ledelse og markedsføring etc.).

Holdningsutfordringen

De færreste innen kulturlivet identifiserer seg som entreprenører, bedrifter eller kommersielle aktører, de er først og fremst kunstnere og kulturfolk; fagmennsker.

Fra-prosjekt-til-bedriftsutfordringen

Kulturfeltet er i stor grad prosjektbasert, det vil si at det er de kunstneriske prosjektene som er basis for produksjonen.

Finansieringsutfordringen

Generelt oppleves det som et problem å få finansiert gode forretningsidéer innen kulturfeltet.

Frilansutfordringen

De fleste som driver innenfor kulturnæringene er selvstendig næringsdrivende (enkeltpersonforetak), de er såkalte frilansere eller prosjektansatt og arbeider hjemmefra.

I analysen ses det nærmere på hva henholdsvis Innovasjon Norges og Norsk kulturråds støtteordninger har ført til av resultater og effekter blant tilsagnsmottakerne.

For å belyse dette, har vi for Innovasjon Norges del brukt data fra kundeeffektundersøkelsene for årgangene 2003 til 2005 (Etterundersøkelsene) som er samlet inn gjennom Oxford Researchs oppdrag for Innovasjon Norge. Dette datasettet inneholder informasjon om resultater og effekter av støtten som Innovasjon Norge har ytt.

Addisjonalitet er et sentralt begrep i vurdering av virkemidler. Det sier noe om tiltaket var avhengig av støtten for å bli realisert. Innen kulturnæringene er det i Innovasjon Norges portefølje en langt større andel prosjekter med høy addisjonalitet enn med lav addisjonalitet. Det er dog store forskjeller mellom de ulike kunst- og kulturområdene. Kunsthåndverk (smykker og bijouteri) utmerker seg med en høy andel av lav addisjonalitet (prosjektene/aktivitetene ville blitt gjennomført også uten støtte fra Innovasjon Norge), mens Arkitektur, Bøker, aviser og blader etc. og Utøvende kunst skårer høyt på høy addisjonalitet. Dette indikerer at det innenfor disse områdene gjennomføres prosjekter som i høy grad er avhengige av offentlig støtte.

Tilsagnsmottakerne har blitt spurt om prosjektenes bidrag til deres økonomiske resultater. Samlet sett påpeker 40 prosent at prosjektet i stor grad (skår 4 og 5) har bidratt til deres lønnsomhetsutvikling, 58 prosent til økt konkurranseevne og 50 prosent til overlevelse i stor grad.

Sammenlignet med resultatene for alle de som får tilsagn fra Innovasjon Norge, er prosjektenes bidrag til lønnsomhetsutvikling noe lavere.

Ser vi på i hvilken grad prosjektene har bidratt til den økonomiske bærekraften på tvers av bransjer er tendensen klar. Prosjektene har bidratt i sterkere grad for kommersielle kunst- og kulturnæringer som TV-radio, design og annonse, reklamevirksomhet enn de øvrige næringene. Forklaringene kan være flere. For det første er det slik at potensialet for lønnsomhet er større for disse bransjene, dernest er disse bransjene i større grad kommersielt orientert og for det tredje; de kommersielt orienterte kulturbransjene har i større grad den nødvendige kompetansen for å få ut økonomiske gevinster. Målet videre i utviklingen av virkemidlene for kulturnæringene må være å få de andre bransjene til å bli mer lønnsomhetsorientert og få prosjektene til å gi større økonomiske gevinster.

Dersom vi dreier fokuset mot de konkrete virkemidlene som Innovasjon Norge har brukt for å støtte kulturnæringene, er det slik at de aller fleste tilsagnene til Innovasjon Norge (og som er omfattet av Kundeeffektundersøkelsene) i perioden 2003-2005) fordeler seg på et fåtalls virkemidler. En analyse av de største virkemidlene målt i antall tilsagn viser at Etablererstipendet skiller seg positivt ut. Dette virkemiddelet skårer gjennomgående høyest på indikatorene om økonomisk bærekraft, det vil si lønnsomhetsutvikling, økt konkurranseevne og overlevelse. Virkemiddelet som kommer nest best ut på disse indikatorene er Kulturbasert Næringsutvikling, unntatt for indikatoren overlevelse. Her skårer Distriktsutviklingstilskudd høyere.

Norsk kulturråd har i likhet med Innovasjon Norge en omfattende portefølje av støtteordninger. Det var derfor nødvendig å foreta et utvalg av hvilke støtteordninger (fagområder og underkategorier) som skulle danne grunnlaget for den webbaserte spørreskjemaundersøkelsen som hadde til hensikt å avdekke resultater og effekter av tilskuddene hos mottakerne. Datamaterialet som ble tilgjengeliggjort baserer seg på et utvalg av underkategorier/delordninger under hvert av de store fagområdene til Norsk kulturråd. Utvalget ble dels foretatt på bakgrunn av praktiske hensyn som datatilgjengelighet, dels på bakgrunn av vurderinger foretatt av Norsk kulturråd med hensyn til støtteordningens egnethet for undersøkelsens formål. Følgende støtteordninger (fagområder) og delordninger/tiltak (underkategorier) administrert av Norsk kulturråd er valgt ut for perioden 2005-2009:

- Andre formål
- Billedkunst og kunsthåndverk
- Kulturbygg - Rom for kunst
- Litteratur
- Musikk
- Scenekunst

Analysene er basert på svar fra over 450 kunstnere og kulturfolk som har fått støtte fra Kulturrådet innen disse ordningene. For å utvide kunnskapen om deres virksomhet, er det innhentet informasjon om deres organisering av kulturvirksomheten, inntektsbilde osv. Dette gir et interessant bakgrunnsbilde for å forstå næringsvirksomheten innen kunst og kultur. Vi ser bl.a. at mangel på forutsigbar finansiering, mangel på ressurser til å drive salg og markedsføring og mangel på administrative ressurser oppleves som de tre viktigste hindringene mot å skape økte inntekter fra kunst- og kulturproduksjonen. Det meldes imidlertid ikke om mangel på støtteordninger, ei heller kompetanse vedrørende det å utarbeide søknader om støtte.

Midlene som bevilges av Norsk kulturråd brukes hovedsakelig til gjennomføring av enkeltstående og videreføring av eksisterende kunstprosjekter. I langt mindre grad angir støttemottagerne anvendelsesområder som etablering av ny virksomhet, kompetanseheving og nettverksutvikling. Dette kan tyde på at støtten fra Norsk kulturråd ikke bidrar til oppbygging av langsiktig kunst- og kulturproduksjon gjennom for eksempel bedrifter. Dette er et viktig funn som forteller oss at støtteordningene fra Norsk kulturråd i begrenset grad bidrar til næringsutvikling og langsiktig drift.

Generelt og på tvers av kulturfeltene finner en at støtteordningene bidrar i stor grad til formidling av kunst, økt samarbeid med andre, økt kompetanse og synliggjøring av kompetanse. Det er meget interessant å se at støtten fra Norsk kulturråd bidrar til å utløse annen offentlig eller privat støtte, hele 46 % svarer i stor grad her. Det sier noe om at støtten fra Norsk kulturråd sees på som en viktig premiss og kvalitetsstempel for å søke penger andre steder. Hele 44 % rapporterer at støtten i stor grad skaper økte inntekter.

Først på 6. plass og videre over mulige effekter av støtteordningene kommer forhold som er typisk kommersielle slik som å skape økte inntekter og sikre arbeidsplasser.

De langt fleste som mottar tilskudd fra Norsk kulturråd ville enten ikke ha gjennomført prosjektet i det hele tatt eller ha gjennomført produksjonen i et mindre omfang dersom de ikke hadde mottatt tilskudd. Dette betyr at vi kan si at Norsk kulturråds midler har en høy grad av addisjonalitet, det vil si at midlene i stor grad

evner å utløse produksjoner som ellers ikke ville ha blitt gjennomført. Sammenligner vi med resultater fra Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelser over tid, er det en betydelig forskjell i andelen prosjekter med lav addisjonalitet, det vil si prosjekter som ville blitt gjennomført etter planene uavhengig av offentlig støtte. Innovasjon Norge har flere i denne gruppen.

Det er imidlertid betydelige forskjeller mellom de ulike kunst- og kulturområdene og vi kan på bakgrunn av resultatene konkludere med at litteratur- og musikkområdet synes å være mindre avhengige av støtten fra Norsk kulturråd enn for eksempel scenekunsten og billedkunst og kunsthåndverk. Det har noe med at det finnes andre inntektskilder for litteratur og musikk og at scenekunsten og billedkunsten i mindre grad inngår i det kommersialiserte kulturliv.

Undersøkelsen avdekker videre at mottakerne i hovedsak er tilfreds med Kulturrådet når det gjelder de administrative sidene av organisasjonens virksomhet.

Det er slående for vår undersøkelse at de som søker og får støtte fra Norsk kulturråd i liten grad søker eller får støtte fra Innovasjon Norge. Når det gjelder søkere til støtteordninger innen Innovasjon Norge, avdekket workshopene at det i stor grad er kunstnere og kulturfolk innen de distriktspolitiske virkeområdene som søker og får støtte fra Innovasjon Norge og at de i liten grad får støtte fra Norsk kulturråd.

Analysen viser at det ikke er mulig å entydig identifisere fagområder (virkemidler) hos Norsk kulturråd som skiller seg ut i positiv eller negativ retning med hensyn til hvorvidt virkemiddelet bidrar til å skape næringsvirksomhet av kunst- og kulturproduksjonen.

Kulturfeltet og kulturentreprenørskap er delt, det vil si at det entes søkes eller mottas penger fra Norsk kulturråd eller Innovasjon Norge. Det forteller oss at det er to støtteinstitusjoner som er veldig forskjellige, med ulik posisjon, ulike begreper og nedslagsfelt og at disse to institusjonene ikke utfyller hverandre, derav rapportens tittel.

Vi ser klart at de ulike støtteordningene har ulik rolle – i tråd med organisasjonenes formål. Mens tiltak som støttes av Kulturrådet primært har kunstnerisk formidling og kvalitet som hovedresultat, har virkemidlene i Innovasjon Norge sikring av arbeidsplasser og lønnsomhet som resultat. Innovasjon Norges virkemidler bidrar også tydeligere til å tilrettelegge for lønnsom og bærekraftig næringsutvikling ved å bidra til nettverksdannelser, kompetanse osv.

Oxford Research og BI mener, på bakgrunn av den empiri som er innhentet i forbindelse med dette prosjektet, at det er store ulikheter mellom Innovasjon Norge og Norsk kulturråd. Kunstnerne hører i stor grad enten til hos den ene organisasjonen, eller den andre. Antallet mottakere av Kulturrådets støtteordninger som også får midler hos Innovasjon Norge er slående lav.

Dette trenger nødvendigvis ikke være et problem, og situasjonen gjenspeiler som nevnt de to organisasjonenes formål.

Dersom det imidlertid er et ønske om å skape mer næring ut av kunst og kultur, avdekker undersøkelsen at det er klare mangler i virkemiddelapparatet overfor kulturnæringene. Vi vil da trekke frem to forhold:

- Det eksisterer ikke noen ”tiltakskjede” mellom Kulturrådet som har betydelige midler til sektoren og som utvikler kunst- og kulturvirksomhet i bredden og Innovasjon Norge som skal ta hånd om de delene av kultursektoren som har et typisk kommersielt potensial.

- Det er en klar utfordring vedr kultur og kompetanse i de to virkemiddelaktørene. Workshopene påpeker særlig at Innovasjon Norges saksbehandlere har for liten forståelse for kulturnæringenes særegne sider. Samtidig formidles at Kulturrådet har for liten kjennskap til kulturnæringene utenfor de par største byene i landet.

I forhold til en tiltakskjede, så kan det trekkes en analogi til forskningsfeltet. Også her har det over tid vært stort fokus på å skape næring ut av den forskningen som skjer ved universiteter, høyskoler og institutter. Det er gjennom FORNY-programmet etablert en tiltakskjede de delene av forskningen som har et kommersielt potensial blir stimulert og støttet. En tilsvarende tenkning kunne man ha sett for seg på kulturområdet utviklet i et samarbeid mellom Kulturrådet og Innovasjon Norge. Det er i denne sammenheng naturlig å påpeke at det er i særdeleshet når det gjelder produktorienterte kulturuttrykk at det kommersielle potensialet finnes.

I vurderingen av virkemidlene ovenfor kulturnæringene blir det viktig å være tydelig på hvilke verdier og verdiskaping en ønsker at virkemidlene skal fremme. Vi har å gjøre med både kunstneriske og økonomiske verdier i evalueringen av støtteordningene til kulturnæringene. Mens målet for Norsk kulturråd er å støtte god kvalitetskunst er målet for Innovasjon Norge å skape arbeidsplasser og stimulere økonomisk vekst og verdiskaping. Det handler om kultur og økonomi, kunst og kapital for begge institusjoner, men på forskjellige måter. Mens Norsk kulturråd bidrar med økonomisk støtte til kunstnere og på den måten bruker økonomiske virkemidler for å stimulere kulturen, gir Innovasjon Norge økonomisk støtte til bedrifter som bruker kultur for å oppnå økonomiske formål.

- Innovasjon Norge: Kultur som virkemiddel for økonomi
- Norsk kulturråd: Økonomi som virkemiddel for kultur

Siden vi i liten grad har kulturnæringer i Norge som driver masseproduksjon og som eksporterer i stor skala, er det lite sannsynlig at vurderingen av virkemidlene fra Innovasjon Norge og Norsk kulturråd kan skje utelukkende ut fra lønnsomhetskriterier. For det første er den økonomiske avkastningen beskjeden i kulturnæringene i Norge, noe manglende privat finansiering kan være et uttrykk for. Dernest har Norge hatt en lang tradisjon med offentlig finansiering av kunst og kultur der kulturpolitiske retningslinjer og verdier har vært avgjørende. Holdningene i kunst- og kulturfeltet er i liten grad økonomiske og kommersielle, selv der potensialet for økonomisk fortjeneste er stort.

Med Innovasjon Norges forståelse av innovasjon som markedsdrevet og lønnsomhetsdrevet og Norges Kulturråds forståelse av nyskaping som kunstnerdrevet og ikke lønnsomhetsdrevet, sier det seg selv at virkemidlene er tilpasset to ytterligheter og at kulturnæringene, som bør ha fokus både på kunstnerisk nyskapende og økonomisk lønnsomhet, faller mellom to stoler. Det interessante er at disse verdiene - kunstnerisk kvalitet og nyskaping - og – økonomisk lønnsomhet og innovasjon – ikke nødvendigvis er i motsetning til hverandre. Det er en økende erkjennelse av at skillet mellom populærkultur (masseprodusert) og finkultur ikke lenger er like hensiktsmessig og at kunstnerisk kvalitet ikke nødvendigvis defineres av om det er en liten elite eller massene som etterspør kulturen. Med mer avanserte kulturkonsumenter som etterspør kunstnerisk kvalitet kan en finne bedrifter i populærkulturen (film, musikk, spill) som er like orientert mot det kunstnerisk nyskapende og kvalitetsmessige som i det frie og autonome feltet.

Vi er i en tidlig fase av utviklingen av kulturnæringene. I utviklingen av nye næringer er hensynet til kunstnerne og kulturentreprenørene viktig slik at gode talenter ikke

går tapt og kan styrkes og utvikles til å drive kommersielt, dersom de ønsker det. De økonomiske støtteordningene til Innovasjon Norge og Norsk kulturråd bør utvikles videre ut fra hvor vidt de stimulerer og støtter individuelle kunstnere, frilansere og små bedrifter til å overleve økonomisk og ha en lønnsom vekst. Dersom kulturentreprenører i en tidlig fase bukker under og velger alternative karrierer som gir sikrere inntekter, kan det være vanskelig å hente dem inn igjen. Det er de gode talentene, de skapende kreftene og risikotagning som må bevares og pleies slik at underskogen av kunstnere, frilansere og små kulturbedrifter får den riktige grobunnen til å utvikle seg.

En utfordring videre i Norge er å avklare det økonomiske potensialet til hver enkelt kulturbransje ut fra mulighet for masseproduksjon/distribusjon og økonomisk inntjening. Virkemidlene bør tilpasses hvilken fase kulturnæringen befinner seg i med hensyn til kunstnerisk produkt som egner seg for storskalaproduksjon, utfordringer med ulovlig nedlastning på nettet, bedriftsøkonomisk kompetanse og innsikt, nettverk og organisering av bransjen, grad av institusjonalisering med mer.

Undersøkelsen avdekker også at det er et paradoks at Innovasjon Norge synes å nå bedre fram med støtte til kulturnæring i distriktene mens kulturnæringene befinner seg i byene, hovedsakelig Oslo. Både nasjonal og internasjonal forskning om kulturnæringenes vekst og utvikling avdekker at tre fjerdedeler av kunstnerisk aktivitet, kulturnæringsvirksomhet og vekst skjer i de største byene.

Samtidig oppleves Norsk kulturråd som sentralistisk ved at kunstnere og kulturfolk i distriktene i mindre grad når fram og får støtte enn de som bor i byene. Det kan skyldes mange faktorer, men interessant å merke seg.

Fordi Innovasjon Norge i så liten grad er kjent og tiltrekker seg søkere fra kunst- og kulturfeltet er det grunn til å se nærmere hvordan deres støtteordninger presenteres og gjøres kjent i kulturfeltet. Det er også viktig å se nærmere på kompetansen hos Innovasjon Norges saksbehandlere om kulturnæringene da flere kulturentreprenører uttrykker at de ikke blir møtt med positive holdninger og forståelse for hvordan deres virksomhet fungerer.

I denne sammenhengen er det viktig å framheve betydningen av prosjektene i kulturnæringene; nyskaping skjer i prosjektene og det er også prosjekt som blir finansiert av Norsk kulturråd. Det er både en styrke og en svakhet, en styrke fordi prosjektformen er kreativt nyskapende og fleksibel, men en svakhet når det gjelder å få til hente ut økonomiske gevinster fordi når prosjektene avsluttes så videreføres verken erfaring eller videre langsiktig drift.

Kapittel 1. Innledning

1.1 Om hensikten med studien

Under arbeidet med handlingsplan om kultur og næring påpekte flere representanter fra kulturnæringene at de nåværende offentlige virkemidlene under Innovasjon Norge og Norsk kulturråd ikke var tilpasset de utfordringene som kulturnæringene kan møte når de ønsker å skape næring av sin virksomhet. Flere trakk frem utfordringer med finansiering av forretningsidéer i en etableringsfase. Det ble også påpekt at kulturnæringene ikke prioriteres av banker og andre private finansieringsinstitusjoner. Denne typen næringer mangler i stor grad realaktiva, noe som gjør at pantesikkerhet blir problematisk.

Noen av disse utfordringene er også påpekt i en rapport utarbeidet for Nordic Innovation Centre¹. I dette arbeidet er det i tillegg gjort en strategisk analyse av de kreative næringene. I denne understrekes det at det er mye midler tilgjengelig til kulturmål, men at pengebruken er for lite rettet mot næringsutvikling. Det påpekes også at det er en for løs kobling mellom kulturnæringene og politikkutformingen på området. Rapporten trekker også frem at det hersker for liten entreprenørskapsånd og at det er en for lav grad av kommersialisering i de kreative næringene i Norge i forhold til i andre nordiske land.

På bakgrunn av dette ønsker Nærings- og handelsdepartementet (NHD) å få økt kunnskap om hvordan eksisterende virkemidler under Innovasjon Norge virker overfor kulturnæringene og om de er tilpasset utfordringene og utviklingsmulighetene til kulturnæringene. En ønsker også en tilsvarende vurdering knyttet til hvordan ordningene under Norsk kulturråd kan bidra til å støtte kulturnæringene.

1.2 Analysens innhold og oppbygning

I konkurransegrunnlaget for oppdraget understrekes det at det per i dag er lite empirisk grunnlag for å trekke noen konklusjon om hvordan eksisterende virkemidler under Innovasjon Norge og Norsk kulturråd møter kulturnæringenes behov og utviklingsmuligheter. Det er derfor ønskelig å få økt kunnskap om hvordan eksisterende virkemidler under Innovasjon Norge virker overfor kulturnæringene og om de er tilpasset utfordringene og utviklingsmulighetene til kulturnæringene. En ønsker også en tilsvarende vurdering knyttet til hvordan ordningene under Norsk kulturråd kan bidra til å støtte kulturnæringene.

Med utgangspunkt i oppdragsgivers ønsker som presisert i konkurransegrunnlaget, har prosjektet fokusert på tre elementer:

- Gi en oppstilling av eksisterende virkemidler hos Innovasjon Norge og Norsk kulturråd som er rettet mot kulturnæringene
- Gi en vurdering av hvordan virkemidlene virker

¹ A creative economy green paper for the Nordic region. Tom Fleming Creative Consultancy, UK.

- Gi en vurdering av hvordan virkemidlene kan utfylle hverandre

I utgangspunktet kan de ulike virkemidlene ha betydning både for aktørene i innen kulturnæringene og kulturbasert næringsutvikling. Nærings- og handelsdepartementet har imidlertid avgrenset prosjektet til kun å omfate kulturnæringene. Ved prosjektgjennomføringen er definisjonen og operasjonaliseringen av disse næringene som har blitt benyttet i handlingsplan om kultur og næring samt Østlandsforsknings kartlegging av kulturnæringene i Norge (Haraldsen, m.fl. 2004) lagt til grunn.

Under gis det en nærmere utdyping av de tre problemstillingene.

1.2.1 Opplisting av eksisterende virkemidler

Vi gir en oversikt over de ulike virkemidlene hos Innovasjon Norge og Norsk kulturråd.

1.2.2 Vurdering av hvordan virkemidlene virker

Hvordan virkemidlene virker handler primært om to ting: I hvilken grad virkemidlene møter kulturnæringenes behov og hvilke resultater og effekter virkemidlene bidrar til. For å kunne besvare disse spørsmålene på en god måte, har vi benyttet et sett av mer detaljerte spørsmål i spørreundersøkelser og workshops:

- Hvilke utviklingsmuligheter har kulturnæringene? Hvilke behov har de for å kunne utvikle seg videre?
- I hvilken grad er de eksisterende virkemidlene tilpasset de behovene som kulturnæringene har? Hva er bra med de eksisterende virkemidlene og hvordan kan de videreutvikles? Hva er ikke bra? Hvordan bidrar virkemidlene til å komplettere aktørenes ressurser?
- Hvor stor betydning har virkemidlene for realiseringen av prosjektene, det vil si hvordan er addisjonaliteten? I hvilken grad bidrar virkemidlene til å utløse annen finansiering?
- Hvilke resultater og effekter fører prosjektene til? I hvilken grad bidrar de til utvikling av nettverk, kompetanseheving på sentrale områder, innovasjon, bedriftsetablering, overlevelse, styrking av konkurranseevne og lønnsomhetsutvikling?
- Hvilke kulturelle opplevelser bidrar virkemidlene til?

Vi har lagt stor vekt på å trekke inn ulike aktører fra kulturnæringene for å svare på disse problemstillingene. Dette gjelder både enkeltmottakere av finansiering fra de ulike virkemidlene men også interesseorganisasjoner og aktører fra virkemiddelapparatet og lokalmyndigheter på kunst- og kulturområdet. I tillegg har det blitt gjennomført en spørreskjemabasert undersøkelse og en analyse av allerede innsamlede data fra støttmottagere. Det metodiske opplegget er nærmere beskrevet i metodekapitlet (1.3).

1.2.3 Vurdering av hvordan virkemidlene kan utfylle hverandre

Både Innovasjon Norge og Norsk kulturråd bevilger midler til kulturnæringene gjennom et bredt spekter av virkemidler. Med tanke på å oppnå best mulig resultater

og få et virkemiddelapparat som er godt tilpasset utfordringene til aktørene innen kulturnæringene, er det viktig å ha et helhetlig virkemiddelapparat. Følgende problemstillinger har vært lagt til grunn i studien:

- I hvilken grad oppleves de offentlige virkemidlene som helhetlige? Samvirker virkemidlene på en god måte?
- Hvordan fungerer samspillet mellom Innovasjon Norge og Norsk kulturråd? Hvordan utfyller virkemidlene i de to institusjonene hverandre?
- I hvilken grad er virkemidlene tilpasset ulike faser i en entreprenørs/bedrifts/utøvers utvikling? Er det behov for sterkere fokus i noen faser?

Vi har lagt vekt på å vurdere de viktigste virkemidlene i størst grad, dvs. de virkemidlene der det gis mest penger og flest prosjekttilsagn. Til tross for et slikt fokus har alle virkemidlene blitt analysert og vurdert i analysen.

1.3 Metodisk opplegg

For å gjennomføre studien og besvare problemstillingene på en hensiktsmessig måte, har det vært nødvendig å anvende en tilnærming bestående av flere metoder. Dette er illustrert i figuren under.

Figur 1 Studiens metodiske opplegg



Den metodiske tilnærmingen som er brukt kombinerer ulike datainnsamlingsmetoder og analysetilnærminger. Som figuren ovenfor viser består datainnsamling både av en informativ del der vi identifiserer de viktigste virkemidlene og støtteordningene til Innovasjon Norge og Norsk kulturråd, en kvalitativ del med workshop og intervjuer, samt en kvantitativ del med survey. Vi bruker bevisst metodetriangulering ved å kombinere både kvalitative og kvantitative data for å kunne gi en helhetlig analyse av hvordan virkemidlene fungerer overfor kulturnæringene.

Kulturnæringene er i liten grad undersøkt i Norge og generelt finnes det lite forskning på hvordan offentlige støtteordninger fungerer overfor kulturnæringene. Som et nytt og relativt utforsket område har det vært viktig å møte kulturfolk og kulturentreprenører ansikt-til-ansikt i workshopene og høre om deres

situasjonsopplevelse, deres utfordringer generelt og holdninger til virkemiddelaktørene og deres støtteordninger. Disse workshopene bar preg av fokusgruppeintervjuer fordi deltagerne fikk god tid til å snakke fritt. Vi fikk således en god innsikt og forståelse for deres situasjon og deres oppfatninger om støtteordningene rent generelt. Denne informasjonen er presentert i kapittel 4. Denne innsikten er også brukt til å tolke resultatene av de kvantitative spørreundersøkelsene som blir presentert i kapittel 5.

1.3.1 Identifikasjon og beskrivelse av virkemidler

I konkurransegrunnlaget påpekes det at kulturnæringene omfattes av de fleste virkemidlene til Innovasjon Norge. Imidlertid opererer Innovasjon Norge med en omfattende portefølje av virkemidler, og det har vært nødvendig å foreta en kartlegging av hvilke virkemidler som benyttes hyppigst. I denne sammenhengen har vi involvert Innovasjon Norges team knyttet til kultur- og opplevelsesnæringer. Som en tilleggsinformasjonskilde har data fra Innovasjon Norges årlige kundeeffektundersøkelser, som gjennomføres av Oxford Research, blitt lagt til grunn for å identifisere hvilke virkemidler som anvendes i hvilket omfang overfor kunst- og kulturnæringene. Her har vi primært hentet data fra de såkalte Etter-undersøkelsene (se mer om dette i avsnitt 1.4.3).

I tillegg til virkemidlene i Innovasjon Norge nyter kulturnæringene godt av støtteordninger i Norsk kulturråd som blant annet forvalter Norsk kulturfond. Gjennom konsultasjoner med Norsk kulturråd har det blitt foretatt et utvalg blant organisasjonens støtteordninger. Dette er nærmere omtalt i kapittel 3 og 5.

1.4 Datainnsamling

Datainnsamlingen til denne studien har bestått av to hovedelementer: Workshops og intervjuer samt en webbasert spørreskjemaundersøkelse.

1.4.1 Workshops

Formålet med intervjuene gjennom workshops har først og fremst vært å avdekke i hvilken grad virkemidlene møter kulturnæringenes behov og i hvilken grad de offentlige virkemidlene oppleves som helhetlige. Det har blitt lagt stor vekt på å trekke inn ulike aktører fra kulturnæringene for å svare på disse problemstillingene. I tillegg har det vært viktig å sikre variasjon i aktørenes geografiske plassering for å avdekke eventuelle geografiske forskjeller. Derfor har det blitt gjennomført fem workshops på fire ulike steder i Norge landet der representanter fra sentrale interesseorganisasjoner i kulturnæringen, aktører innen kulturnæringene og representanter fra virkemiddelaktørene selv samt lokale myndigheter har deltatt.

Ut over organisasjonsrepresentanter har representanter for virkemiddelaktørene deltatt. Dette gjelder Norsk kulturråd samt Innovasjon Norge på sentralt og lokalt nivå. I tillegg har representanter for fylkeskommunene, kommunene, kunnskapspark, kulturinkubatorer og etablerersentra blitt invitert. Det ble også lagt opp til at workshopene skulle ha god representasjon fra næringsutøvere. Disse ble valgt ut basert på innspill fra gode informanter, men også ved å identifisere

interessante aktører som dels har fått dels ikke har fått omsøkte midler fra Innovasjon Norge og Norsk kulturråd. Det ble videre lagt vekt på å ha representanter for de ulike delene av kulturnæringene, kjønnsbalanse samt representasjon av unge utøvere. Utvalget ble delvis gjort i dialog med referansegruppen.

På hver workshop ble det lagt opp til deltakelse fra 15-20 representanter fra de ulike gruppene slik at i alt 85 personer har bidratt med informasjon på denne måten.

De 5 workshopene ble arrangert i Tromsø, Trondheim, Kristiansand og Oslo. I Oslo ble det gjennomført to workshops, én med representanter fra de sentrale interesseorganisasjonene og virkemiddelaktørene samt én med næringsutøvere fra Oslo-regionen. Se vedlegg 8.3 for en oversikt over hvilke deltakere som ble invitert til å delta på de ulike workshopene.

For å sikre lik gjennomføring av workshopene på de ulike stedene i landet ble det utarbeidet en intervjuguide hvor temaene kort beskrives. En kortversjon av den ble sendt deltakerne på forhånd sammen med invitasjonen. I tillegg ble det benyttet et spørreskjema knyttet til kjennskap til de enkelte virkemidlene til Innovasjon Norge og Norsk kulturråd som deltakerne fylte ut mot slutten av workshopen (se vedlegg 8.4). Oxford Research og BI var representert med minst to personer på hver workshop. Informasjonen som framkom i workshopen ble oppsummert i henhold til etablert praksis hva gjelder analyse av kvalitative intervjuer. Hovedresultatene fra workshopene er oppsummert i kapittel 4 og ellers brukt som grunnlag for fortolkning gjennom hele analysen.

Det ble også gjennomført samtaler med personer i Innovasjon Norge og Norsk kulturråd som er ansvarlige for satsingen på kulturnæringene og utformingen av virkemidler knyttet til disse. I disse ble det fokusert på å avdekke de to virkemiddelaktørenes opplevelser av behovene og utfordringene i kulturnæringene og hvordan disse blir dekket av Innovasjon Norge og Norsk kulturråd.

1.4.2 Effektundersøkelse av Norsk kulturråds støtteordninger

Oxford Research er som nevnt over i besittelse av et rikt datasett som inneholder Innovasjon Norges støttemottageres vurderinger av resultater og effekter av deres prosjekter belyst gjennom en rekke indikatorer. Dette betyr at det ikke har vært behov for å samle inn data for virkemidlene gjennom Innovasjon Norge. Vi har med andre ord allerede data som kan belyse Innovasjon Norges virkemidlers egnethet for kulturnæringene og hva som kommer ut av virkemidlene. Noen av de sentrale resultatdimensjonene som er beskrevet er:

- Utvikling av samarbeid, kompetanse og nettverk
- Faktisk innovasjon og endring i innovasjonsadferd
- Utviklingsorientering – d.v.s. hvorvidt støttemottakerne kan karakteriseres som driftsorienterte, utviklingsorienterte eller meget innovative
- Økonomiske resultater som overlevelse, konkurranseevne, lønnsomhet og omsetningsutvikling

For Norsk kulturråds virkemidler har vi ikke de samme dataene. Derfor har vi gjennomført en spørreundersøkelse blant mottagerne av støtte gjennom Norsk kulturråds virkemidler for å få deres vurderinger av de samme forholdene. Bare på denne måten har det vært mulig å foreta en sammenligning av egnetheten til

Innovasjon Norges og Norsk kulturråds virkemidler for å møte behovene og utfordringene til aktørene innenfor kulturnæringene. Spørreundersøkelsen blant mottakerne av Norsk kulturråds virkemidler har blitt gjennomført som en elektronisk spørreundersøkelse. Utgangspunktet for denne har vært tildelingsinformasjon for årene 2005 til 2009. Denne omfatter navn på mottager, navn på prosjekt, støttebeløp og navn på støtteordning. Disse dataene har blitt supplert med kontaklinformasjon til støttedmottagerne og da spesielt e-postadresser.

1.4.3 Analyse av data fra Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelser

Oxford Research gjennomfører de årlige Kundeeffektundersøkelsene på oppdrag for Innovasjon Norge. Disse er todelt. Først blir utvalgte bedrifter stilt spørsmål om forventninger til prosjektet ett år etter at tilsagn fra Innovasjon Norge ble mottatt. Dette er de såkalte Før-undersøkelsene (se Oxford Research, 2009b). Deretter blir det samme utvalget bedrifter kontaktet fire år senere for å gi sine vurderinger av resultater og effekter av de støttede prosjektene. Dette er de såkalte Etter-undersøkelsene (se Oxford Research, 2009a). I denne forbindelse har Oxford Research tilgang på et rikt datasett som i tillegg til den innsamlede informasjonen om resultater og effekter, også inneholder en rekke bakgrunnsdata om støttedmottagerne. I denne studien har vi valgt å benytte oss av data fra Etter-undersøkelsene da disse i langt større grad enn Før-undersøkelsene kartlegger resultater og effekter av Innovasjon Norges virkemidler.

Det er viktig å påpeke at ikke alle av Innovasjon Norges tjenester og programmer er omfattet av Kundeeffektundersøkelsene. For eksempel er ikke nettverksprogrammer som Norwegian Centres of Expertise (NCE) og Arena omfattet av undersøkelsene, ei heller typiske profilerings- og turismeprogrammer som Taste of Norway - Sett norsk kvalitet på bordet, Innovasjon i reiselivsnæringen eller Profilering av Norge som reisemål. Det er grunn til å anta at om lag halvparten av virkemidlene som Innovasjon Norge anvender overfor kulturnæringene er omfattet av de årlige kundeeffektundersøkelsene.

1.5 Helhetlig analyse og vurdering

Basert på de tre delene av analysen som er beskrevet over, har det blitt foretatt en helhetlig analyse av de tre belyste spørsmålene samt en vurdering av virkemidlene og på totalnivå. Dette er første undersøkelse av sitt slag i Norge, og den er relativt deskriptiv i sin natur.

1.6 Kvalitetssikring og forankring

For å sikre en høy kvalitet i analysen og rapporten, har oppdragsgiver oppnevnt en referansegruppe for prosjektet. Referansegruppen har bestått av følgende personer:

Tabell 1: Referansegruppens medlemmer	
Navn	Organisasjon
Sverre Miøen	Kirke- og kulturdepartementet
Mette Hagen	Kirke- og kulturdepartementet

Tabell 1: Referansegruppens medlemmer	
Navn	Organisasjon
Iver Prestkvern Grøtting	Kommunal- og regionaldepartementet
Målfrid Jordet Ågotnes	Kommunal- og regionaldepartementet
Birgitte Solbu	Norsk kulturråd
Ole Jacob Bull	Norsk kulturråd
Tove Ingebretsen	Innovasjon Norge
Anne Mette Iversen	Innovasjon Norge
Einar Ruud	Nærings- og handelsdepartementet

I tillegg til å delta på referansegruppemøter, har enkelte av gruppens medlemmer også deltatt på workshopene som ble arrangert i Oslo. Norsk kulturråds representant Birgitte Solbu har også bidratt til utvikling av spørreskjemaet som er brukt i spørreundersøkelsen blant støttlemottagerne fra Norsk kulturråd og ikke minst i prosessen med å hente ut nødvendig informasjon om støttlemottagerne fra Norsk kulturråds støttesystemer.

Kapittel 2. Kulturnæringene i Norge

2.1 Internasjonal og nasjonal forskning om kulturnæringene

Det har etter hvert blitt et økende antall artikler, bøker og forskning om kulturnæringene både i Norden og ellers (Caves, 2000; Hartley, 2005; Hesmondhalgh, 2002; Lorentzen m.fl. 2008; Mangset og Røyseng, 2009; Power og Scott, 2004; Power og Jansson, 2006; De Paoli, 2006). Siden kulturnæringene i seg selv er ganske nye som næringer, har mange konsentrert seg om å beskrive hva som preger ulike bransjer og hvilke drivkrefter og verdier de motiveres av. Det er forholdsvis lite forskning på hvordan politikk og statlige støtteordninger påvirker utviklingen av kulturnæringene, noe som også er en refleksjon av at der de kommersielle kulturnæringene er størst, som i USA og i Storbritannia, har ikke det offentlige hatt en viktig rolle. Handelshøyskolen i København har det største fagmiljøet samlet på ett sted om kulturnæringene i Norden. De har utgitt en rekke bøker forankret til forskningssenteret Imagine (se hele serien på www.experienceconomy.dk) der en av bøkene handler om å beskrive ulike politiske strategier, områder, verktøy og tilnærminger for kulturnæringene i landene Storbritannia, New Zealand, Singapore, Norge, Sverige og Danmark (Birch, 2008). Forfatteren Sofie Birch har identifisert to ulike modeller; den skandinaviske og UK modellen:

Grovt beskrevet fokuserer den skandinaviske modellen på velferd, forskning og utdanning, mens landene i UK modellen – New Zealand, Singapore og UK – konsentrerer seg om næringsmessige og innovasjonsorienterte virkemidler. Singapore og New Zealand preges av en 'pick the winner strategy', som betyr at de velger de mest vellykkede kulturbransjer som design og media og satser på disse. Den politiske prosessen i UK-modellen er karakterisert av en mer lukket eller 'top-down' politisk prosess fremfor den skandinaviske modellen. Den skandinaviske modellen er opptatt av å skape gode generelle rammevilkår for kreative næringer, fremfor å plukke ut vinnere og satse på dem. I UK og New Zealand er virkemidlene innrettet spesifikt på å utvikle gunstige nærings- og innovasjonsmessige vilkår som eksportrettede tiltak og forsikring av opphavsrettigheter og mindre opptatt av den kulturelle dimensjonen. De skandinaviske næringsmessige virkemidlene er i en eksplorativ fase... (Birch, 2008; s. 6)

I Norge oppnevnte Kultur- og Kirkedepartementet et utvalg for å gjennomgå tildeling av statstilskudd til kulturformål, hovedsakelig Norges Kulturråd, Statens Kunstnerstipend, ulike fond og tilskuddsordningene. Utvalget, som også ble kalt Løken-utvalget, la fram sin sluttrapport juni 2008 (Løken, 2008). Utvalget fikk et motsetningsfullt og vanskelig mandat så i lys av mandatet og den sprikende sammensetningen av utvalget, er det vanskelig å trekke noen klare konklusjoner ut fra rapporten. De viktigste funnene oppsummeres i innledningen:

Utvalget har ikke funnet holdepunkter for å hevde at administrasjonsutgiftene for de statlige tilskuddsforvalterne for kulturfeltet er urimelig høye. Den enkelte tilskuddsforvalter bør vurdere sine inngangskriterier kritisk med sikte på redusere et misforhold mellom antall søkere og antall innvilgede søknader. For øvrig bør det vurderes tiltak for å skape klarere arbeidsdeling og redusere overlapp mellom tilskuddsforvalterne, samt å redusere antall tilskuddsforvaltere. (Løken, 2008: 3)

Selv om formålet til Løken-utvalget var å vurdere statlige støtteordninger overfor kulturlivet var ikke hensikten å analysere hvordan dette fremmer kulturnæringene, derfor sees ikke denne rapporten som direkte relevant for dette prosjektet. Det som

imidlertid er interessant å merke seg er den forenkling og sammenslutning av tilskuddsforvalterne som utvalget foreslår, noe som vil forenkle og gi oversikt til kulturentreprenørene i søken etter tilskudd.

Generelt har kulturnæringene tiltrukket seg mye interesse fra politiske beslutningstagere både nasjonalt og mer lokalt i Norge og i utlandet. Kulturnæringene har, siden deres økonomiske betydning ble kartlagt i Norge i 2004, fått en økende oppmerksomhet. Det har blant annet resultert i at kommunale myndigheter i mange byer og tettsteder i Norge har bestilt rapporter for å avdekke kulturnæringenes økonomiske betydning, dynamikk, lokalisering og utviklingsstrategier (Haraldsen m.fl., 2005; Isaksen m.fl., 2006; Jøsendahl m.fl. 2004, Karlstad, 2005). Datamaterialet i disse rapportene bekrefter kulturnæringenes økonomiske betydning for byer og tettsteder med 4,4 % av sysselsettingen og 9,5 % av bedriftene, samtidig som det også bekrefter kulturnæringenes urbane karakter. Kunstnerisk virksomhet har den største andelen bedrifter innen kulturnæringene i storbyregionene med ca. 36 %. Sysselsettingen i næringsgruppen Bøker, aviser, blader etc. er høyest med Kunstnerisk virksomhet som nummer to.

Storbyregionene har ca. 70 % av sysselsettingen og ca. 68 % av bedriftene innen kulturnæringene. Oslo kommune drar opp gjennomsnittet for storbyregionene og landet for øvrig med om lag tre fjerdedeler av alle sysselsatte i kulturnæringene i de fire storbyregionene Oslo, Stavanger, Bergen og Trondheim (Haraldsen, Overvåg og Vaagland, 2005). Nyetablerings- og vekstraten i kulturnæringene rapporteres også å være høy og avgangsraten lav.

2.2 Definisjon av kulturnæringer, innovasjon, kulturentreprenøren og verdiskaping

Kulturnæringene har fått økende oppmerksomhet innenfor både politikk, forskning og praksis både i Norge og internasjonalt på grunn av at de blir sett på som vekstnæringer (Bille og Schultze, 2008). Kulturnæringenes bidrag til bruttonasjonalproduktet er blitt målt i en rekke land og vekstratene er høyere enn ”tradisjonelle” vekstindustrier, gjennomsnittlig ligger det på ca. 5 % (se for eksempel Towse, 2003). I Norge er andelen beregnet til ca. 3,5 % (Haraldsen, m.fl. 2004). Det er flere studier som rapporterer vekst i antall kunstnere, kulturarbeidere og kulturentreprenører (Ringstad, 2005) og at sysselsettingen i kultursektoren øker mens den synker generelt i EU-land (se Mangset og Røyseng, 2009 s. 15). Antall foretak på kulturområdet i Norge øker mye mer sammenlignet med andre foretak (Bolkesjø, 2003 i Mangset og Røyseng, 2009). Samtidig er det viktig å få fram at aggregert måling er beheftet med en del vanskeligheter, ikke minst fordi definisjonene av kulturnæringene varierer veldig.

Definisjon av kulturnæringer

Vi vil i denne rapporten basere oss på definisjonen av kulturnæringer utviklet ved Østlandsforskning (Haraldsen m.fl., 2004), men vi vil trekke inn flere aspekter i overensstemmelse med internasjonal forskning (Towse, 2003; Bille og Schultze, 2008):

Kulturnæringene defineres som de næringene som framstiller produkter hvis primære egenskaper er kommunikative. Det at vi benytter begrepet næring har sammenheng med at vi fokuserer på

kulturell produksjon i et næringsperspektiv og at studien i første rekke retter søkeelyset mot private bedrifter som selger kulturelle produkter som varer på det private markedet. (Haraldsen, 2004; s. 18)

Annen litteratur trekker inn også følgende elementer:

... de kreative bransjer masseproduserer varer og tjenester med et tilstrekkelig kunstnerisk innhold til å bli betraktet som kreativt og kulturelt betydningsbærende. (Towse, 2003; s. 170)

Et annet grunnprinsipp som oftere anlegges når man skal definere de kreative bransjer, er deres avhengighet av opphavsrettslovene, som skal beskytte det kreative eller kulturelle innhold, det vil si den intellektuelle eiendomsrett (se Towse, 2003).

Her gis det en fullstendig oversikt i alfabetisk rekkefølge over de bransjer som er inkludert i definisjonen av kulturnæringene i Østlandsforskningsrapporten (Haraldsen, m.fl. 2004). Betegnelsene i parentes er de som er brukt i den siste oppdaterte rapporten over kulturnæringene (Haraldsen, m.fl.2008);

- Annonse- og reklamevirksomheter (markedskommunikasjon)
- Arkitektvirksomhet
- Bibliotek, museum etc. (kunstnerisk virksomhet)
- Bøker, aviser og blader (trykte medier)
- Design
- Film, foto og video
- Musikk
- Utøvende kunst
- TV og radio
- Mote
- Programvare og dataspill

En ytterligere detaljert definisjon kan gjøres basert på næringskoden (NACE):

Tabell 2: Definisjon av kulturnæringene etter næringskoder				
Kultursektor	NACE3	NACE2	NACE1	Omfatter
Annonse, reklame	74400	7440	744	Annonse- og reklamevirksomhet, inkl. distr. av reklame
Arkitektur	74201			Arkitektvirksomhet
Bibliotek, museum etc.	92510	9251		Drift av biblioteker og arkiver
	92520	9252		Drift av museer og vern av historiske steder og bygninger
	92521			Drift av museer
	92522			Vern av historiske steder og bygninger
	92530	9253		Drift av botaniske og zoologiske hager og naturreservater
Bøker, aviser, blader etc.	22110	2211		Forlegging av bøker
	22120	2212		Forlegging av aviser
	22130	2213		Forlegging av blader og tidsskrifter
	22150	2215		Forlagsvirksomhet ellers
	22210	2221		Trykking av aviser
	22220	2222		Trykking ellers
	22230	2223		Bokbinding
	22240	2224		Ferdiggjøring før trykking
	22250	2225		Annen grafisk produksjon
	51471			Engroshandel med bøker, aviser og blader
	52471			Butikkhandel med bøker og papir
	52472			Butikkhandel med aviser og blader
	52615			Postordrehandel med bøker, papir, aviser og blader

	74582			Oversettingsvirksomhet
	92400	9240	924	Nyhetsbyråer
Design	74872			Designvirksomhet
	74873			Interiørarkitekt- og interiørkonsulentvirksomhet
Film, video, foto	22320	2232		Reproduksjon av videoopptak
	24640	2464		Produksjon av fotokjemiske produkter
	74810	7481		Fotografvirksomhet
	92110	9211		Film- og videoproduksjon
	92120	9212		Distribusjon av film og video
	92130	9213		Filmframvisning
Kunsthåndverk (smykker og bijouteri)	36220	3622		Produksjon av smykker og varer av edle metaller, edelstener og halvedelstener
	36610	3661		Produksjon av bijouterivarer
	52482			Butikkhandel med gull- og sølvvarer
Musikk	22140	2214		Forlegging av lydopptak
	22310	2231		Reproduksjon av lydopptak
	24650	2465		Produksjon av uinnspilte media
	36300	3630	363	Produksjon av musikkinstrumenter
	51434			Engroshandel med plater, musikk- og videokassetter og CD- og DVD-plater
	52452			Butikkhandel med plater, musikk- og videokassetter, CD- og DVD-plater
	52453			Butikkhandel med musikkinstrumenter og noter
	52614			Postordrehandel med elektriske husholdningsapparater, radio, fjernsyn, plater, kassetter og musikkinstrumenter
	74876			Impressariovirksomhet
TV, radio	32300	3230	323	Produksjon av radio- og fjernsynsmottakere og apparater og utstyr til opptak og gjengivelse av lyd og bilde samt tilhørende varer
	51433			Engroshandel med radio og fjernsyn
	52451			Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, radio og fjernsyn
	92200	9220	922	Radio og fjernsyn
Utøvende kunst	92310	9231		Selvstendig kunstnerisk virksomhet
	92320	9232		Drift av etableringer tilknyttet kunstnerisk virksomhet
	92340	9234		Underholdningsvirksomhet ellers
Kilde: Haraldsen m. fl. 2004				

Produkt- og begivenhetsorientert kulturproduksjon

De typiske kunst- og kulturfeltene som litteratur, musikk, film, scenekunst, design, arkitektur og visuell kunst er tradisjonelle kulturbransjer, mens annonse- og reklame, TV- og radio, samt programvare og dataspill er nyere og utvider det tradisjonelle kulturbegrepet. Generelt er alle disse bransjene forskjellige med hensyn til hvordan de er organisert, hvor etablert og profesjonalisert de er, i hvilken grad de lever av statlige støtteordninger eller markedet, det vil si graden av kommersialisering og til slutt hvordan produksjonsprosessen er.

Vi mener at det er behov for en ytterligere nansering og kategorisering av kulturnæringene, ut fra hvor vidt resultatet er et produkt eller en begivenhet; en performativ og levende kulturopplevelse.

Potensialet for masseproduksjon og massedistribusjon og derav følgende økonomisk verdiskaping og overskudd er i stor grad avhengig av hvordan produksjonen skjer. Dersom resultatet er et håndfast produkt som en bok, avis, film, CD, foto, visuell kunst eller designtjenester og designprodukter (klesdesign, møbeldesign, produktdesign, interiørdesign, arkitekturdesign m.m.) er masseproduksjon og massedistribusjon mulig. Inntjeningspotensialet og næringsinnslaget er her betydelig,

selv om det må sies at ulovlig nedlastning av musikk, film og annet har redusert inntjeningspotensialet betydelig og skapt store utfordringer for disse bransjene. Det er likevel hensiktsmessig å opprettholde skillet mellom produktfokus og begivenhetsfokus fordi, mens kulturprodukter lett kan masseproduseres og massedistribueres, er det vanskeligere å få til når resultatet som skapes er en levende begivenhet; være seg en teaterforestilling, en musikkonsert, en festival med mange typer opplevelser eller danseopptreden. Med begivenheter menes en performativ opplevelse som gjerne skjer på en scene. Det er betydelige investeringer bak en musikkproduksjon eller en film, men når den først er produsert kan den produseres i mange eksemplarer og distribueres over hele verden. Moderne teknologi har både forenklet produksjonen og senket produksjonskostnadene innen produktorientert kulturproduksjon. Det har også forenklet distribusjonen til de grader at produsentene snart ikke tjener penger, fordi det skjer ulovlig nedlastning av kulturprodukter på internett. Samtidig har vi den begivenhetsorienterte og performative kulturproduksjonen som fremdeles er like kostnadskrevende å produsere og distribuere. Dette kalles Baumols sykdom innen kulturøkonomien (se Ringstad, 2005). En teaterforestilling er en tverrfaglig prosjektorientert produksjon som krever innsats fra mange typer eksperter, både kunstneriske og tekniske. Det er også en kompleks logistikk med scene, teknisk og kunstnerisk utstyr som viktig bestanddel. En forestilling er en levende opplevelse med et publikum. Selv med moderne teknologi kan dette ikke rasjonaliseres slik at det blir veldig lønnsomt å masseprodusere og massedistribuere. Masseproduksjon og økonomisk lønnsomhet er til en viss grad mulig, men da må det stadig være et jevnt tilsig av nye publikumsmasser, slik som Broadway har fått til med populære musicals og teaterstykker.

Dersom en definerer kulturnæringene etter hvor vidt de er produkt- eller begivenhetsorienterte blir det vanskeligere å skille på kulturuttrykk. En finner opplevelsbasert kulturproduksjon; begivenheter, innen nesten alle kulturfelt. For eksempel kan en film vises ute eller som del av en teaterproduksjon, da vil den være en del av en begivenhet, musikkfeltet har sine konserter som er begivenheter, festivaler kan ta utgangspunkt i et hvilket som helst kulturuttrykk, fra litteratur og film til mote. Men noen kulturbransjer er mer begivenhetsorienterte enn andre så vi velger likevel å oppheve skillet på kulturuttrykk og beholde følgende kategorisering:

Tabell 3: Kategorisering av kulturproduksjon	
Produktorientert kulturproduksjon	Begivenhetsorientert kulturproduksjon
Skaper et fysisk produkt	Skaper en opplevelse
Kan lagres	Her- og- nå opplevelse
Lave produksjonskostnader	Høye produksjonskostnader
Bredt nedslagsfelt	Smalt nedslagsfelt
Høyt inntjeningspotensial	Lavt inntjeningspotensial
Kilde: Handelshøyskolen BI og Oxford Research	

Vi kommer ikke til å komme med en ytterligere definisjon av kulturnæringene, men ønsker å framheve at den definisjonen en bruker vil nødvendigvis også påvirke hvilke virkemidler som er hensiktsmessige. Produktorientert kulturproduksjon har andre behov og utfordringer enn den begivenhetsorienterte kulturproduksjonen. Generelt vil den produktorienterte kulturproduksjonen ha behov for utviklingsstøtte, og nå også støtte for å overleve som næring fordi nedlastning på nettet reduserer inntektene dramatisk. For eksempel vil bransjer som både bøker, aviser og blader, film og musikk nå stå ovenfor en betydelig økonomisk utfordring de nærmeste årene. Deres behov for støtteordninger er av en helt annen art enn den

begivenhetsorienterte kulturproduksjonen som i større grad trenger støtte til å opprettholde nyutvikling, og ikke minst øke produksjonen og distribusjonen.

Innenfor de fleste kunstfeltene i Norge som har fått støtte fra Norsk kulturråd har motivene hovedsakelig vært å utvikle nyskapende kvalitetskunst- og kultur, noe som også bekreftes i studiet av kulturentreprenører i Norge i boken Kulturelt Entreprenørskap (Mangset og Røyseng, 2009). Utfordringen videre, dersom kulturnæringen skal utvikles til å vokse økonomisk, er å finne ut hvordan fortsatt kunstnerisk kvalitetsproduksjon kan kombineres med en økonomisk vekst.

Kunst og kultur blir også brukt til å utvikle reiselivsfeltet og til å stimulere generell bedriftsøkonomisk virksomhet, såkalt kulturbasert reiseliv og kulturbasert næringsutvikling (se Tango for to, 2001 og Stortingsmelding nr. 22, 2005). Her brukes kulturelle produkt som innsatsfaktor for verdiskaping i andre næringer. Vi kommer ikke til å gå inn på denne form for kulturell aktivitet i denne rapporten da det er utenfor oppdraget, selv om det er viktig å nevne at kulturnæringene ofte forveksles og ombyttes med kulturbasert næringsutvikling.

Definisjon av innovasjon og nyskaping

I den omfattende stortingsmeldingen Kultur og Næring (2005) pekes det på hvordan innovasjon og nyskaping forstås, defineres og brukes forskjellig i nærings- og kulturlivet. I næringspolitikken er innovasjon definert som:

det å forandre eller innføre noe nytt som for eksempel produkter, prosesser eller tjenester i et marked... og at innovasjon kan sees på både som et produkt eller en prosess. Innovasjon er i høy grad markedsdrevet i form av krav fra kunder og markeder.

Innenfor kultursektoren er innovasjon eller nyskaping som det heter her, gjerne forstått som det motsatte av vaner, tradisjoner og konvensjoner; det å sprengre grenser og tilvante kategorier... kunsten og kulturuttrykkene er her leverandør av nye fortolkningsperspektiv til samfunnet og omgivelsene. (Stortingsmelding Kultur og Næring, 2005, s. 10)

Videre står det at kunstens behov for et autonomt rom for nyskaping og eksperimentering, hvor kravene til nytte og lønnsomhet ikke er umiddelbare og overordnet, kan sammenlignes med næringslivets behov for langsiktig og risikofylt eksperimentering når de søker radikal innovasjon.

Det fremheves videre at både kulturelle og økonomiske aspekt bør ivaretas når det gjelder innovasjon innen kulturnæringene og at innovasjon derfor både bør være markedsorientert og ta hensyn til verdier som ikke er økonomisk lønnsomme på sikt.

Definisjon av kulturentreprenører

Entreprenørbegrepet har i liten grad vært brukt i Norge innen kulturfeltet inntil boken 'Kulturelt entreprenørskap', redigert av Per Mangset og Sigrid Røyseng, kom i Norge i 2009. For eksempel vil de fleste som søker støtte hos Kulturrådet se på seg selv som kunstnere og kulturfolk, framfor kulturentreprenører. Men vi ønsker å bruke dette begrepet her fordi vi mener at både Innovasjon Norge og Norsk kulturråd i stor grad støtter kulturentreprenørskap når de støtter kulturell nyskaping og gir støtte til prosjekt. Kulturentreprenørene ble definert som en ny kategori entreprenører på slutten av 90-tallet (Mangset og Røyseng, 2009). Leadbeater og Oakley definerer kulturentreprenørene som "de nye uavhengige" fordi de er selvstendige og frilansere og driver helst små forretningsvirksomheter (1999). De er

ofte både produsenter, designere, detaljister og selgere samtidig, satser mye på uformelle nettverk og har ikke nødvendigvis ambisjoner om forretningsmessig vekst (Leadbeater og Oakley i Mangset og Røyseng, 2009). Motivasjonen for mange kulturentreprenører, som også kan sees på som frilansere eller selvstendige kunstnere, er å overleve som kunstner og ha anledning til å produsere kunst over lengre tid (Elstad og De Paoli, 2008). Men det utelukker ikke at enkelte kulturentreprenører er mer materielt eller økonomisk motivert enn andre, noe en kartlegging av musikkfeltet avdekket (Langdalen). Kulturentreprenører kan ha enten kunstneriske eller økonomiske motiver, men det utelukker ikke at enkelte kan være både opptatt av kunsten og økonomien, det vil si de ønsker både å skape kvalitetskunst og tjene gode penger.

Ser vi på statistikk over antallet selvstendige kunstneriske virksomheter i Norge i 2006, så opphørte 1780 virksomheter og 2413 nye ble etablert (SSB Kulturstatistikk, 2006 i Elstad og De Paoli, 2008). Det er et stort gjennomtrekk av virksomheter og relativt mange bukker under økonomisk hvert år. En undersøkelse av kunstners aktivitets, arbeids- og inntektsforhold i 2006 viser at inntektsforholdene kan være relativt dårlige for mange selvstendige kunstnere i Norge. Dersom vi ser på kunstneriske inntekter har frilansere i snitt 115 000 i året, selvstendig næringsdrivende i snitt 132 200 kroner i året, mens de som kombinerer disse to formene har i snitt 179 500 kroner i året (Heian, Løyland og Mangset, 2008:141 referert i Elstad og De Paoli, 2008). Kartleggingen av kulturnæringene i storbyregionene (Haraldsen, Overvåg og Vaagland, 2005) avdekket at den gjennomsnittlige bedriftsstørrelsen for kulturnæringene er mindre enn den gjennomsnittlige bedriftsstørrelsen i alle næringer samlet. Selv om det er variasjoner på tvers av bransjer, er det interessant å merke seg at mer enn tre fjerdedeler av alle bedrifter tilhører kategorien selvstendig næringsdrivende som er bedrifter uten ansatte, mens ca. 19 % av kulturnæringsbedriftene har mellom 1 og 9 ansatte.

Definisjon av verdi og verdiskaping

Verdiskaping i et næringspolitisk perspektiv har med å bruke ressursene på en mest mulig effektiv måte slik at det gir økonomisk avkastning. På lengre sikt avhenger verdiskapingen av aktørenes evne til å omstille og innovere. I et kulturpolitisk perspektiv er verdien snarere knyttet til meningsdimensjoner som blir frambrakt gjennom fortolkninger. (Stortingsmelding Kultur og Næring, 2005, side 11)

En politikk for kultur og næring for å stimulere kulturnæringene, for å sitere Stortingsmeldingen Kultur og Næring må:

... ta hensyn til både kulturelle og økonomiske verdier, det vil si både krav til kunst- og kulturfaglig kvalitet og næringspolitiske krav om lønnsomhet og markedstilpasning. (Stortingsmelding Kultur og Næring, 2005, side 11)

Vi synes det er viktig å ha disse definisjonene på verdiskaping i bakhodet i videre lesning av rapporten og vurderingen av virkemidlene til Norsk kulturråd og Innovasjon Norge. Det gir et bakteppe å forstå resultatene ut fra.

Kapittel 3. Identifikasjon og beskrivelse av virkemidlene

De fleste statlige virkemidlene for å fremme kulturnæringene finnes først og fremst i Innovasjon Norge og i Norsk kulturråd. Selv om begge to organisasjonene kan støtte opp om kulturnæringene, er det svært ulike målsetninger som ligger til grunn for støtten.

Sammenholder en de to organisasjonene, ser en at det er klare forskjeller mellom dem knyttet til hvilke overordnede målsetninger de har. For Innovasjon Norge er målet knyttet til næringsutvikling, mens Kulturrådet først og fremst legger vekt på det kunstfaglige. I denne studien er det imidlertid slik at det er kultur som næringsutvikling som er det overordnede fokuset. Dette innebærer at det er hvordan virkemidlene bidrar i forhold til entreprenørskap, innovasjon og bedriftsutvikling i kulturnæringene som er det sentrale.

3.1 Innovasjon Norges virkemidler

Innovasjon Norge har følgende hovedmål: å fremme bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling i hele landet, og utløse ulike distrikters og regioners næringsmessige muligheter gjennom å bidra til innovasjon, internasjonalisering og profilering. I tillegg har organisasjonen følgende fem delmål:

- Innovasjon Norge skal bidra til økt innovasjon i næringslivet i hele landet
- Innovasjon Norge skal bidra til økt internasjonalisering i næringslivet i hele landet
- Innovasjon Norge skal styrke profileringen av Norge og norsk næringsliv internasjonalt
- Innovasjon Norge skal bidra til næringsutvikling basert på regionale forutsetninger
- Innovasjon Norge skal være en kunde- og markedsdrevet organisasjon, korrigere for systemsvikt og være en kompetent pådriver

I det følgende vil vi først se nærmere på Innovasjon Norges satsing på kultur- og opplevelsesnæringene og hvilke virkemidler som finnes på dette området, før vi retter blikket mot hvilke virkemidler som faktisk benyttes for å støtte disse næringene.

3.1.1 Innovasjon Norges satsing på kultur- og opplevelsesnæringene

Kultur- og opplevelsesnæringene har siden 2007 vært en egen sektorsatsing i Innovasjon Norge.² Den formelle bakgrunnen for satsingen finnes i en handlingsplan for kultur og næring som i juni 2007 ble lagt frem av Nærings- og handelsdepartementet, Kommunal- og regionaldepartementet og Kultur- og

² Andre satsingsområder i Innovasjon Norge er: Energi & miljø, Olje & gass, Maritim, IKT, Helse, Reiseliv, Marin og Landbruk

kirkedepartementet. Blant årsakene til satsingen på dette området er blant annet innsikten om at kultur- og opplevelsesnæringene har hatt stor vekst i flere land samt en økt bevissthet også i Norge om områdets betydning som næring og vekstsektor. I tillegg kan kultur gi økt verdiskaping i tradisjonelle næringer. Innovasjon Norges målgrupper for satsingen er kulturnæringer som: Film/foto/video, design, video- og dataspill, musikk og arkitektur. I tillegg satser Innovasjon Norge inn mot kulturbaserte næringer og legger opp til samarbeid mellom kultur og næring. De identifiserte kundebehovene spenner fra behov for risikokapital i etableringsfasen til ulike former for kompetanse, som for eksempel innenfor forretningsdrift, innovasjon og internasjonalisering. For å imøtekomme disse behovene har Innovasjon Norge tilrettelagte virkemidler, ikke nødvendigvis skreddersydd for kultur- og opplevelsesnæringene, innenfor områder som nettverkskobling (for eksempel ARENA og bedriftssamarbeid), finansiering (for eksempel etablererstipend og utviklingstilskudd), kompetanse (for eksempel FRAM Kultur), eksponering (for eksempel omdømmebygging) og rådgivning (for eksempel partnersøk). Internt i Innovasjon Norge følges satsingen opp av et strategisk tverrgående team bestående av medarbeidere fra Innovasjon Norge sentralt samt representanter fra Innovasjon Norges distriktkontorer og noen utekontorer.

For å belyse nærmere hvilke virkemidler som benyttes innenfor Innovasjon Norges satsing på kultur- og opplevelsesnæringene, har vi analysert tilgjengelige tildelingsdata fra Innovasjon Norge (SND) i perioden 2003-2009. Dette er rådata som samles inn i tidlig i prosessen i forbindelse med de årlige kundeeffektundersøkelsene omtalt ovenfor. Disse dataene gir en oversikt over tildelinger innenfor de aller fleste av Innovasjon Norges virkemidler, også de som ikke omfattes av de årlige kundeeffektundersøkelsene. I neste tabell vises hvilke virkemidler i dette datasettet som brukes i satsingen på kultur- og opplevelsesnæringene:

Tabell 4: Innovasjon Norges særskilte virkemidler for kultur- og opplevelsesnæringene	
Virkemiddel	Tidsperiode
Finnmark - kompetansemessig infrastruktur/opplæringstiltak	2005 - 2008
Kultur og næring - utviklingstilskudd	2003 og 2004
FRAM kultur	2007 -
Kultur og opplevelse - utviklingstilskudd øremerket sektoren	2007 -

De øremerkede sektormidlene har vært 15 mill kroner (2007), 18 mill kroner (2008) og 12 mill kroner (2009). I 2010 er de på 8 mill kroner.

I tabellen under vises hvordan tildelingene innenfor de særskilte virkemidlene for kultur- og opplevelsesnæringene er fordelt på ulike næringer i perioden 2003 til 2009.

Tabell 5: Innovasjon Norges tildelinger innenfor virkemidler for kultur- og opplevelsesnæringene etter næring, 2003-2009			
Næring	Antall tildelinger	Tildelt beløp (i MNOK)	Fordeling av tildelt beløp
Annonse, reklame	1	800 000	1 %
Arkitektur	1	300 000	1 %
Bibliotek, museum etc.	4	1 510 000	3 %
Bøker, aviser, blader etc.	1	200 000	0 %
Design	1	400 000	1 %
Film, video, foto	17	7 342 500	13 %
Musikk	3	670 000	1 %
Utøvende kunst	13	2 600 000	4 %
Ikke kunst- og kulturnæringer	126	44 011 340	76 %
Totalt	167	57 833 840	100 %
Kilde: Oxford Research			

Selv om det ikke foreligger en komplett oversikt over Innovasjon Norges tildelinger i denne perioden, tyder tallene i tabellen likevel på at det langt overveiende gis støtte gjennom disse virkemidlene til næringer som ikke er definert som kunst- og kulturnæringer. Ser vi på næringstilhørigheten til de som har mottatt mest gjennom tildelingene gjennom disse virkemidlene, finner vi at disse stort sett er konsulenter og bedriftsrådgivere. Disse vil typisk fungere som et mellomledd mellom Innovasjon Norge og bedrifter eller personer som for eksempel deltar i FRAM-programmet. For slike tjenester er det dermed ikke mulig på bakgrunn av dette datagrunnlaget å avgjøre hvorvidt mottagerne av ytelsene til Innovasjon Norge i siste ledd er registrert innenfor kunst- og kultur- eller opplevelsesnæringene eller ikke.

3.1.2 Innovasjon Norges virkemidler for kunst- og kulturnæringene

Dersom vi dreier fokuset og i stedet ser på hvilke virkemidler som faktisk benyttes overfor kunst- og kulturnæringene (slik de er definert av Haraldsen m.fl. 2008), er det gitt følgende tildelinger til kunst- og kulturnæringene fra Innovasjon Norge i 2008:

Tabell 6: Tildelinger til kunst- og kulturnæringene fra Innovasjon Norge i 2008, etter område		
Kunst- og kulturområde	Totalt tildelt beløp	Antall tildelinger
Annonse, reklame	5 477 000	14
Arkitektur	7 172 000	11
Bibliotek, museum etc.	2 814 850	14
Bøker, aviser, blader etc.	6 624 700	25
Design	8 278 200	44
Film, video, foto	13 858 500	40
Kunsthåndverk (smykker og bijouteri)	1 751 250	10
Musikk	2 135 000	11
TV, radio	3 013 000	4
Utvøende kunst	11 905 800	68
Totalt kunst- og kulturnæringene	63 030 300	241
Totalt alle næringer	5 055 588 899	6 229
Kilde: Innovasjon Norge bearbeidet av Oxford Research		

Andelen av Innovasjon Norges totale bevilgninger som går til kunst- og kulturnæringene er relativt liten, med 1,25 prosent. Ser vi på hvilke av Innovasjon Norges virkemidler som blir brukt til å fordele disse midlene, fremkommer følgende bilde:

Tabell 7: Tildelinger til kunst- og kulturnæringene fra Innovasjon Norge i 2008. Fordeling ut fra virkemiddel		
Virkemiddel	Totalt tildelt beløp	Andel
Etablererstipend	17 543 250	27,83 %
Bedriftsutviklingstilskudd	10 856 850	17,22 %
RDA kommuner, bedriftsutviklingstilskudd	4 119 000	6,53 %
Kultur og næring	4 052 500	6,43 %
Trebasert innovasjonsprogram	3 908 000	6,20 %
Investeringsstilskudd	3 689 950	5,85 %
Tilskudd	3 672 000	5,83 %
Lavrisikolån landbruk	1 950 000	3,09 %
Reiselivssatsing innovasjon	1 735 000	2,75 %
Rentestøtte	1 430 000	2,27 %
Svensk-norsk næringslivssamarbeid	1 248 000	1,98 %
NyVekst	1 160 000	1,84 %
RDA, investeringstilskudd	1 115 000	1,77 %
RDA kommuner, investeringstilskudd	1 035 000	1,64 %
Garanti, landsdekkende - Driftskapital	1 000 000	1,59 %

Tabell 7: Tildelinger til kunst- og kulturnæringene fra Innovasjon Norge i 2008. Fordeling ut fra virkemiddel		
Virkemiddel	Totalt tildelt beløp	Andel
Utviklingstilskudd - Frie midler	926 750	1,47 %
Verdiskapingsprogrammet for mat	789 000	1,25 %
Distriktsrettet risikolån	700 000	1,11 %
Nettverkskreditt	700 000	1,11 %
Landsdekkende risikolån - Andre lån	400 000	0,63 %
Oppfinnerstipend	365 000	0,58 %
Utviklingsprogram for grønt reiseliv	245 000	0,39 %
Annet, tilleggsnæring	155 000	0,25 %
Finnmark - reiseliv, kultur og opplevelser	105 000	0,17 %
Marint innovasjonsprogram	100 000	0,16 %
Bioenergi	30 000	0,05 %
Totalt	63 030 300	100,00 %
Kilde: Innovasjon Norge bearbeidet av Oxford Research		

Som det fremkommer av tabellen, skiller de to virkemidlene Etablererstipend og Bedriftsutviklingstilskudd seg ut med. Over 45 prosent av de samlede bevilgningene til kunst- og kulturområdet i 2008 bevilges gjennom disse.

Formålet med Innovasjon Norges **etablererstipend** er å stimulere til økt etableringsvirksomhet for å skape lønnsomme arbeidsplasser. Etablererstipend-ordningen gjelder for hele landet og for alle næringer, unntatt offentlig virksomhet og landbruk. Det kan gis stipend til både til utviklings- og etableringsfasen. Stipend til utviklingsfasen kan brukes til dekning av kostnader som naturlig påløper i denne fasen, for eksempel egen lønn, konsulentbistand, konsept-/produktutvikling, markedsundersøkelse/-vurdering og reiseutgifter. Stipend til etableringsfasen kan på sin side brukes til dekning av kostnader som naturlig påløper i denne fasen, for eksempel egen lønn (det tas hensyn til annen inntekt/dagpenger/trygd), konsulentbistand, fadderordninger og andre oppfølgingstiltak, kortere kurs (direkte relatert til virksomheten), mindre fysiske investeringer og ekstraordinære kostnader knyttet til oppstartingen av virksomheten.

I Agderfylkene har det siden 2005 vært en øremerking av deler av IN Agders budsjett for etablererstipend for kultur- og opplevelsesnæringene, kalt ArtStart. I samarbeid med fylkeskommunene i Aust-Agder og Vest-Agder har Innovasjon Norge gjennom denne ordningen finansiert inntil 50 % av kostnadene til nyskapende forretningsidéer innenfor musikk-, film-, design-, kultur- eller naturopplevelser. Idéer med høy nyskapningsfaktor, unge mellom 18 og 35 år, kvinner, idehavere med spesiell kompetanse og godt nettverk har blitt spesielt prioritert.

Bedriftsutviklingstilskudd kan gis til bedriftsutviklingsprosjekter (myke investeringer) og i noen grad til delfinansiering av fysiske investeringer (innen det distriktpolitiske virkeområdet). Det legges vekt på at tilskuddene bidrar til nyskaping og omstilling, og gode innovative prosjekter med internasjonale vekstmuligheter er spesielt høyt prioritert. Tilskudd gis primært til små og mellomstore bedrifter over hele landet, men de tilskuddsrammene Innovasjon Norge disponerer er vesentlige større i distriktene enn i sentrale strøk. Det er i prinsippet ingen bransje- eller næringsmessige begrensninger. Reglene om statsstøtte i EØS-avtalen har definert hvilke formål det kan gis tilskudd til.

3.2 Norsk kulturråds virkemidler

Norsk kulturråd skal på sin side arbeide for å styrke mangfoldet av samtidens kunst- og kulturuttrykk og gjøre kulturtradisjon og kulturvern tilgjengelig for flest mulig. Norsk kulturråd forvalter Norsk kulturfond. Dette har som formål å stimulere skapende virksomhet innenfor litteratur og kunst, verne om kulturarven og formidle kulturgodene til så mange som mulig. Det legges vekt på støtte til nyskapende kunst og å stimulere nye kunstneriske uttrykksformer, nye formidlingsmåter og kulturelt mangfold. Norsk kulturfond hadde følgende budsjettammer for tildelingsåret 2009 fordelt på følgende områder:³

Tabell 8: Tildelingsrammer for Norsk kulturfond i 2009 fordelt på områder	
Område	Beløp (i MNOK)
Litteratur	116,5
Tidsskrift	22,7
Musikk	115,0
Billedkunst/kunsthåndverk	19,8
Kulturvern	11,2
Barn og ungdom	14,8
Scenekunst	41,1
Dans	20,3
Rom for kunst /andre formål	25,1
Sum	386,5

Målet med Norsk kulturråds støtteordninger til litteraturformål er å sikre et bredest mulig tilbud av nye bøker innenfor gitte sjangrer, av allmenne kulturtidsskrift og nye norske tegneserier. Det gis to former for støtte: enten som innkjøp av bøker under en av de fem innkjøpsordningene for litteratur, eller som produksjonstilskudd. I tillegg kan det gis tilskudd til ulike litteraturprosjekter. Her legges det vekt på litteraturformidling, forsøk på å nå nye lesergrupper og på nye litterære uttrykksformer. Det kan også søkes om bidrag til tiltak som fører til økt kontakt mellom norske og minoritetsspråklige litterære miljøer.

Tilskuddsordninger for det prosjektbaserte musikklivet er Kulturrådets viktigste oppgave på musikkområdet. Rådet prioriterer å støtte skapende og utøvende virksomhet av høy kunstnerisk kvalitet, samt bidra til å verne og tilgjengeliggjøre den musikkhistoriske kulturarven i Norge. Rådet vil også bidra til å utvikle kvalitet innen formidling gjennom å gi tilskudd til prosjekter og enkelttiltak som er faglig forankret og er nyskapende på sitt område og innen sin sjanger.

Norsk kulturråds generelle mål på billedkunstområdet er å stimulere til skapende virksomhet innenfor billedkunst, kunsthåndverk og kunstnerisk fotografi, og å stimulere til utprøving av nye formidlingsformer som kan gjøre kunst mer tilgjengelig for publikum.

Norsk kulturråds generelle mål på området kulturvern er å verne kulturarv i Norge og gjøre kulturverdiene bedre kjent og tilgjengelig for flest mulig. Kulturrådet skal stimulere til prosjektbasert arbeid med bevaring, dokumentasjon og formidling av materiale som utgjør grunnlaget for økt kunnskap om kultur og levesett i Norge. Kulturrådet gir også informasjon om EUs kulturprogram der vern om kulturarven er et av satsingsområdene.

³ Den påfølgende omtalen av Norsk kulturråds støtteordninger er hentet fra Norsk kulturråds hjemmesider (<http://www.kulturrad.no/fagomrader/>)

Norsk kulturråds mål på området barne- og ungdomskultur er at alle barn og ungdommer i Norge skal få oppleve nyskapende kunst og kultur av høy kvalitet. For å innfri dette målet driver Kulturrådet aktivt utviklingsarbeid. Utviklingsarbeidet har form av at rådet tar initiativ til forsøksprosjekter på områder der det er identifisert et behov. Det er tre mulige støtteordninger under fagområdet Barn og unge; Prosjektstøtte, Barne- og ungdomsblader og Kunstløftet.

Sentralt for kunsten som skapes i det frie scenekunstheltet er viljen til utvikling og nytenkning. Dette rommer aspekt av risiko og forståelser av sentrale fagbegreper, virkemiddelbruk, organisering av kunstneriske prosesser og i formidlingsteknikker endres i tråd med de tendenser som utvikler seg i feltet. Tendenser til sjangeroverskridelse og tverrfaglighet i kunstprosessen og et økende antall forestillinger som utforsker kommunikasjonen med publikum kjennetegner dagens scenekunsthelt, i tillegg til de uttrykk som søker å belyse og utvikle tradisjon ved hjelp av samtidens forståelser. Norsk kulturråd skal kartlegge initiativ og idéer som innvirker direkte på tendenser i det frie feltet og å stimulere til en målrettet og faglig utvikling av scenekunsten. Norsk kulturråd gir støtte til en rekke spesielle tiltak innen scenekunstheltet som på ulike måter bidrar til denne utviklingen.

Tilskuddsordningen for dans har som mål å stimulere og styrke utvikling og produksjon av dans. Det legges særlig vekt på å fremme bredde og mangfold.

Kulturrådets avsetning Rom for kunst har som formål å styrke og videreutvikle infrastruktur og arenaer for produksjon og formidling av profesjonell kunstnerisk virksomhet, innen billedkunst, scenekunst, musikk, litteratur og tverrkunstneriske uttrykk. Det gis tilskudd til nybygg, tilbygg, ombygging og oppgradering av eksisterende lokaler, utvikling av nye driftsmodeller og samarbeidsnettverk.

Andre Formål er Norsk kulturråds avsetning for tiltak som faller utenfor eller går på tvers av de etablerte fagområdene billedkunst, litteratur, musikk, scenekunst og kulturvern. I stor grad dreier dette seg om tverrfaglige og tverrkunstneriske prosjekter, festivaler og kulturarrangementer. Det kan også være snakk om nye og uetablerte kunst- og kulturuttrykk eller seminarer, publikasjoner, fotoutstillinger og dokumentarfilmer med et klart kulturfaglig innhold, men som ikke uten videre lar seg plassere på ett av kunstheltetene.

Som vi ser av tabellen over, hadde Norsk kulturfond en langt større ramme enn Innovasjon Norge til kunst- og kulturområdet.

Det er viktig å være klar over at det finnes flere offentlige støtteordninger på kunst- og kulturfeltet. I tillegg til kommunale og fylkeskommunale midler, er de viktigste:

- Kulturdepartementet
- Utenriksdepartementet
- Andre departementer
- Fond for lyd og bilde
- Fond for utøvende kunstnere
- Statens kunstnerstipend
- Den kulturelle skolesekken

Kapittel 4. Kulturentreprenører og deres hovedutfordringer

For å kunne diskutere virkemidlenes egnethet i forhold til kulturnæringene, er det nødvendig å danne seg et bilde av kulturnæringenes utfordringer. Dette var derfor et sentralt tema på de fem workshops som ble arrangert som en del av dette analysearbeidet.

Selv om kulturfolk er generelt veldig opptatt av hver enkelt kulturbransjes særtrekk og spesifikke utfordringer, var det slående med diskusjonene i workshopene at utfordringene er ganske like på tvers av bransjene når det gjelder å utvikle kultur som næring. Vi har derfor her valgt å peke på utfordringene som opplevdes som mest presserende av flest deltagere på tvers av bransjer. Tilstede på workshopene var et bredt utvalg av kulturentreprenører i Norge, samt representanter for interesseorganisasjoner, fagforeninger og bransjeforeninger fra de ulike kunstfeltene.

De fem viktigste utfordringene i kunst- og kulturnæringene basert på diskusjoner i workshopene i Tromsø, Trondheim, Kristiansand og Oslo presenteres her fortløpende.

Kompetanseutfordringen

Én av de største utfordringene for mange kunstnere og kulturentreprenører er mangel på kommersiell og administrativ kompetanse (økonomistyring, budsjettering, ledelse og markedsføring etc.). Mange opplever det som spesielt krevende å drive med salg og finne markeder. Noen opplever at det er hele tiden andre som tjener penger på det de skaper, de savner kunnskap i å forhandle fram gode avtaler og fortjeneste. De få som er internasjonalt orientert ser mange barrierer og utfordringer og opplever at de mangler nettverk og steder å søke informasjon og kunnskap. De som er nylig utdannet ved kunsthøgskolene opplever det vanskelig å leve av kunsten etter endt utdanning og etterspør mer kommersiell kompetanse på kunsthøgskolene, samt en støtteordning som hjelper kunstutdannede ut i kulturnæringene.

Når det gjelder administrativ kompetanse nevnte majoriteten av kunstnere og kulturentreprenører utfordringen med å skrive søknader til aktuelle finansieringsinstanser. Både Innovasjon Norge og Norsk kulturråd krever evne til å formulere ned idéer skriftlig, planlegge samt å lage realistiske budsjetter. Søknadsskriving tar også mye tid og fokus fra kunstnerisk skapende og produksjon som følge av dette. Flere ønsker åpenhet på hvem som får eller ikke får penger fra Innovasjon Norge og Norsk kulturråd og ønsker tilbakemelding på søknader slik at de kan lære å lage bedre søknader.

Inkubatorer, arenaer, møteplasser, ressurscenter og nettverk etterspørres av mange, altså steder der frilansere, kulturfolk, enkeltpersonforetak og små kulturbedrifter med hjemmekontor og manglende ressurser kan ha tilknytning til for påfyll av tanker, idéer, rådgivning, kompetanse og kontakter. Nedleggingen av IKADA i Oslo har

skapt et vakuum, men har også ført til at steder som Idékokeriet i Oslo har dukket opp.⁴

Holdningsutfordringen

De færreste innen kulturlivet identifiserer seg som entreprenører, bedrifter eller kommersielle aktører, de er først og fremst kunstnere og kulturfolk; fagmennesker. På grunn av manglende kjennskap, kompetanse og informasjon om bedrifter og bedriftsøkonomisk kompetanse, oppleves derfor begrepene, søknadsprosedyrene og saksbehandlerne i Innovasjon Norge som fremmedgjørende og lite treffende på kunstneres virke. De opplever ikke at det er et relevant sted å søke. Viktige verdier innen kunst- og kulturliv er å skape ny kunst, være faglig kvalitetsbevisst og uavhengig av kommersielle krefter og publikum. Holdningene er til dels anti-kommersielle, det dreier seg om å gå i balanse økonomisk framfor å øke omsetning og få til fortjeneste. Men nettopp dette motsetningsforholdet til kommersialisering oppleves av flere å utgjøre en stor barriere for å utvikle kultur som næring. Derfor mener flere at det må nye holdninger til innen kulturfeltet, blant kunstnerne og eller i samfunnet, for å få kultur til å bli næring.

Fra-prosjekt-til-bedriftsutfordringen

Kulturfeltet er i stor grad prosjektbasert, det vil si at det er de kunstneriske prosjektene som er basis for produksjonen og som det søkes penger for i Norsk kulturråd. Dette er en styrke når det gjelder nyskaping og en pågående utvikling av idéer, men oppleves som en svakhet når det gjelder å få kommersialisert vellykkede prosjekter (både kunstnerisk og publikumsmessig vellykkethet) gjennom en stabil og langsiktig drift. Det er nettopp denne overgangen fra prosjekt til bedrift som mange opplever som en 'kneik' og her pekes på manglende støtte til drift og manglende samspill mellom Innovasjon Norge og Norsk kulturråd. Her spiller manglende kommersiell og administrativ kompetanse en viktig rolle også, det er nettopp i denne overgangen det kreves forståelse for hvordan bygge en bedrift og hvordan få økonomiske gevinster ut av en kunstnerisk og publikumsmessig suksess. Basisstøtteordningen fra Norsk kulturråd oppleves som positiv her, men det er likevel utfordrende å få til en langsiktig drift og en kunstproduksjon som gir avkastning. Det savnes generelt i kulturfeltet et fokus og støtte av langsiktig drift av kunst- og kulturvirksomhet. Selv om kunstnere og kulturfolk ikke ønsker en kommersialisering av den kunstneriske produksjonen, ønsker de fleste å få eksponert kunsten og kulturen for et større publikum enn for eksempel 4 forestillinger på Black Box Teater, som er vanlig for det frie scenekunstheltet. For å få til en bredere og større eksponering og distribusjon av kunsten mener mange at de trenger støtte til publikumsutvikling og markedsføring og det bør bevilges øremerkete penger. Flere uttrykker også en frustrasjon med at kompetansen og nettverkene som utvikles i prosjekter støttet fra Norsk kulturråd forblir hos personene som driver prosjektene og at dette ikke blir forankret og delt med flere i miljøet. Det er mye som investeres av talent, idéutvikling, kompetanse og relasjoner som ikke blir utnyttet og brukt i en langsiktig verdiskaping.

⁴ Idékokeriet er et fellesskap for frilansere og kreative krefter innen kultur- og opplevelsesnæringer som holder til i Schous Bryggeri. Det åpnet høsten 2009 og har allerede 20 deltagere som har flyttet inn. Disse representerer følgende fagretninger; teater, film, dans, fortellerkunst, grafisk design, webutvikling, industrideign, musikk, tekst, manus, foto, konseptutvikling, journalistikk og markedsføring. Se www.mocci.no og prosjektleder Mocci Ryen.

Flere etterspør profesjonelle produsenter som kan ta på seg det administrative og kommersielle i gjennomføringen av prosjektene, det ville avlaste kunstnere og sikre en mer kontinuerlig produksjon (se rapporten om produsentrollen innen fri scenekunst, Berg, 2008).

Finansieringsutfordringen

Generelt oppleves det som et problem å få finansiert gode forretningsidéer innen kulturfeltet, selv om entreprenørene har alliert seg med økonomer og har den rette kommersielle holdningen. Det oppleves som vanskelig å få både privat og offentlig kapital og støtte til nye bedrifter og prosjekter, såkalt risikokapital. Kulturentreprenørskap oppleves som risikosport, noe de fleste kulturentreprenørene og kulturmenneskene i workshopene var enige om. De gode idéene trenger fødselspenger og her mangler et finansieringsmiljø og de rette holdningene for å satse på kulturnæringene. Flere snakket om en manglende forståelse generelt i Norge om at kultur er næring. Mange opplever at de tar en personlig stor økonomisk risiko ved å satse og må ty til både ekstrajobber og egne pengekilder. Mange kulturfolk i byene opplever at det er et problem at det er lettere å få økonomisk støtte til kulturentreprenørskap i distriktene enn de store byene, selv om det er en konsentrasjon av kulturfrilansere og enkeltpersonforetak i byene. På den andre siden opplever kulturfolk i distriktene at Norsk kulturråd er for kunstnere i byene, spesielt Oslo, og at de vanskelig får økonomisk støtte fra Norsk kulturråd.

Frilansutfordringen

De fleste som driver innenfor kulturnæringene er selvstendig næringsdrivende (enkeltpersonforetak), de er såkalte frilansere eller prosjektansatt og arbeider hjemmefra. De fleste kulturentreprenørene og kulturmenneskene er fornøyde med eget valg av yrke og friheten med å påvirke, men uttrykte frustrasjon med den usikkerhet og høye risiko de tar rent individuelt. De forteller om lave lønninger som de selv synes nesten er umulig å leve av og ustabil inntekt med lav forutsigbarhet og mulighet til å planlegge. De lever med et dårlig økonomisk sikkerhetsnett siden de ikke har krav på velferdsgoder som eksempelvis lønn ved sykdom, fødselspermisjon, pensjonsrettigheter og kompetanseutvikling. Kunstnerorganisasjonene har vært og er spesielt opptatt av å få gjort noe med disse forholdene. Selv om dette har med profesjonshensyn og berører kunstprofesjonelles kamp om bedre vilkår, mener flere at det også har med kulturnæringene å gjøre da frilansere og enkeltpersonforetak utgjør den største andelen av økonomisk virksomhet.

Kapittel 5. Vurdering av virkemidlenes resultater og effekter

5.1 Innovasjon Norges virkemidler på kunst- og kulturnæringsnivå

I dette delkapittelet ser vi nærmere på hva Innovasjon Norges virkemidler har ført til av resultater og effekter blant tilsagnsmottakerne i de ulike kunst- og kulturnæringene. For å belyse dette, har vi brukt data fra kundeeffektundersøkelsene for årgangene 2003 til 2005 (Etterundersøkelsene) som er samlet inn gjennom Oxford Researchs oppdrag for Innovasjon Norge. Dette datasettet inneholder innsamlet informasjon om resultater og effekter av støtten som Innovasjon Norge har ytt. I tillegg inneholder datasettet bakgrunnsdata om hvilke næringskoder (NACE) som Innovasjon Norge har tilordnet både søkeren (enten en bedrift eller en privatperson) og prosjektet det søkes støtte til. I tillegg inneholder datasettet også informasjon om omsøkt og innvilget beløp samt hvilket program eller tjeneste søkeren har fått støtte fra. Disse dataene gir dermed muligheter til å analysere graden av støtte de ulike sektorene i kulturnæringene har mottatt, samt hvilke av Innovasjon Norges virkemidler som benyttes til støtten. Definisjonen av hvilke NACE-koder som er med i kulturnæringene er hentet fra Østlandsforsknings rapport (Haraldsen m. fl. 2004).

Vi har analysert tre årganger av data fra Innovasjon Norges etterundersøkelser. Disse undersøkelsene gjennomføres fire år etter at tilsagnene ble gitt og utvalget er basert på de som gjennomførte den såkalte førundersøkelsen, som ble gjennomført året etter at tilsagnene ble gitt. Til sammen har vi funnet 89 respondenter i etterundersøkelsene 2003-2005 som av Innovasjon Norge er kategorisert innen næringskodene for kunst og kultur etter Østlandsforsknings definisjon. En oversikt over hvilke tjenester disse har mottatt er presentert i tabellen under.

Tabell 9: Innovasjon Norges støtte til aktører innenfor kunst- og kulturnæringene 2003-2005 etter virkemiddel

Kunst- og kulturnæring	Annonse, reklame	Arkitektur	Bibliotek, museum etc.	Bøker, aviser, blader etc.	Design	Film, video, foto	Kunsthåndverk (smykker og bijouteri)	Musikk	TV, radio	Utvøende kunst	SUM
Innovasjon Norge virkemiddel											
Etablererstipend	2	3	1	5	6	8	2	2	2	15	46
Distriktsutviklingstilskudd	1	1	2	1		4	1		3	5	18
Kulturbasert næringsutvikling						4				2	6
Bygdeutviklingsmidler	1		1							1	3
Inkubatorstipend				1		1				1	3
Landsdekkende utviklingstilskudd					1	1				1	3
OFU-IFU									2		2
Verdiskapingsprogram skog		4	1		1						6
Distriktsrettede risikolån				1							1
Udefinert									1		1
Totalt	4	8	5	8	8	18	3	2	8	25	89

Kilde: Oxford Research

Det tilsynelatende lave antallet bedrifter og personer innenfor disse næringskodene kan forklares av flere faktorer. For det første mangler bakgrunnsinformasjon om næringskoder for flere av tjenestene. Dermed kan mange tilsagn innenfor disse virkemidlene ikke tas inn i analysen fordi vi ikke vet hvilke næringer tilsagnsmottakerne tilhører. For det andre er det slik at Innovasjon Norges satsing på kulturnæringene som egen sektor startet i 2007. Dermed er ikke virkemidlene som inngår i denne satsingen ikke representert i vårt datamateriale.

I det videre presenteres svarene fra disse innenfor relevante variabler for denne studien. Vi starter med å se på de ”harde” faktorene som omhandler prosjektenes realiseringsgrad avhengig av offentlig støtte samt deres økonomiske resultater. Deretter ser vi nærmere på de mykere faktorene som er med på å bygge opp støttemottagernes evne til innovasjon, nyskaping og konkurranseevne.

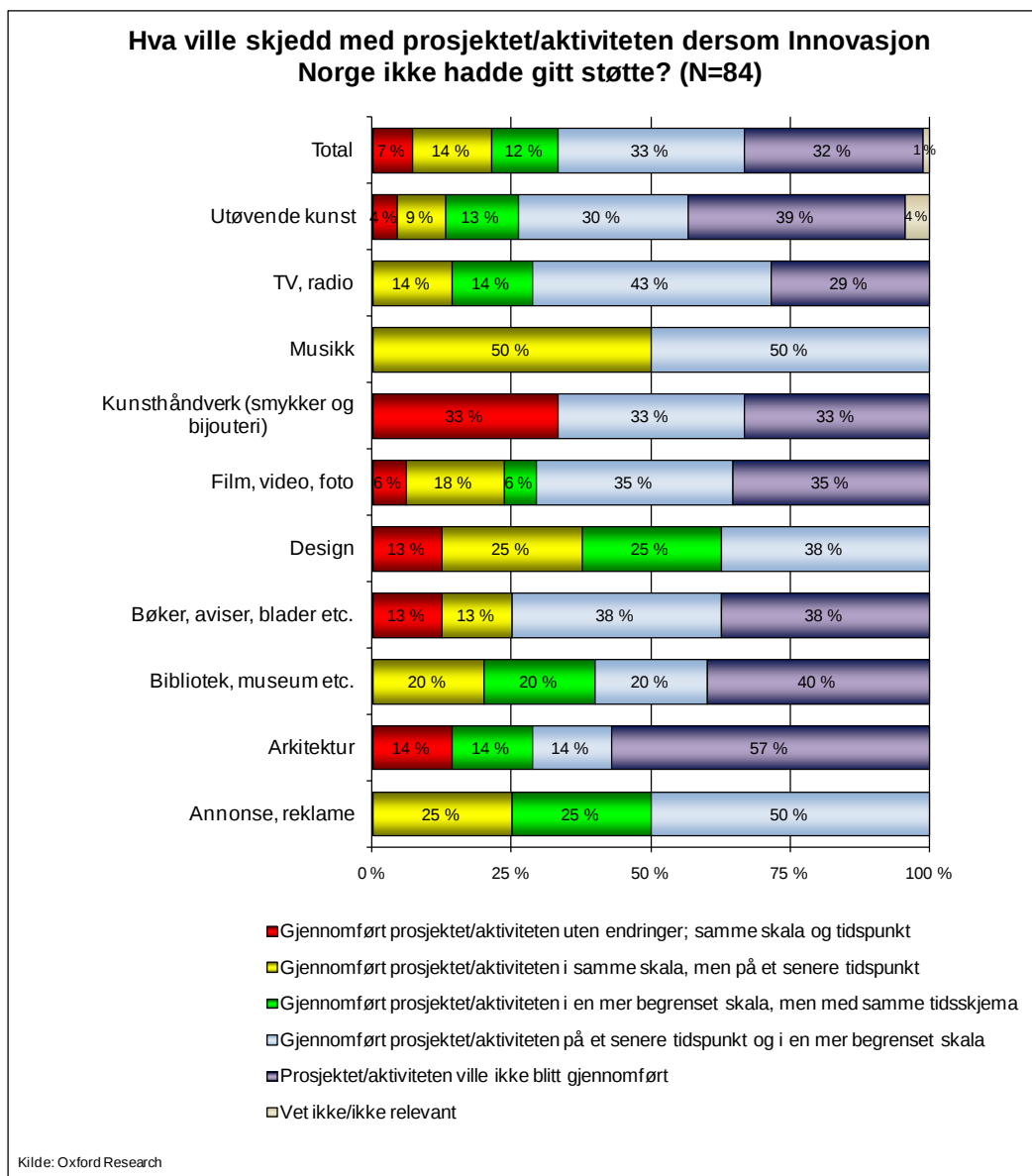
5.1.1 Prosjektenes addisjonalitet

Addisjonalitet er et viktig begrep i Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelser. Addisjonaliteten sier noe om offentlige intervensjoner stimulerer mottakerbedriftene til å realisere vellykkede prosjekter som uten støtte ikke ville blitt realisert. Addisjonalitet kan måles på flere måter. De tre vanligste formene for addisjonalitet er innsats- (input), resultat- (output) og adferds- (behavioural) addisjonalitet. I kundeeffektundersøkelsene er det innsatsaddisjonalitet som først og fremst blir analysert. I utgangspunktet ønsker man med innsatsaddisjonalitet å kunne gi svar på om de som mottar et virkemiddel eller deltar i en offentlig initiert satsing virkelig har bruk for det, eller om det er slik at dette ville blitt gjennomført uansett. Høy innsatsaddisjonalitet forutsetter imidlertid ikke nødvendigvis at det subsidierte prosjektet eller tiltaket er vellykket, da man fokuserer på ”input” og ikke på ”output” eller en adferdsdimensjon. Denne formen på addisjonalitet er imidlertid ofte viktig for å legitimere offentlig virkemiddelbruk. Det er vanlig å kategorisere addisjonalitet i følgende kategorier:

Tabell 10: Kategorisert addisjonalitet, Innovasjon Norges virkemidler	
Addisjonalitet	Hva ville skjedd med prosjektet dersom IN ikke hadde gitt støtte?
Lav	Gjennomført prosjektet/aktiviteten uten endringer, samme skala og tidsskjema
Middels	Gjennomført prosjektet/aktiviteten i samme skala, men på et senere tidspunkt
Middels	Gjennomført prosjektet/aktiviteten i en mer begrenset skala, men med samme tidsskjema
Høy	Gjennomført prosjektet/aktiviteten på et senere tidspunkt og i en mer begrenset skala
Høy	Prosjektet/aktiviteten ville ikke blitt gjennomført
	Vet ikke
Kilde: Oxford Research	

I Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelser har addisjonaliteten over tid vist en positiv utvikling, noe som tyder på at Innovasjon Norges tjenester og programmer er stadig mer utløsende. I neste figur vises resultatene for prosjektene innenfor kunst- og kulturområdet.

Figur 2 Prosjektenes addisjonalitet



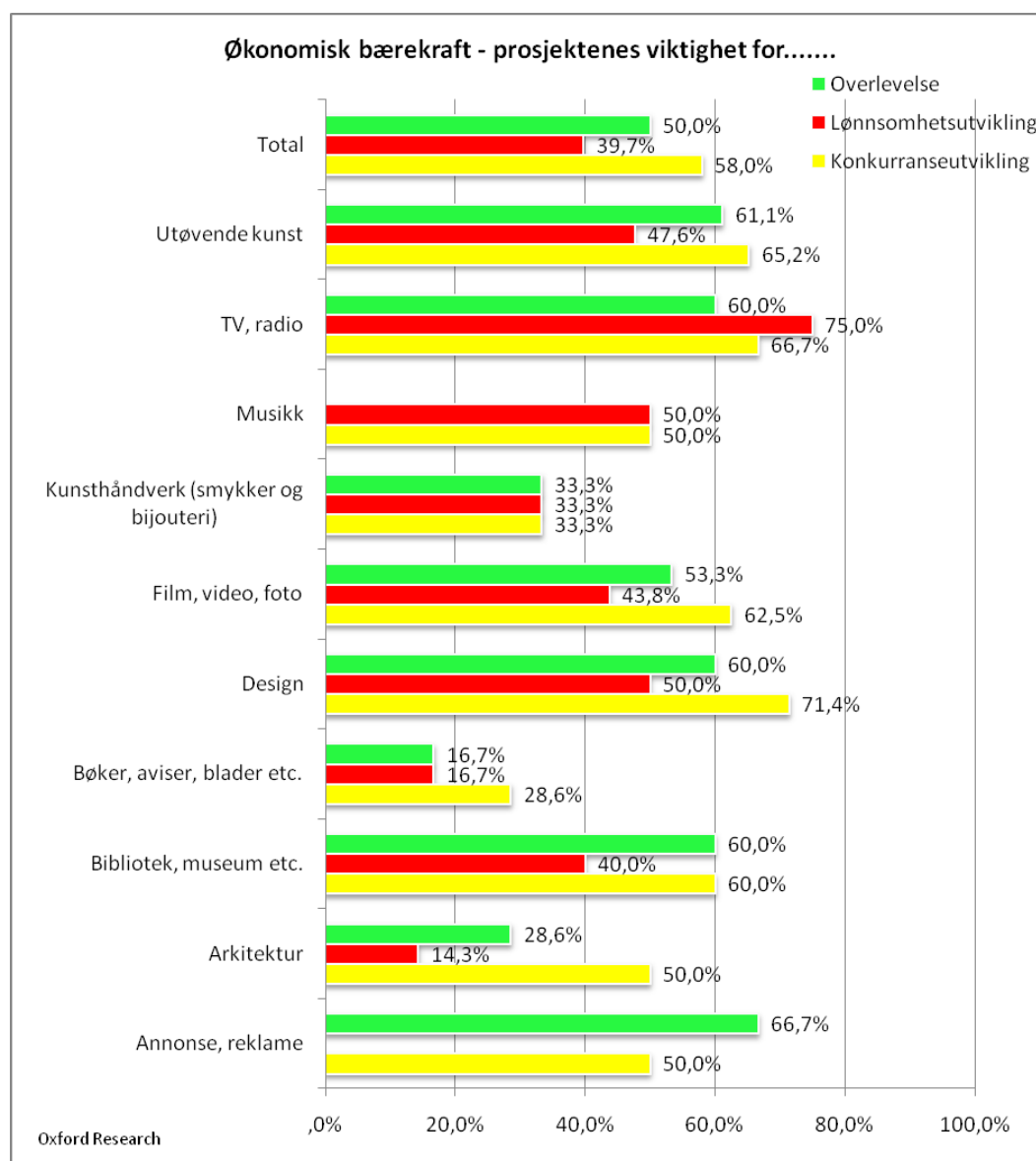
Som vi ser av figuren, er det en langt større andel prosjekter med høy addisjonalitet enn med lav addisjonalitet. Det er dog store forskjeller mellom de ulike kunst- og kulturområdene. Kunsthåndverk (smykker og bijouteri) utmerker seg med en høy andel av lav addisjonalitet (prosjektene/aktivitetene ville blitt gjennomført også uten støtte fra Innovasjon Norge), mens Arkitektur, Bøker, aviser og blader etc. og Utøvende kunst skårer høyt på høy addisjonalitet. Dette indikerer at det innenfor disse områdene gjennomføres prosjekter som i høy grad er avhengige av offentlig støtte.

5.1.2 Prosjektenes økonomiske resultater

Tilsagnsmottakerne har blitt spurt om prosjektenes bidrag til deres økonomiske resultater. Samlet sett påpeker 40 prosent at prosjektet i stor grad (skår 4 og 5) har

bidratt til deres lønnsomhetsutvikling, 58 prosent til økt konkurranseevne og 50 prosent til overlevelse i stor grad.

Figur 3 Prosjektenes økonomiske bærekraft



Sammenlignet med resultatene for alle de som får tilsagn fra Innovasjon Norge, er prosjektenes bidrag til lønnsomhetsutvikling noe lavere. En mulig forklaring på dette kan være at virksomhetene innen kunst- og kulturområdet legger mindre vekt på dette enn de resterende bedriftene som Innovasjon Norge bevilger midler til. En annen årsak kan være at entreprenørskap innen kulturfeltet er mer risikofullt og gir i varierende grad økonomiske gevinster. For å forstå nærmere hvorfor prosjektene innen kulturfeltet i mindre grad gir bidrag til lønnsomhetsutvikling enn øvrige prosjekter finansiert av Innovasjon Norge er det nødvendig å gå mer i dybden av de enkelte prosjektene og forstå hva næringsgrunnlaget er og hvordan prosjektene er drevet markedsmessig og økonomisk. Det kan også tenkes at ledelsen av prosjektene i kulturfeltet ikke har den nødvendige bedriftsøkonomiske kompetansen, vi viser her

til samtaler med kulturentreprenørene i workshopene som også bekrefter at mange kunstnere og kulturfolk savner kompetanse om markedsføring, økonomi og ledelse, med mer.

Ser vi på i hvilken grad prosjektene har bidratt til den økonomiske bærekraften på tvers av bransjer er tendensen klar. Prosjektene har bidratt i sterkere grad for kommersielle kunst- og kulturnæringer som TV-radio, design og annonse, reklamevirksomhet enn de øvrige næringene. Forklaringene kan være flere. For det første er det slik at potensialet for lønnsomhet er større for disse bransjene, dernest er disse bransjene i større grad kommersielt orientert og for det tredje; de kommersielt orienterte kulturbransjene har i større grad den nødvendige kompetansen for å få ut økonomiske gevinster. Se figuren som viser tendensen tydelig. Målet videre i utviklingen av virkemidlene for kulturnæringene må være å få de andre bransjene til å bli mer lønnsomhetsorientert og få prosjektene til å gi større økonomiske gevinster.

5.1.3 Samarbeid

For å kartlegge i hvilken grad prosjektene bidrar til samarbeid, er bedriftene spurt om prosjektet har ført til økt samarbeid med følgende aktører:

- Universitet, høyskole eller forskningsinstitutt
- Kunder
- Konkurrenter
- Leverandører
- Konsulenter
- Investorer/finansieringsmiljø
- Offentlige myndigheter
- Bransjeorganisasjoner o.lign.

Vi har sett nærmere på i hvilken grad det er forskjeller i samarbeidsbidrag mellom de ulike kunst- og kulturområdene. For å belyse dette, har vi undersøkt om det er forskjeller mellom andelen som mener prosjektet har ført til økt samarbeid med de ulike aktørene beskrevet over. Av tabellen under framgår det at det er relativt stor variasjon i prosjektenes bidrag til samarbeid. Dette gjelder både mellom de ulike aktørene og innen de forskjellige kunst- og kulturområdene. Ser en alle tjenestene og programmene under ett, er det en tendens til at det er de samme som skårer gjennomgående høyt på alle de ulike aktørene. Når det gjelder de enkelte aktørene, bidrar prosjektene i klart størst grad til økt samarbeid med kunder, mens de i minst grad bidrar til økt samarbeid med universiteter og høyskoler samt investorer/finansieringsmiljø. Dette er ikke overraskende når en tar i betraktning hvilke næringer som vi ser på.

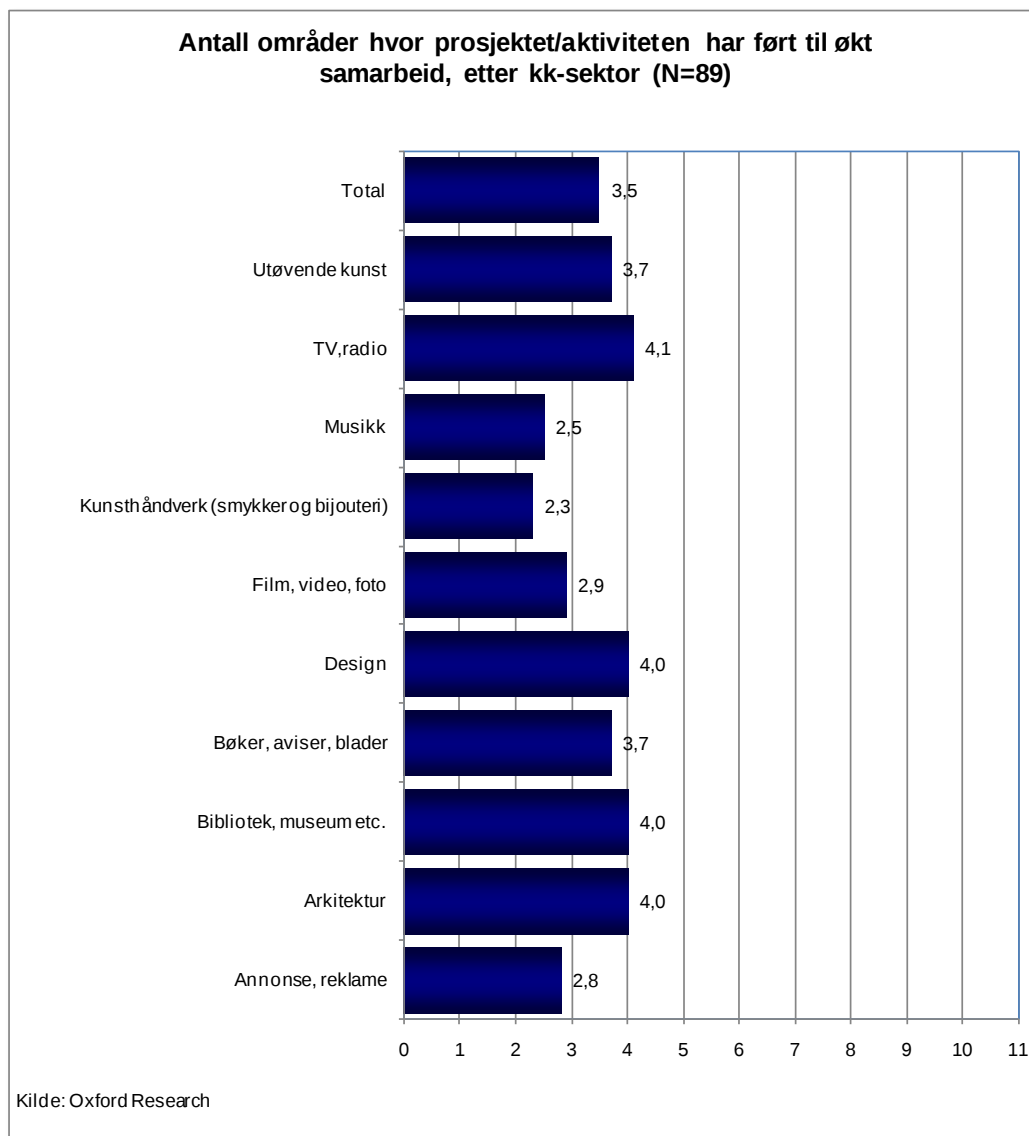
Tabell 11: Prosjektenes bidrag til økt samarbeid med ulike aktører etter kunst- og kulturnærings								
	UoH	Kunder	Konkurrenter	Leverandører	Konsulenter	Investorer- /finansierings- miljø	Offentlige myndigheter	Bransjeorg.
Annonse, reklame		75,0 %	25,0 %	50,0 %	25,0 %	25,0 %	25,0 %	50,0 %
Arkitektur	57,1 %	100,0 %	12,5 %	85,7 %	75,0 %		42,9 %	50,0 %
Bibliotek, museum etc.	75,0 %	75,0 %	50,0 %	50,0 %	60,0 %	50,0 %	60,0 %	40,0 %
Bøker, aviser, blader etc.	14,3 %	100,0 %	37,5 %	50,0 %	50,0 %	50,0 %	42,9 %	42,9 %
Design	16,7 %	100,0 %	62,5 %	75,0 %	28,6 %	28,6 %	85,7 %	33,3 %
Film, video, foto	13,3 %	78,6 %	64,3 %	42,9 %	50,0 %	25,0 %	38,5 %	21,4 %
Kunsthåndverk (smykker og bijouteri)		66,7 %	66,7 %	66,7 %	33,3 %			
Musikk		100,0 %	100,0 %	100,0 %				
TV, radio	33,3 %	100,0 %	28,6 %	100,0 %	57,1 %	42,9 %	57,1 %	57,1 %
Utøvende kunst	15,0 %	95,0 %	59,1 %	63,6 %	54,5 %	13,6 %	31,3 %	57,9 %
Totalt	21,9 %	90,0 %	49,4 %	64,6 %	50,0 %	23,5 %	42,9 %	41,9 %
Kilde: Oxford Research								

Det er også interessant å merke seg at innen kulturbransjene Annonse, Arkitektur, Bøker etc., Design og Film, video, TV og radio rapporteres det flere samarbeidspartnere enn innen Kunsthåndverk og Musikk. Men når vi ser på samarbeid med andre rent generelt, se neste figur, er det TV, radio, Kunsthåndverk og Design som slår sterkest ut med hensyn til hyppighet av kontakt.

Vi har over sett på i hvilken grad de prosjektene/aktivitetene som Innovasjon Norge har medfinansiert, har ført til økt samarbeid med enkeltaktører. Ut fra et innovasjonssystemperspektiv er det imidlertid også interessant å kartlegge i hvilken grad prosjektene/aktivitetene har bidratt til økt samarbeid med flere aktører. I det følgende vil vi se på det hvor mange aktører som det er oppnådd økt samarbeid med etter kunst- og kulturområde.

Samlet sett har prosjektene ført til økt samarbeid med 3,5 aktører. Dette er relativt likt det bildet en får når en ser på alle tilsagnene som Innovasjon Norge gir. Som figuren under viser, er det imidlertid relativt stor variasjon mellom de ulike kunst- og kulturområdene. Antall samarbeidsaktører er høyest innen TV/Radio og Kunsthåndverk, mens det er lavest innen Bibliotek, museum og Bøker, aviser, blader.

Figur 4 Økt samarbeid



5.1.4 Kompetanse

Ett av Innovasjon Norges delmål er prosjektene skal føre til kompetanseutvikling i bedriftene. For å kartlegge hvor vidt dette skjer, er tilsagnsmottakerne spurt om: "I hvilken grad har prosjektet ført til økt kompetanse om...":

- Produktutvikling
- Markedsutvikling
- Strategi
- Organisasjon og ledelse
- Tilgang og kontinuerlig bruk av avansert teknologi
- Opparbeiding av bedre nettverk
- Internasjonalt samarbeid
- Internasjonale markeder
- Eksport

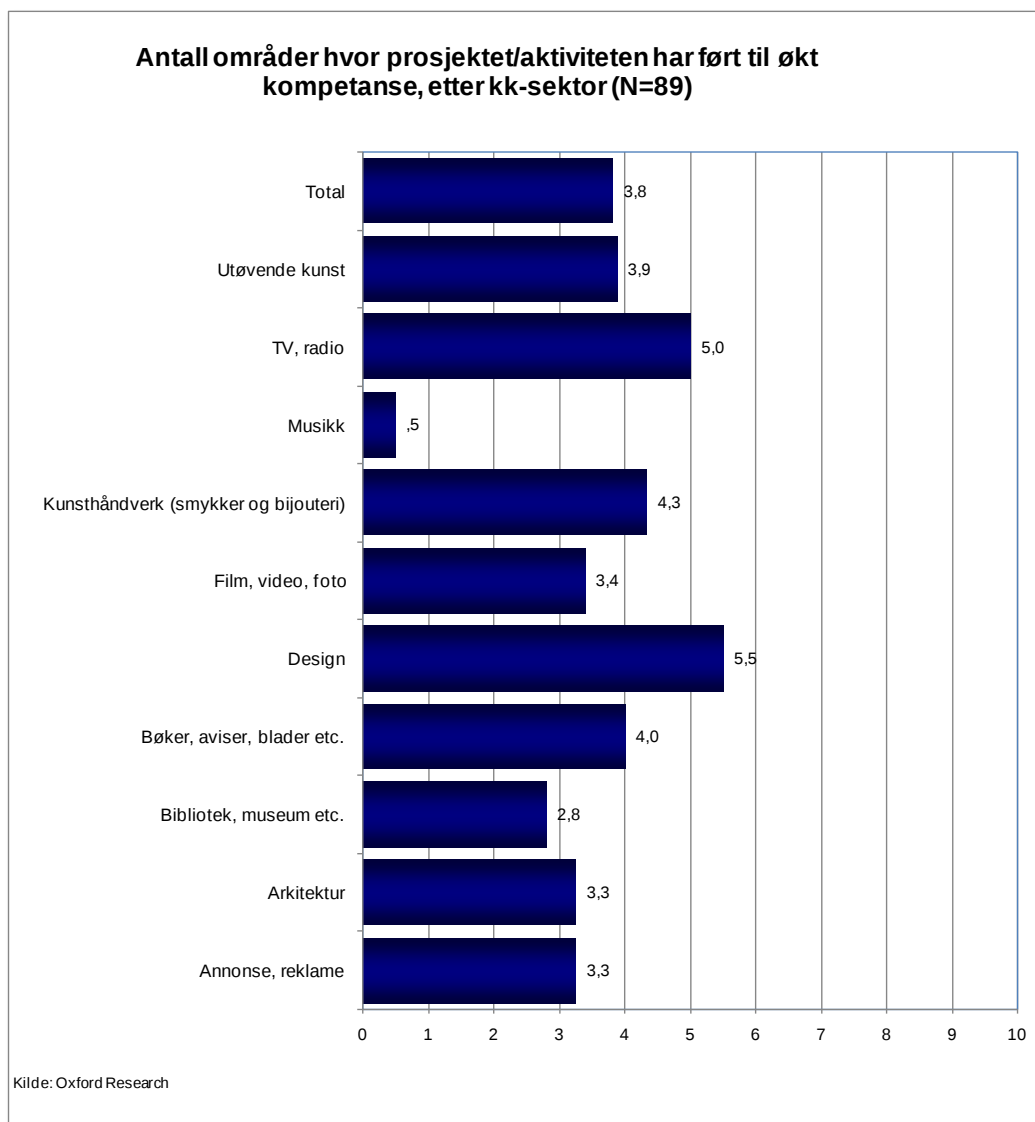
Vi har sett nærmere på i hvilken grad det er forskjeller i prosjektenes kompetansebidrag mellom de ulike kunst- og kulturområdene. Nærmere bestemt har vi undersøkt om det er forskjeller mellom andelen som mener prosjektet har ført til økt kompetanse i stor grad (skår 4 og 5) på de områdene som er listet opp over. Av tabellen under framgår det at det er relativt stor variasjon i prosjektenes bidrag til kompetanse. Dette gjelder både mellom de ulike kompetanseområdene og innen de forskjellige kunst- og kulturområdene. Ser en alle kunst og kultursektorene under ett, er det en tendens til at det er at det er de samme som skårer gjennomgående høyt på de ulike aktørene. Spesielt for Arkitektur, Bøker, Design, TV, radio og utøvende kunst har støtten fra Innovasjon Norge bidratt positivt til økt kompetanse på flere områder. Når det gjelder de enkelte aktørene, bidrar prosjektene i størst grad til økt kompetanse om produktutvikling, mens de i minst grad bidrar til økt kompetanse om internasjonalisering. Dette er som forventet i og med at disse virksomhetene primært rettet seg inn mot et nasjonalt marked. Men en kan selvfølgelig spørre seg hvorfor kulturnæringene i så liten grad er eksportrettet og hvorfor støtten fra Innovasjon Norge ikke i større grad bidrar til å gi kulturentreprenører kompetanse innen internasjonalisering og eksport? Spesielt er det bekymringsfullt at både arkitektur, design, film og musikk i så liten grad er eksportrettet. TV, radio er den gruppen som scorer høyest her. Videre er det interessant å merke seg er at prosjektet har gitt størst kompetanseeffekt for produktutvikling, markedsutvikling, strategi og bedre nettverk. Det forteller oss at dette er viktige kompetanseområder for kulturnæringene.

Tabell 12: Andel bidrag til økt kompetanse i stor grad etter kunst- og kulturnæring										
	Produktutvikling	Prosessutvikling	Markedsutvikling	Strategi	Organisasjon og ledelse	Tilgang og bruk av avansert teknologi	Bedre nettverk	Internasjonalt samarbeid	Internasjonale markeder	Eksport
Annonse, reklame	50,0 %	50,0 %	50,0 %	75,0 %	50,0 %	25,0 %	25,0 %			
Arkitektur	75,0 %	71,4 %	62,5 %	57,1 %	14,3 %	25,0 %	14,3 %	14,3 %	16,7 %	
Bibliotek, museum etc.	75,0 %	33,3 %	33,3 %	66,7 %	25,0 %	50,0 %	80,0 %			
Bøker, aviser, blader etc.	71,4 %	42,9 %	57,1 %	50,0 %	37,5 %	42,9 %	50,0 %	42,9 %	20,0 %	28,6 %
Design	87,5 %	62,5 %	75,0 %	62,5 %	62,5 %	50,0 %	62,5 %	37,5 %	50,0 %	12,5 %
Film, video, foto	41,2 %	41,2 %	58,8 %	41,2 %	23,5 %	29,4 %	52,9 %	37,5 %	21,4 %	18,8 %
Kunsthåndverk (smykker og bijouteri)	66,7 %	66,7 %	66,7 %	100,0 %	33,3 %		66,7 %	33,3 %		
Musikk							50,0 %			
TV, radio	57,1 %	71,4 %	57,1 %	71,4 %	42,9 %	57,1 %	57,1 %	57,1 %	66,7 %	50,0 %
Utvøende kunst	65,2 %	36,4 %	56,5 %	52,4 %	55,0 %	31,8 %	65,2 %	25,0 %	20,0 %	25,0 %
Totalt	61,4 %	47,5 %	57,3 %	55,0 %	38,8 %	34,1 %	54,8 %	29,5 %	22,0 %	18,2 %
Kilde: Oxford Research										

Ut fra et innovasjonssystemperspektiv er det også interessant å kartlegge i hvilken grad prosjektene/aktivitetene har bidratt til økt kompetanse i stor grad (skår 4 og 5)

på flere områder. I gjennomsnitt har prosjektene ført til økt kompetanse på 3,8 områder. Dette er relativt likt det bildet en får når en ser på alle tilsagnene som Innovasjon Norge gir. Som figuren under viser er det imidlertid relativt stor variasjon mellom kunst og kulturområdene. Antall kompetansebidrag er høyest innen Design (5,5) og TV/radio (5,0), mens det er lavest innen Musikk (0,5) og Bibliotek, museum etc. (2,8).

Figur 5 Antall områder med økt kompetanse



5.1.5 Innovasjon

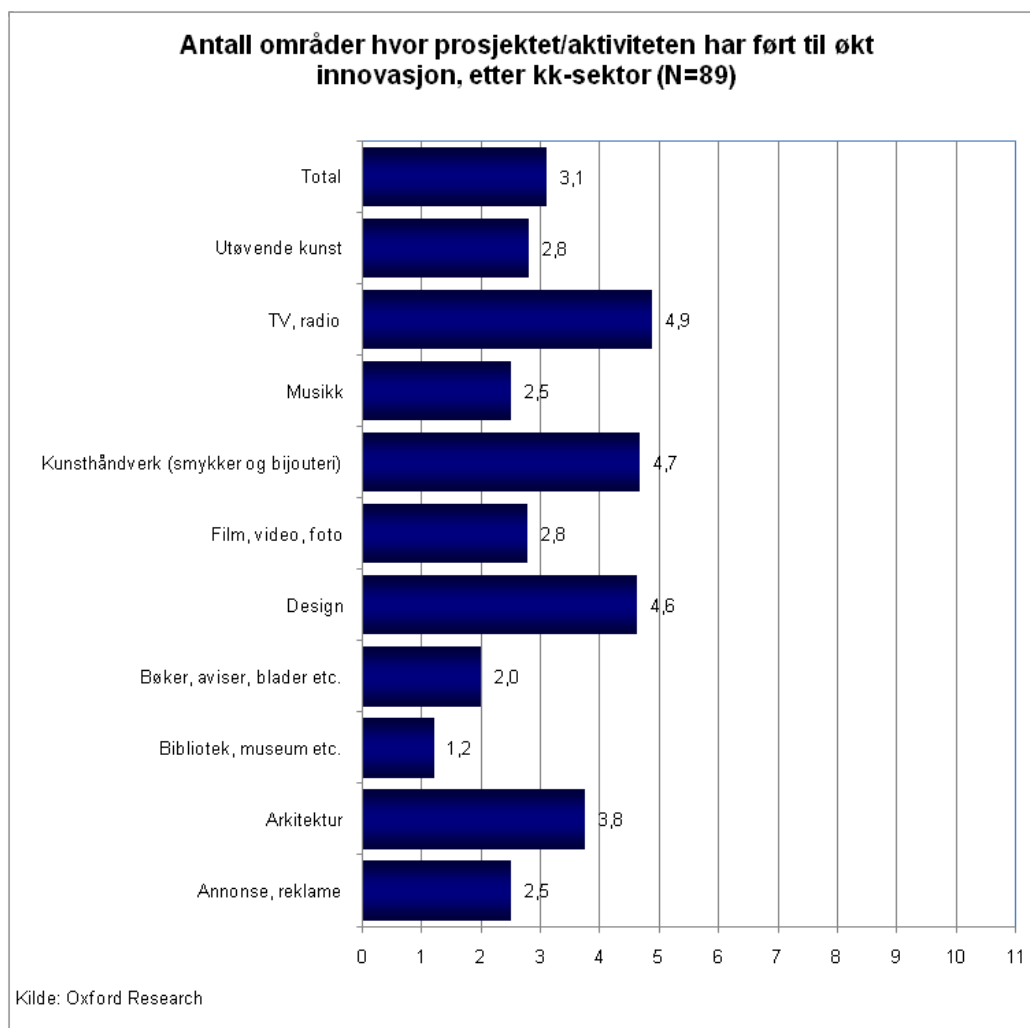
I tabellen nedenfor har vi undersøkt om det er forskjeller i prosjektenes bidrag til innovasjon ut fra kunst- og kulturområde. Bedriftene er spurt om i hvilken grad prosjektene har bidratt til produkt- og tjenesteutvikling, prosessutvikling samt markedsutvikling/-føring. Resultatene viser at prosjektene i størst grad bidrar til produkt- og tjenesteutvikling. 69 prosent av prosjektene bidrar i stor grad (skår 4 og 5) til dette. Deretter følger markedsutvikling/-føring (51 prosent) og prosessutvikling (33 prosent).

Ser en på hvordan de enkelte kunst og kulturområdene skårer, er det relativt stor variasjon mellom dem både knyttet til produkt- og tjenesteutvikling og markedsutvikling/-føring. Bidraget til produkt- og tjenesteutvikling er størst blant mottakere av tilsagn innen annonse og reklame, mens det er minst innen bøker, aviser og blader. Når det gjelder markedsutvikling/-føring, er bidraget størst knyttet til kunsthåndverk, mens det er minst for bibliotek og museum.

Tabell 13: Andel bidrag til økt innovasjon i stor grad etter kunst- og kulturnæring			
	Produkt- og tjenesteutvikling	Prosessutvikling	Markedsutvikling/-føring
Annonse, reklame	100,0 %	25,0 %	66,7 %
Arkitektur	71,4 %	28,6 %	42,9 %
Bibliotek, museum etc.	75,0 %	25,0 %	40,0 %
Bøker, aviser, blader etc.	42,9 %	28,6 %	42,9 %
Design	75,0 %	62,5 %	37,5 %
Film, video, foto	62,5 %	37,5 %	50,0 %
Kunsthåndverk (smykker og bijouteri)	66,7 %	33,3 %	100,0 %
Musikk	50,0 %		50,0 %
TV, radio	57,1 %	42,9 %	71,4 %
Utøvende kunst	81,0 %	26,1 %	50,0 %
Totalt	69,2 %	33,3 %	51,3 %
Kilde: Oxford Research			

For å få et bedre inntrykk av prosjektenes samlede innovasjonsbidrag, har vi kartlagt i hvilken grad prosjektene/aktivitetene har bidratt til økt innovasjon i stor grad (skår 4 og 5) på flere områder. I gjennomsnitt har prosjektene ført til økt innovasjon på 3,1 områder. Dette er relativt likt det bildet en får når en ser på alle tilsagnene som Innovasjon Norge gir. Som det illustreres i figuren under, er det imidlertid relativt stor variasjon mellom kunst og kulturområdene. Antall innovasjonsbidrag er høyest innen TV/radio (4,9), Kunsthåndverk (4,7) og Design (4,6), mens det er lavest innen Bibliotek, museum, etc. (1,2) og Bøker, aviser og blader (2,0). Én mulig forklaring på hvorfor noen bransjer har større innovasjonsbidrag enn andre kan ha noe med i hvilken grad de er konservative versus utviklingsorientert. For eksempel er bibliotek, museum og bøker, aviser og blader eldre og mer tradisjonsrike bransjer enn TV/radio, Kunsthåndverk (smykker og bijouteri), samt design. Dette kan være noe av forklaringen til de store forskjellene i innovasjonsbidrag.

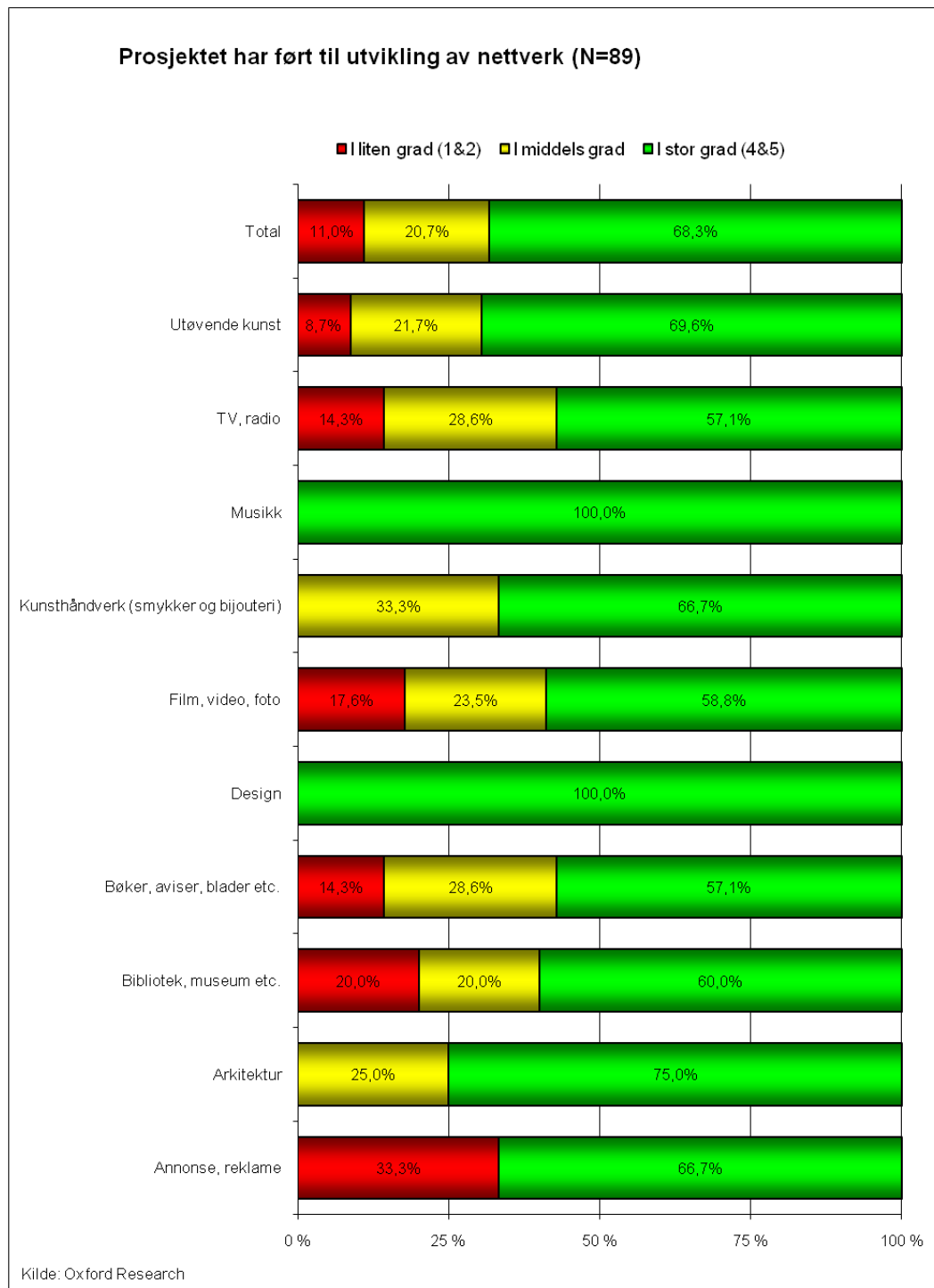
Figur 6 Antall områder med økt innovasjon



5.1.6 Nettverk

I figuren under illustreres det i hvilken grad prosjektene har bidratt til utvikling av nettverk. Samlet sett har 2/3 av prosjektene bidratt til nettverk. Nettverksbidraget er aller sterkest for musikk og design, mens det for de øvrige kunst- og kulturområdene er relativt små forskjeller. På grunn av at nettverk er av stor betydning for entreprenørvirksomhet generelt og kulturfeltet spesielt (Elstad og De Paoli, 2008) er dette funnet spesielt interessant. Det viser at støtteordningene fra Innovasjon Norge i stor grad bidrar til utvikling av nettverk. Det er et viktig bidrag som kan gi langsiktige effekter for utviklingen av spesifikke næringer og bedrifter. Det er gjennom et bredt sett av relevante nettverkskontakter at kulturentreprenører får den nødvendige informasjon, kompetanse og erfaringsdeling som de trenger for å utvikle gode prosjekter og næringer. Se Elstad og De Paoli, 2008 for en grundigere gjennomgang av forskning om betydningen av nettverk for kulturelt entreprenørskap.

Figur 7 Andel prosjekter som har ført til utvikling av nettverk



Ser vi på figuren er det musikk- og designfeltet som får størst utslag med hensyn til utvikling av nettverk, alle respondentene har her svart at prosjektet i stor grad har bidratt til utvikling av nettverk. Prosjektene har også bidratt til nettverksbygging i de andre kulturfeltene, men her svarer ca 60-70 % 'i stor grad'. Det kan være at de mer kommersielle næringene i kulturfeltet, som musikk og design er, i større grad er avhengige av nettverk og at det er derfor prosjektet har bidratt til nettverksbygging.

5.2 Norsk kulturråds virkemidler

Norsk kulturråd har i likhet med Innovasjon Norge en omfattende portefølje av støtteordninger. Det var derfor nødvendig å foreta et utvalg av støtteordninger (fagområder og underkategorier) som skulle danne grunnlaget for den webbaserte spørreskjemaundersøkelsen. Datamaterialet som ble tilgjengeliggjort baserer seg på et utvalg av underkategorier/delordninger under hvert av de store fagområdene til Norsk kulturråd. Utvalget ble dels foretatt på bakgrunn av praktiske hensyn som datatilgjengelighet, dels på bakgrunn av vurderinger foretatt av Norsk kulturråd med hensyn til støtteordningens egnethet for undersøkelsens formål. Følgende støtteordninger (fagområder) og delordninger/tiltak (underkategorier) administrert av Norsk kulturråd er valgt ut for perioden 2005-2009:

Tabell 14: Oversikt over støtteordninger som danner grunnlaget for spørreskjemaundersøkelsen			
Fagområde	Emne kategorier	Antall tildelinger 2005-2009	Sum bevilgninger 2005-2009 i NOK
Andre formål	Diverse tiltak	64	30 345 000
	Etableringer	9	4 891 420
	Tverrfaglige prosjekter	13	2 990 000
	Totalt Andre formål	86	38 226 420
Billedkunst og kunsthåndverk	Debutantstøtte	204	4 692 000
	Diverse tiltak	208	30 869 500
	Kunst og ny teknologi	183	26 484 200
	Saker som behandles i flere fagutvalg	5	1 870 000
	Utstillinger	279	16 987 000
	Utstyrsstøtte fellesverksteder	44	3 595 000
Totalt Billedkunst og kunsthåndverk		923	84 497 700
Kulturbygg-Rom for kunst	Andre kulturbygg	2	1 850 000
	Arenautvikling	17	11 830 000
	Billedkunst	79	41 163 080
	Forprosjekt	1	250 000
	Rom for kunst	12	4 300 000
	Saker som behandles i flere fagutvalg	14	30 440 000
	Scenekunst	31	11 414 000
Totalt Kulturbygg-Rom for kunst		183	120 327 080
Litteratur	Andre litteraturtiltak	171	11 850 500
	Litteraturfestivaler	72	5 436 500
	Saker som behandles i flere fagutvalg	2	90 000
Totalt Litteratur		245	17 377 000
Musikk	Andre musikktiltak	134	17 887 000
	Arrangører og festivaler	246	9 913 000
	Ensembler	442	94 983 000
	Innenlandsturneer	131	5 283 750
	Rytmask musikk - arrangører	164	9 483 000
	Rytmask musikk - musikere	208	12 466 000

	Saker som behandles i flere fagutvalg	13	3 941 000
	Tilskudd til musikkfestivaler	414	152 204 000
	Utenlandsturneer	282	13 956 150
Totalt Musikk		2 034	320 116 900
Scenekunst	Dans	140	67 849 000
	Diverse	66	18 887 000
	Faste sceniske grupper (post 74)	1	800 000
	Fri scenekunst - teater	206	95 217 050
	Frie grupper	130	49 546 000
	Gjestespill	322	20 126 460
	Saker som behandles i flere fagutvalg	21	28 859 080
	Scenekunst og ny teknologi	11	1 260 000
Totalt Scenekunst		897	282 544 590
TOTALT 2005-2009		4 368	863 089 690
Kilde: Norsk kulturråd, bearbeidet av Oxford Research			

Som det fremgår av tabellen, ble det i perioden 2005 til 2009 bevilget i underkant av 900 millioner kroner gjennom disse ordningene, fordelt på 4 368 tilsagn. Disse tilsagnene er fordelt på i overkant av 2200 aktører.⁵

Fra denne populasjonen ble deretter samtlige støttemottagere som det kunne fremskaffes e-postadresser for valgt ut som deltagere. Til tross for at Oxford Research brukte ressurser på å fremskaffe enda flere e-postadresser enn det som var tilgjengelig fra Norsk kulturråds informasjon, ble det ikke identifisert e-postadresser for mer enn rundt halvparten av støttemottagerne.

Spørreskjemaet (se vedlegg 8.2) ble utviklet over tid etter å ha innhentet erfaring gjennom workshopene samt i dialog med representanter fra Norsk kulturråd. Intensjonen om å anvende samme spørreskjema som er brukt i Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelser ble oppgitt da det i prosessen ble klart at språkbruken og begrepene som er anvendt i dette skjemaet i liten grad ville oppleves som relevant for aktører innenfor kunst- og kulturnæringene. Dermed ble flere spørsmål omformulert og nye, mer relevante spørsmål tatt inn i spørreskjemaet. Konsekvensen av dette er at mulighetene for å sammenligne resultatene fra de to undersøkelsene har blitt redusert.

Neste tabell viser svarprosent per fagområde.

⁵ Dette tallet er beheftet med en viss usikkerhet da det kan forekomme dobbelttelling av enkelte aktører på grunn av ulik registrering av en og samme aktør i Norsk kulturråds støttesystemer. I tillegg har enkelte støttemottagere mottatt støtte fra flere enn ett fagområde. Disse har blitt fordelt på fagområder etter andelen på de ulike tilsagnenes størrelse.

Tabell 15: Svarprosent per fagområde							
Fagområde	Støtte- mottakere i populasjo- nen	Antall sendte e- poster	Antall feilede e-poster	Antall fullstendig besvarte undersøkelser	Svar- prosent	Antall ufullstendig besvarte undersøkelser	Svar- prosent
Andre formål	54	24	1	7	30,43 %	5	52,17 %
Billedkunst og kunsthåndverk	576	264	21	89	36,63 %	22	45,68 %
Kulturbygg- Rom for kunst	106	65	4	20	32,79 %	8	45,90 %
Litteratur	126	56	1	15	27,27 %	8	41,82 %
Musikk	908	391	37	127	35,88 %	33	45,20 %
Scenekunst	437	302	31	97	35,79 %	14	40,96 %
Totalt	2 207	1 102	95	355	35,25 %	90	44,19 %
Kilde: Oxford Research							

Som det fremgår av tabellen, har litt i overkant av 35 prosent av de støttlemottagerne som hadde mulighet til å besvare undersøkelsen levert fullstendige besvarelser. Legger vi til de 90 støttlemottagerne som har levert ufullstendige besvarelser, kommer vi opp i en svarprosent på litt i overkant av 44 prosent. Dette kan betegnes som en akseptabel svarprosent.

Vi har testet for hvorvidt de som har svart på undersøkelsen er representative for populasjonen (= alle støttlemottagere innen de utvalgte støtteordningene fra Norsk kulturråd i perioden 2005 til 2009). Testene er gjennomført på bakgrunn av fordelinger innen støtteområder samt antall tilsagn per støttlemottager samlet sett over perioden. Vi finner ingen systematiske forskjeller mellom de som har svart og populasjonen. Dermed kan vi gå ut ifra at de som har svart er representative for alle som har fått tilsagn.

Det er likevel viktig å presisere at det finnes flere tiltak under hvert fagområde som ikke er omfattet av undersøkelsen. For eksempel er innkjøpsordningene for litteratur og musikk er holdt utenfor undersøkelsen. Dette betyr at det på litteraturområdet er tatt med ordninger som omfatter bl.a. tilskudd til feks litteraturfestivaler, bokbyer og ulike litteraturformidlingstiltak, men ikke støtten til den veletablerte næringskjeden mellom forfatter – forlag – bokbransje – bibliotek. Utvalget innenfor litteratur til undersøkelsen representerer omlag 6 MNOK av totalt 140 MNOK i statsbudsjettets avsetning til litteratur i Kulturrådet. Dette innebærer at det er problematisk ut fra funnene å si noe om litteraturfeltet i Norge generelt.

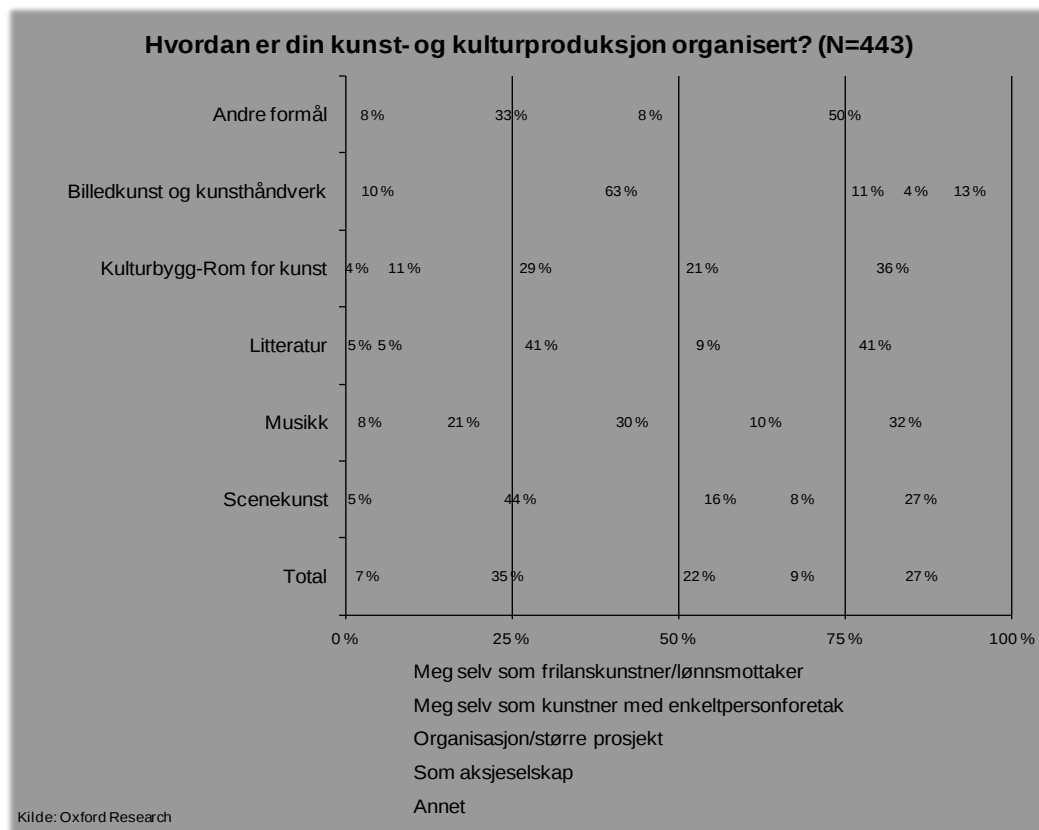
Dataene er samlet inn ved hjelp av programmet LIME Survey og analysert i SPSS hovedsakelig ved anvendelse av krystabeller.

I det videre presenteres først informasjon om støttlemottagernes kunst- og kulturproduksjon. Deretter rettes oppmerksomheten mot resultater og effekter av støttlemidlene, for vi ser nærmere på støttlemottagernes oppfatning av Norsk kulturråd. Avslutningsvis presenteres resultater fra spørsmål om andre tilskuddsytere på kunst- og kulturområdet.

5.2.1 Informasjon om støttemottagernes kunst- og kulturproduksjon

I neste figur vises hvordan støttemottagerne har valgt å organisere sin kunst- og kulturproduksjon.

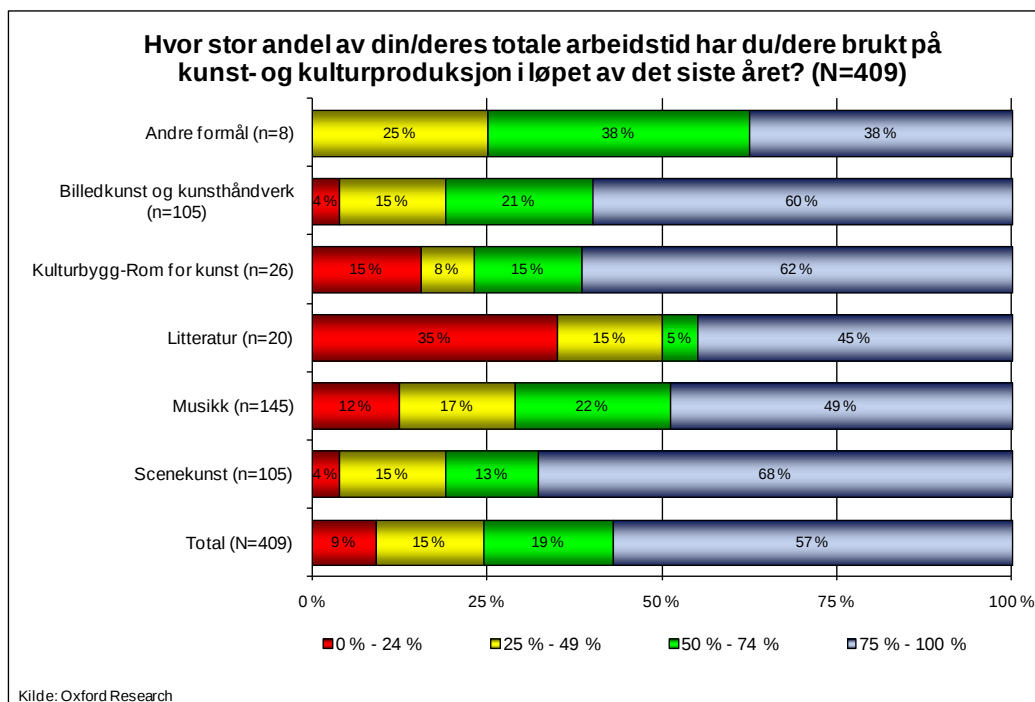
Figur 8 Organisering av kunst- og kulturproduksjon, etter kunstform



Ser vi først på hvilken organisasjonsform kunstnerne velger for sin produksjon av kunsten, ser vi at enkeltpersonforetakene dominerer. Det forekommer også hyppig andre former for organisering, som oftest blandinger av de ulike formene, samt stiftelser. Det er også betydelige forskjeller mellom de ulike kunstformene. Enkeltpersonforetakene er den foretrukne organiseringsformen blant billedkunstnere og kunsthåndverkere, mens forfattere synes å foretrekke å organisere sin produksjon gjennom prosjekter eller andre former for organisasjoner.

Støttemottagerne ble også spurt om hvor stor andel av deres totale arbeidstid siste år som ble anvendt til kunst- og kulturproduksjon. Resultatene er fremstilt i neste figur.

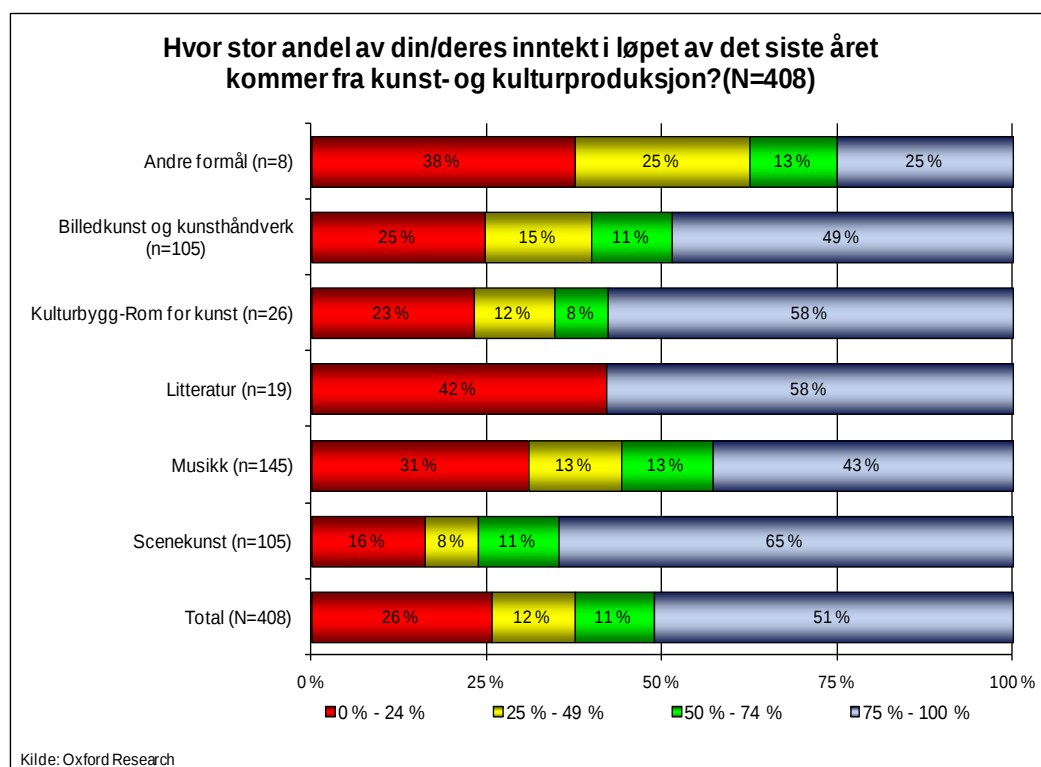
Figur 9 Andel av total arbeidstid brukt på kunst- og kulturproduksjon siste år, etter kunstform



Som figuren viser, er det forskjeller mellom de ulike kunstformene. Blant forfatterne oppgir over en tredel at de kun bruker mellom 0 og 24 prosent av sin totale arbeidstid til sitt forfatterskap, mens utøvere på scenekunstmrådet har den høyeste andelen som oppgir at de bruker mellom 75 og 100 prosent av sin totale arbeidstid på sin kunst- og kulturproduksjon. I snitt er det likevel en større andel som bruker mer enn tre fjerdedeler på sin kunst- og kulturproduksjon enn de som bruker mindre tid enn dette.

I neste figur fremstilles andelen av støttemottagernes inntekt siste år som kommer fra deres kunst- og kulturproduksjon.

Figur 10 Andel av inntekt fra kunst- og kulturproduksjon siste år, etter kunstform



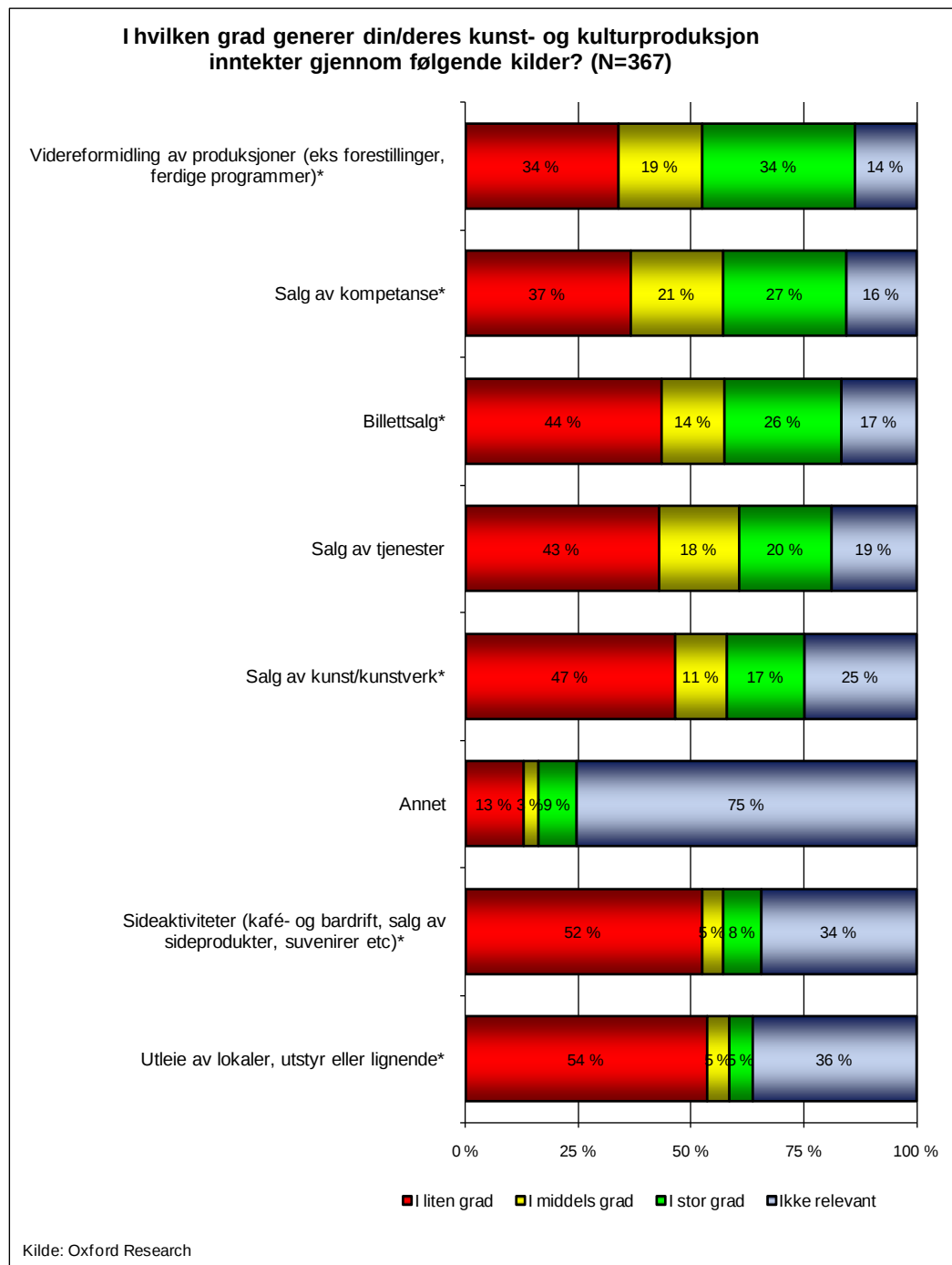
Av figuren fremgår det at inntektene ikke ser ut til å samsvare med støttemottagernes arbeidsinnsats i forhold til kunst- og kulturproduksjon. Tar vi utgangspunkt i de ulike kulturfeltene er det scenekunstfeltet som scorer markant høyest på andel av inntekt fra kulturproduksjon, der 68 % bruker mellom 75-100 % av tiden på kunstproduksjon og der 65 % får 75-100 % av inntektene fra kulturproduksjon. Det betyr ikke nødvendigvis at det er denne gruppen som tjener godt på kunsten, men heller at inntektsmulighetene fra andre kilder er lav og at kunstnerne er dedikert til kulturfeltet. I motsatt ende finner vi litteratur der hele 42 % rapporterer at de får kun 0-24 % av inntektene fra kulturproduksjon, men med 58 % som oppnår 75-100 % av inntekten fra kunstproduksjon. Inntektsmulighetene fra andre kilder er her til stede, samt at det må være store forskjeller på hvem som lever godt av kunsten og de som ikke gjør det. For støttemottagere innen billedkunst og kunsthåndverk finner vi den største forskjellen på andel tid som blir brukt på kunsten og i hvilken grad inntektene kommer derfra. Ut fra tabellen kan vi lese at her er inntektsmulighetene svake med kun 49 % som svarer at deres inntekter i stor grad kommer fra kunstproduksjon, mens de derimot bruker 60 % av tiden på kunstproduksjon. Generelt er det en lavere andel som oppgir en høy andel av totale inntekter fra kunst- og kulturproduksjon sett i forhold til arbeidsinnsatsen (figur 7), mens det er en høyere andel som oppgir lav inntektsandel. Derfor er det nærliggende å se disse to forholdene i sammenheng og dette er fremstilt i tabellen under.

Tabell 16: Sammenligning av arbeidsinnsats og inntekt fra kunst- og kulturproduksjon				
Andel av total arbeidstid brukt på kunst- og kulturproduksjon siste år	Andel av inntekt fra kunst- og kulturproduksjon siste år			
	0 % - 24 %	25 % - 49 %	50 % - 74 %	75 % - 100 %
0 % - 24 %	92 %	0 %	3 %	6 %
25 % - 49 %	56 %	22 %	3 %	19 %
50 % - 74 %	33 %	20 %	28 %	20 %
75 % - 100 %	5 %	8 %	9 %	77 %
Totalt	26 %	12 %	11 %	51 %
Kilde: Oxford Research				

Sammenligningen av kunstnernes arbeidsinnsats med deres inntekter fra kunst- og kulturproduksjonen gir et interessant bilde og av tabellen ser vi at det ikke er slik at det er en jevn fordeling i forholdet mellom arbeidsinnsats og inntekter fra kunstnernes kunst- og kulturproduksjon. Ser vi på de som jobber enten lite eller mye med kunst- og kulturproduksjon, fremkommer det et forventet forhold, det vil si at liten arbeidsinnsats går hånd i hånd med lav andel av arbeidsinntekt. For mellomgruppene, det vil si de som bruker mellom 25 og 74 prosent av sin arbeidstid på kunst- og kulturproduksjon, er forholdet helt annerledes. Her er det slik at inntektene faller mye lavere ut enn det arbeidsinnsatsen skulle tilsi. Dermed er det rimelig å anta at disse utøverne i høyere grad er tvunget til å spe på sin inntekt med arbeid på andre områder enn kunst- og kulturproduksjon. Det er nærliggende å betrakte denne gruppen utøvere som de som enda ikke har tatt spranget over til å leve av sin kunst- og kulturproduksjon samt at det befinner seg et visst antall kunst- og kulturentusiaster i denne gruppen (kanskje spesielt i den første undergruppen) som ikke har som mål å leve av sin kunst- og kulturproduksjon. Det må imidlertid sies at vi ikke har noen informasjon om inntektsnivået til utøverne, de ovenstående kommentarene er utelukkende basert på observasjoner av relative forhold om arbeidsinnsats og inntektsandel. Det kan også tenkes at enkelte respondenter ikke har skilt strengt mellom personlig inntekt og bedriftens/prosjektets inntekt, der dette er relevant.

I neste figur vises støttemottagernes vurderinger av ulike inntektskilder knyttet til deres kunst- og kulturproduksjon.

Figur 11 Inntektskilder for kunst- og kulturproduksjon



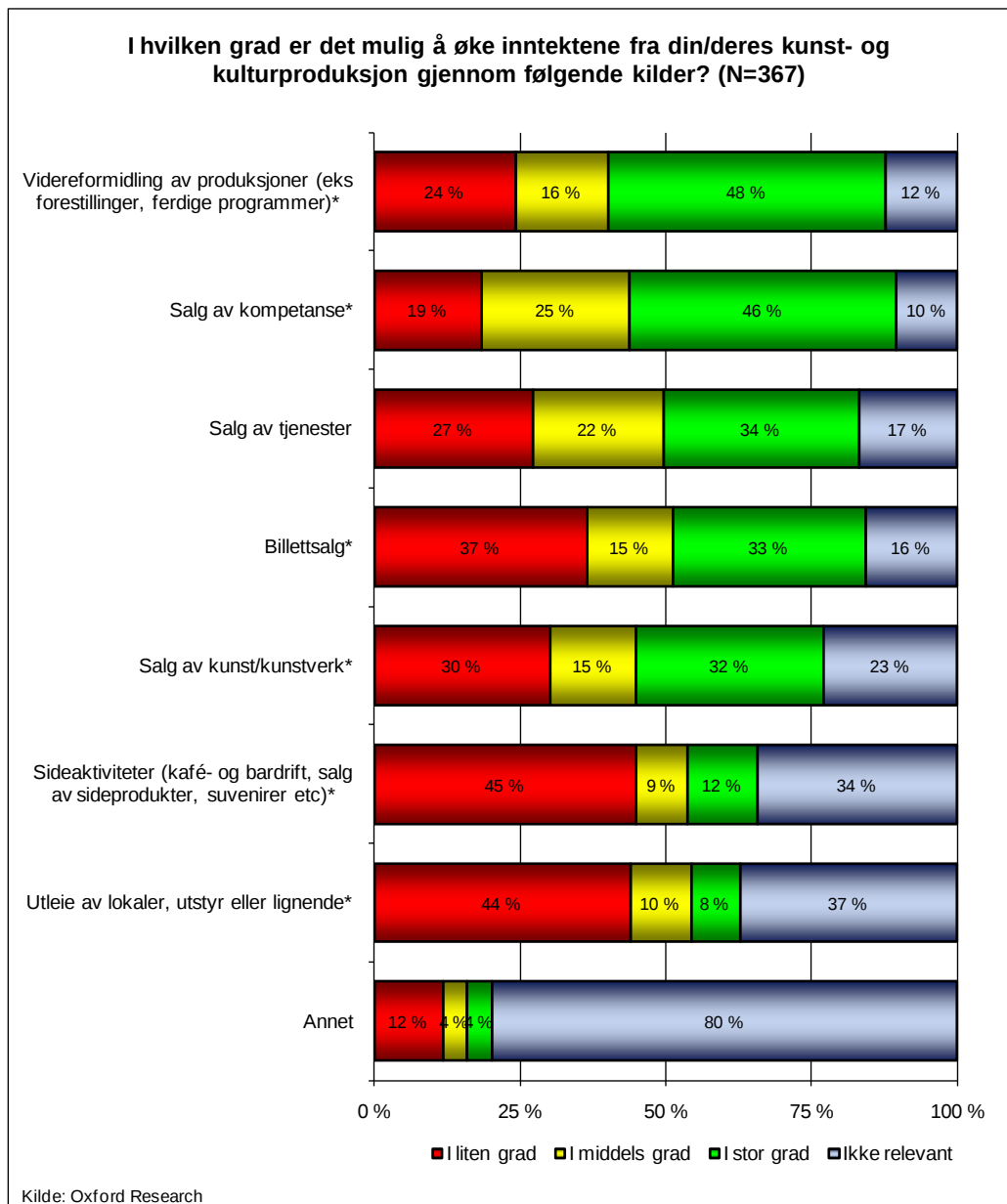
* indikerer variabel med forskjeller mellom kunst- og kulturområdene som er signifikant på 5-prosent-nivået

Et raskt blikk forteller oss at det er videreformidling av produksjoner og salg av kompetanse som generer inntekter. Salg av kompetanse kan være knyttet til at kunstnere anvendes i større grad i næringslivet på forskjellige måter. Billettsalg, salg av tjenester og kunst, samt sideaktiviteter og utleie av lokaler slår i liten grad ut som inntektskilder. Det er bekymringsfullt at salg av kunst slår så lavt ut. Dersom målet med kunst- og kulturproduksjon i større grad blir dreid mot at det skal generere inntekter, burde alle disse kildene i større grad slå ut sterkere, så her er det utviklingspotensialer. Det er videreformidling av produksjoner og salg av

kompetanse som har størst potensial til å generere inntekter, spesielt er det da viktig å stimulere til økt salg og distribusjon av eksisterende produksjoner.

I neste figur vises støttemottagernes vurderinger av mulighetene for å kunne øke inntektene fra de ulike inntektskildene.

Figur 12 Muligheter for økte inntekter



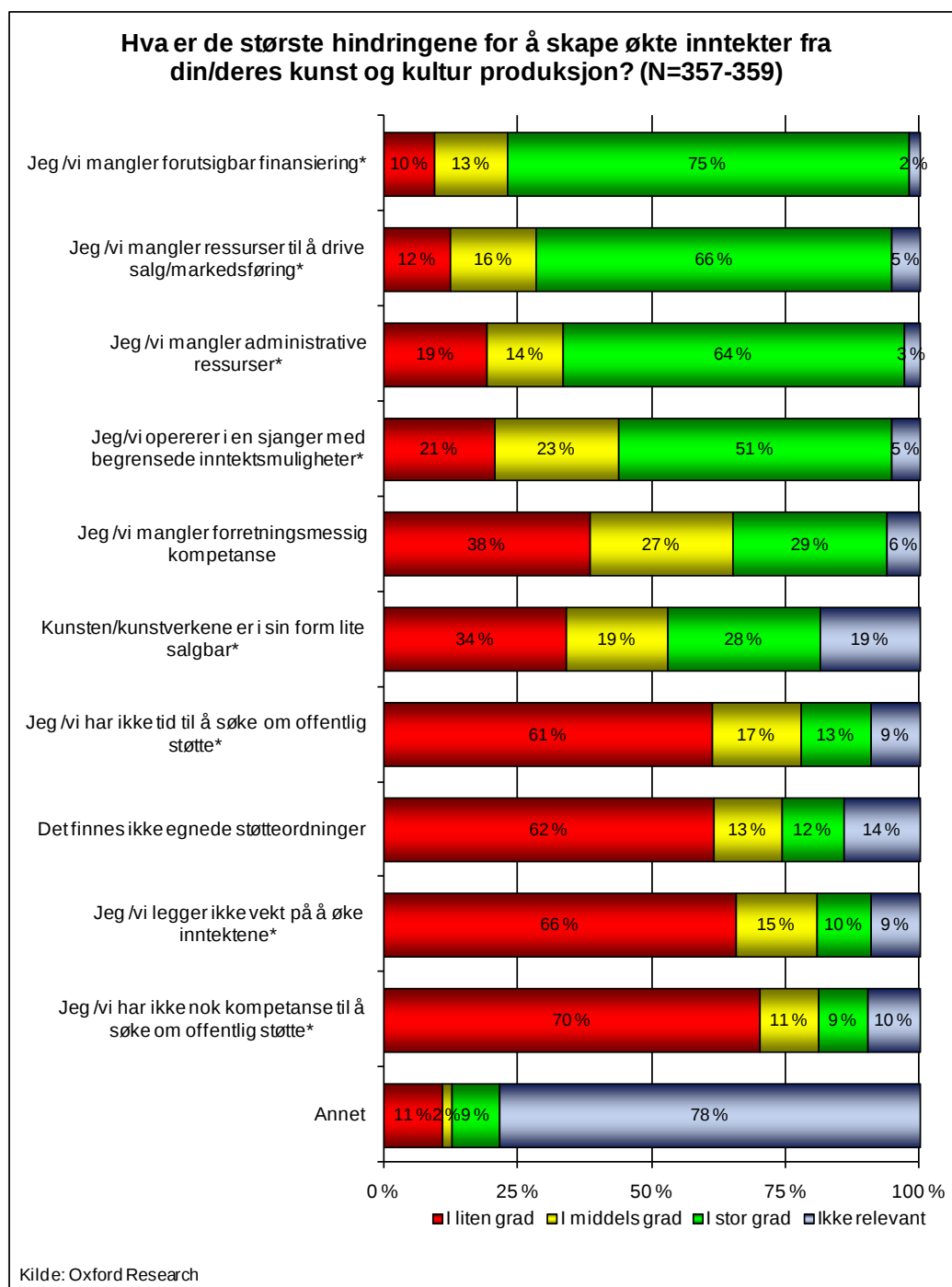
* indikerer variabel med forskjeller mellom kunst- og kulturområdene som er signifikant på 5-prosent-nivået

Sammenligner vi de to foregående figurene, ser vi at støttemottagerne vurderer potensialet som størst for økning av inntektene fra de kildene de allerede genererer inntekter fra. Dermed synes de ikke å se særlig stort potensial i – for dem – nye inntektskilder. Dette avdekker at de er konservative, at de ser potensialet for økte inntekter kun ut fra det de allerede får. Her er det behov for nytenkning og frigjøring fra det bestående, for å fremme en økt næringsutvikling. Kunstnere og kulturfolk trenger å få innspill på hvordan kunst- og kulturproduksjonen kan øke deres

inntekter på nye og originale måter. Det er behov for innovativ kommersiell tenkning, noe som også kan stimuleres ved kommersiell kompetanseutvikling, konsulenthjelp, nettverk med andre og så videre.

I neste figur presenteres støttemottagernes vurderinger av de største hindringene mot å skape økte inntekter fra deres kunst- og kulturproduksjon.

Figur 13 Hindringer mot økte inntekter



* indikerer variabel med forskjeller mellom kunst- og kulturområdene som er signifikant på 5-prosent-nivået

De største hindringene for å skape økte inntekter oppleves å være manglende finansiering og ressurser. Dette er et funn som kan diskuteres, fordi det ikke nødvendigvis er mer penger som løser alle problemene og opphever alle hindringene.

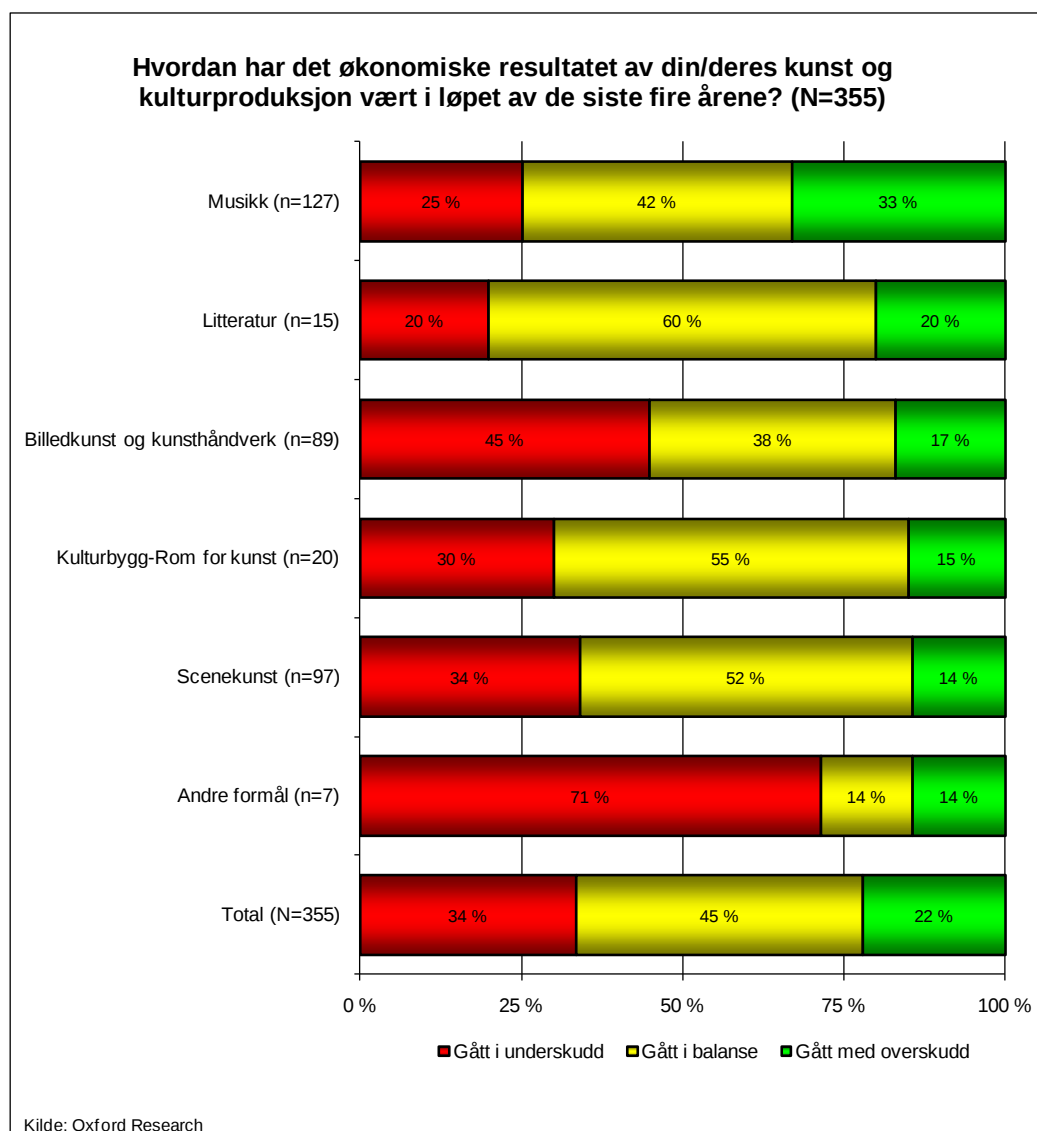
Men det er helt klart et problem at 75 % opplever at manglende forutsigbar finansiering av kunst- og kulturproduksjonen hindrer dem i å skape økte inntekter. Manglende forutsigbarhet har med manglende langsiktighet og peker nok en gang på at støtteordningene fra Norsk kulturråd er kun prosjektbasert og bidrar i liten grad til å utvikle langsiktig produksjon og virksomhet.

Manglende ressurser til å drive salg/markedsføring og administrative ressurser er også en viktig hindring for å skape økte inntekter. Det kan tolkes både som en refleksjon av at kunstnere og kulturfolk ser på slike oppgaver som krevende og ønsker å kjøpe disse tjenestene, men også at de mangler en grunnleggende innføring i markedsføring og administrasjon. Spørsmålet her er i hvilken grad en skal basere seg på å utvikle ordninger som gir øremerket støtte til å kjøpe markedsførings- og administrasjonstjenester eller om kunstnerne og kulturfolk må forventes å lære seg noe grunnleggende om markedsføring og administrasjon dersom de skal overleve og tjene mer på kunsten. Dette rører ved grunnleggende verdier og motivasjon hos kunstnere og ikke minst den kunstneriske autonomien.

Ellers avdekker figuren også at holdningene kan være begrensende på å øke inntektene, hele 51 % synes de i stor grad er i en sjanger med begrensede inntektsmuligheter og 28 % synes at kunsten er lite salgbar. Det kan være reelt, men det kan også være at kunstnere og kulturfolk ser begrensningene, mer enn de økonomiske mulighetene som finnes i feltet. Men kunstnere er opptatt av å øke inntektene fordi hele 58 % mener at de i liten grad kan støtte opp om følgende utsagn; Jeg/vi legger ikke vekt på å øke inntektene. Så ønsket og behovet om å øke inntektene er der, spørsmålet er bare hvordan en kan få det til og hvem som skal ha ansvaret for å gjøre det; kunstnerne eller innleide produsenter/kommersielle agenter/administratorer eller markedsførere?

Vi har også bedt støttemottagerne om å oppgi de økonomiske resultatene fra deres kunst- og kulturproduksjon i løpet av de siste fire årene. Resultatene er gjengitt i neste figur.

Figur 14 Økonomiske resultater av kunst- og kulturproduksjon 2005-2009

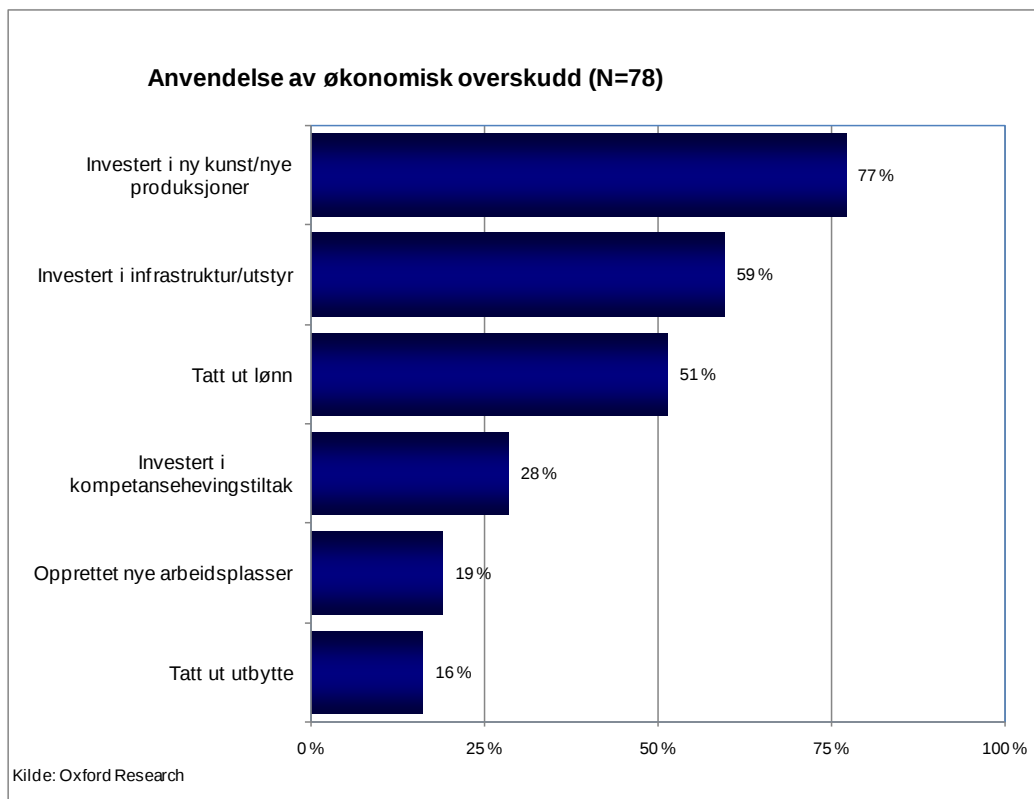


* indikerer variabel med forskjeller mellom kunst- og kulturområdene som er signifikant på 5-prosent-nivået

Som vi ser av figuren er det forskjeller i økonomisk resultat mellom de ulike kunst- og kulturområdene. Musikk skiller seg ut med de beste resultatene, mens utøverne innen scenekunst, bildekunst og kunsthåndverk samt andre formål har generert dårligere økonomiske resultater. Dette funnet kan tyde på at det økonomiske potensialet er størst for musikk, men det kan også tyde på at holdningene innen musikkfeltet er mer kommersielt orientert og derfor jobbes det mer mot å oppnå økonomisk overskudd enn i de andre kulturfeltene. Det å gå i balanse er målet for mange kunstnere og kulturfolk slik at potensialet for å tjene mer ikke alltid utnyttes tilstrekkelig. Dette har noe med drivkrefter og motivasjon blant kunstnere å gjøre. For en nærmere forståelse av drivkrefter og motivasjon blant musikere henvises til tidligere utredninger om musikkensemblerne (Langdalen, 2008) og spørreundersøkelse blant norske jazzmusikere for Norsk Jazzforum (Langdalen, 2007).

Til slutt ser vi på hvordan støttmottagerne som har hatt økonomisk overskudd av sin kunst- og kulturproduksjon har anvendt dette overskuddet. Disse resultatene er fremstilt i neste figur.

Figur 15 Anvendelse av økonomisk overskudd



Som vi ser av figuren, er det mest vanlig å anvende overskuddet i kunst- og kulturvirksomheten, mens over halvparten også har valgt å ta overskuddet ut som lønn.

5.2.2 Resultater og effekter av Norsk kulturråds midler

I neste figur fremstilles det hva mottagerne har anvendt midlene de har mottatt fra Norsk kulturråd til.

Figur 16 Anvendelsesområder for tildelte midler fra Norsk kulturråd i perioden 2005-2009

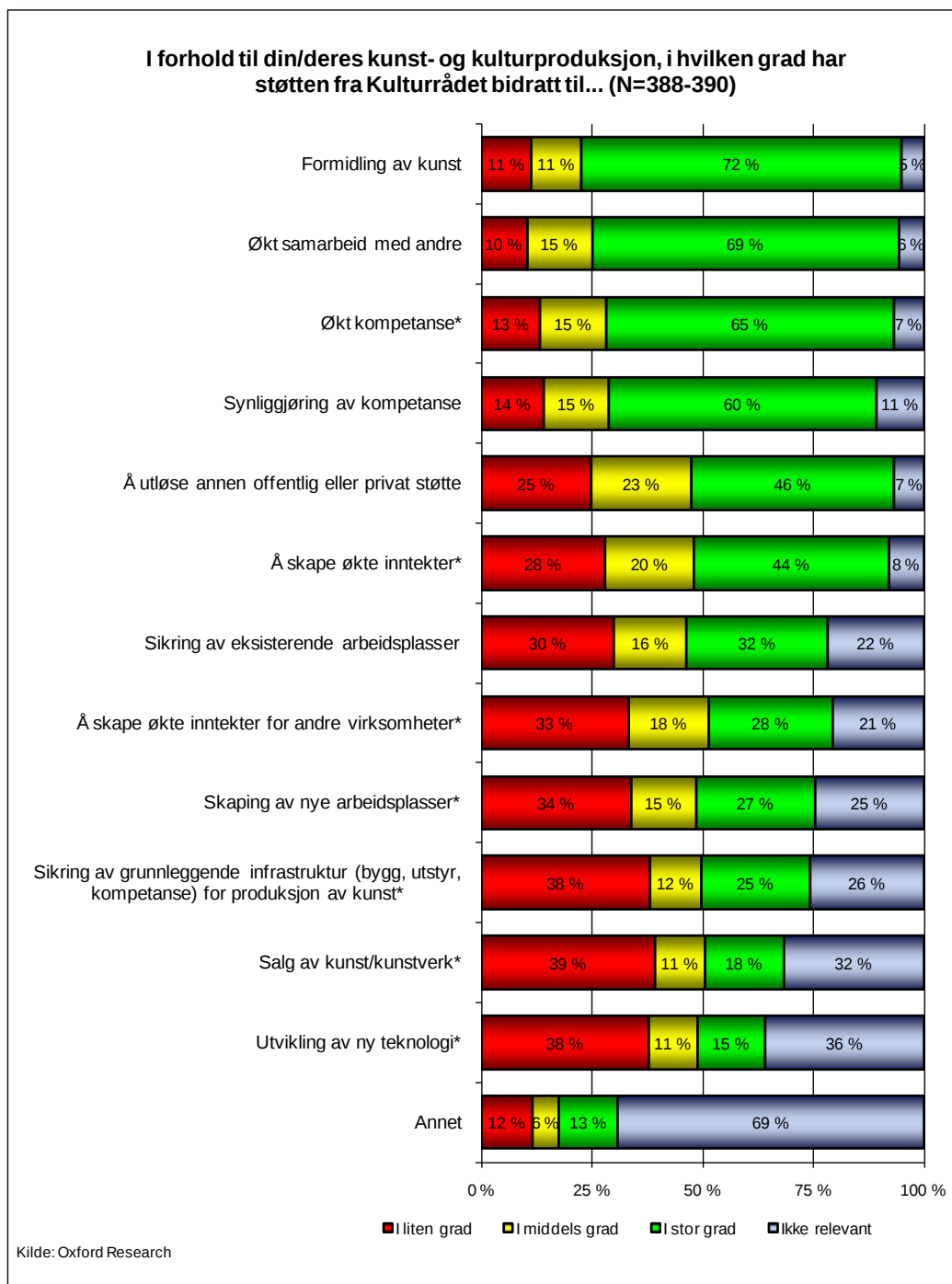


Som figuren tydelig viser, brukes midlene fra Norsk kulturråd hovedsakelig til gjennomføring av enkeltstående og videreføring av eksisterende kunstprosjekter. I langt mindre grad angir støttemottagerne anvendelsesområder som etablering av ny virksomhet, kompetanseheving og nettverksutvikling. Dette kan tyde på at støtten fra Norsk kulturråd ikke bidrar til oppbygging av langsiktig kunst- og kulturproduksjon gjennom for eksempel bedrifter. Dette er et viktig funn som forteller oss at støtteordningene fra Norsk kulturråd i for liten grad bidrar til næringsutvikling og langsiktig drift. Det er ikke et overraskende funn fordi motivene til Norsk kulturråd har vært å utvikle god kunst og finansiere det prosjektbaserte nyskapende kulturfeltet. Prosjektstøtten har heller ikke vært fulgt opp langsiktig fra Norsk kulturråd og det har ikke vært krav til rapportering av hvordan midlene har blitt brukt til nettverks- og kompetanseutvikling, investeringer og etableringer, så her er det potensial for å utvikle støtten til å få en mer langsiktig effekt for nettverks- og kompetanseutvikling og langsiktig næringsdrift.

Det forekommer til dels store forskjeller mellom kunst- og kulturområdene i forhold til anvendelsesområder, og da spesielt på de hyppigst nevnte områdene. For eksempel oppgir scenekunstnere langt hyppigere enn musikere at midlene er anvendt til gjennomføring av enkeltstående kunstprosjekter og forprosjekter, mens musikerne i større grad enn andre bruker midlene til videreføring av eksisterende kunstprosjekter. For de anvendelsesområdene med lavest hyppighet er det ingen store forskjeller mellom kunst- og kulturområdene.

I neste figur vises en oversikt over støttemottagernes vurderinger av hva støtten fra Norsk kulturråd har bidratt til i forhold til kunst- og kulturproduksjonen.

Figur 17 Bidrag fra støtten fra Norsk kulturråd



* indikerer variabel med forskjeller mellom kunst- og kulturområdene som er signifikant på 5-prosent-nivået

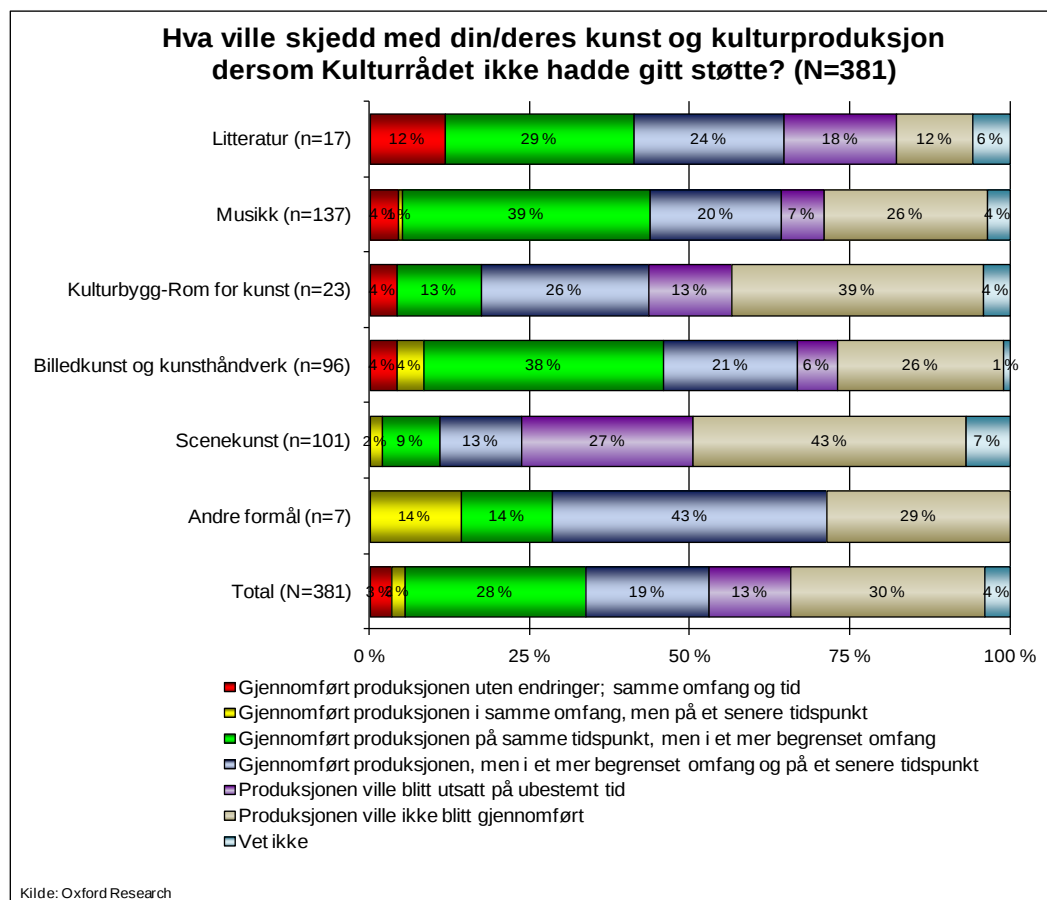
Denne figuren viser effekten av Norsk kulturråds støtteordninger. Generelt og på tvers av kulturfeltene finner en at støtteordningene bidrar i stor grad til formidling av kunst, økt samarbeid med andre, økt kompetanse og synliggjøring av kompetanse. Det er meget interessant å se at støtten fra Norsk kulturråd bidrar til å utløse annen offentlig eller privat støtte, hele 45,90 % svarer i stor grad her. Det sier noe om at støtten fra Norsk kulturråd sees på som en viktig premiss og kvalitetsstempel for å søke penger andre steder. Hele 44 % rapporterer at støtten i stor grad skaper økte inntekter. Det er signifikante forskjeller på effekten for de ulike kulturfeltene, vi skal gå litt inn på det selv om det ikke rapporteres i tabellen. Når det gjelder utslag på økt

kompetanse slår støtten her lavt ut for litteratur, mens høyt for billedkunst og kunsthåndverk, scenekunst og andre formål. Støtten skaper i liten grad økte inntekter for litteratur, billedkunst og kunsthåndverk, mens den i høy grad skaper økte inntekter for musikk. Det er også musikk som scorer høyst på å skape økte inntekter for andre virksomheter, mens den er lav for litteraturfeltet.

I et næringsutviklingsperspektiv burde støtteordningene i større grad bidra til sikring av eksisterende arbeidsplasser, å skape økte inntekter for andre virksomheter, skaping av nye arbeidsplasser og salg av kunst og kunstverk. Men når det gjelder skaping av nye arbeidsplasser og salg av kunst og kunstverk slår resultatene signifikant forskjellig ut her for de ulike kulturfelt. Mens skaping av nye arbeidsplasser er lavt for litteratur, billedkunst og kunsthåndverk er det høyt for scenekunst. Det har noe med at scenekunst involverer mange flere og er en kollektiv kunstform, mens litteratur og billedkunst er en individualistisk kunstform. Det er interessant at støtten fra Norsk kulturråd også slår ut høyst for scenekunsten når det gjelder salg av kunst, mens den er lav for litteratur og billedkunst. Scenekunstfeltet har med andre ord store potensialer for å både skape nye arbeidsplasser og få til økt salg.

I neste figur ser vi på støttemottagernes vurderinger av hva som ville skjedd med den kunst- og kulturproduksjonen som det ble søkt om støtte til, dersom Norsk kulturråd ikke hadde innvilget søknaden.

Figur 18 Addisjonalitet



* indikerer variabel med forskjeller mellom kunst- og kulturområdene som er signifikant på 5-prosent-nivået

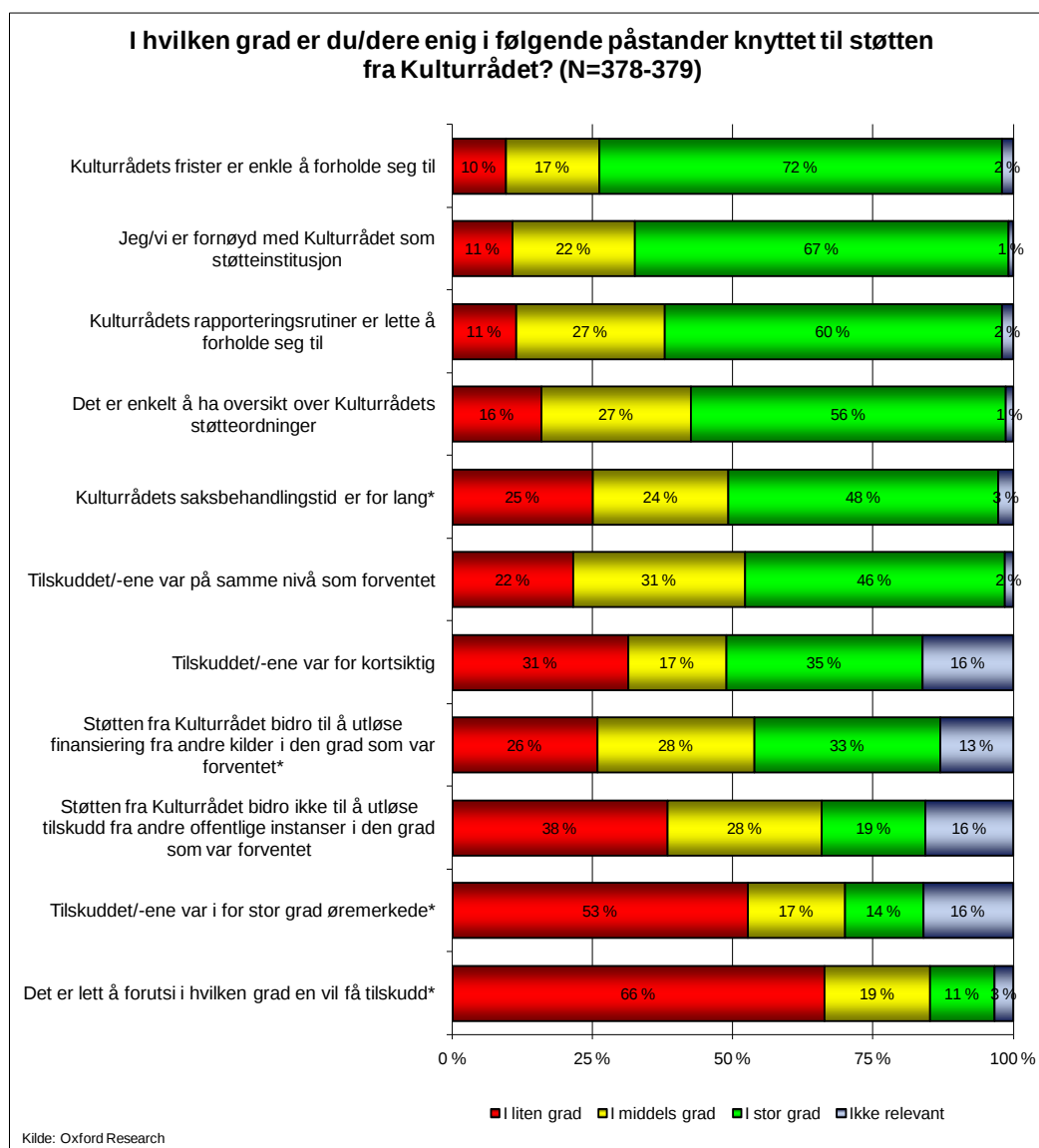
De langt fleste ville enten ikke ha gjennomført prosjektet i det hele tatt eller ha gjennomført produksjonen i et mindre omfang. Dette betyr at vi kan si at Norsk kulturråds midler har en høy grad av addisjonalitet, det vil si at midlene i stor grad evner å utløse produksjoner som ellers ikke ville ha blitt gjennomført. Sammenligner vi med resultater fra Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelser over tid, er det en betydelig forskjell i andelen prosjekter med lav addisjonalitet, det vil si prosjekter som ville blitt gjennomført etter planene uavhengig av offentlig støtte.

Det er imidlertid betydelige forskjeller mellom de ulike kunst- og kulturområdene og vi kan på bakgrunn av resultatene konkludere med at litteratur- og musikkområdet synes å være mindre avhengige av støtten fra Norsk kulturråd enn for eksempel scenekunsten og billedkunst og kunsthåndverk. Det har noe med at det finnes andre inntektskilder for litteratur og musikk og at scenekunsten og billedkunsten i mindre grad inngår i det kommersialiserte kulturliv.

5.2.3 Støttemottagernes vurderinger av Norsk kulturråd

I neste figur vises støttemottagernes grad av enighet knyttet til påstander angående støtten fra Norsk kulturråd.

Figur 19 Påstander knyttet til støtten fra Norsk kulturråd



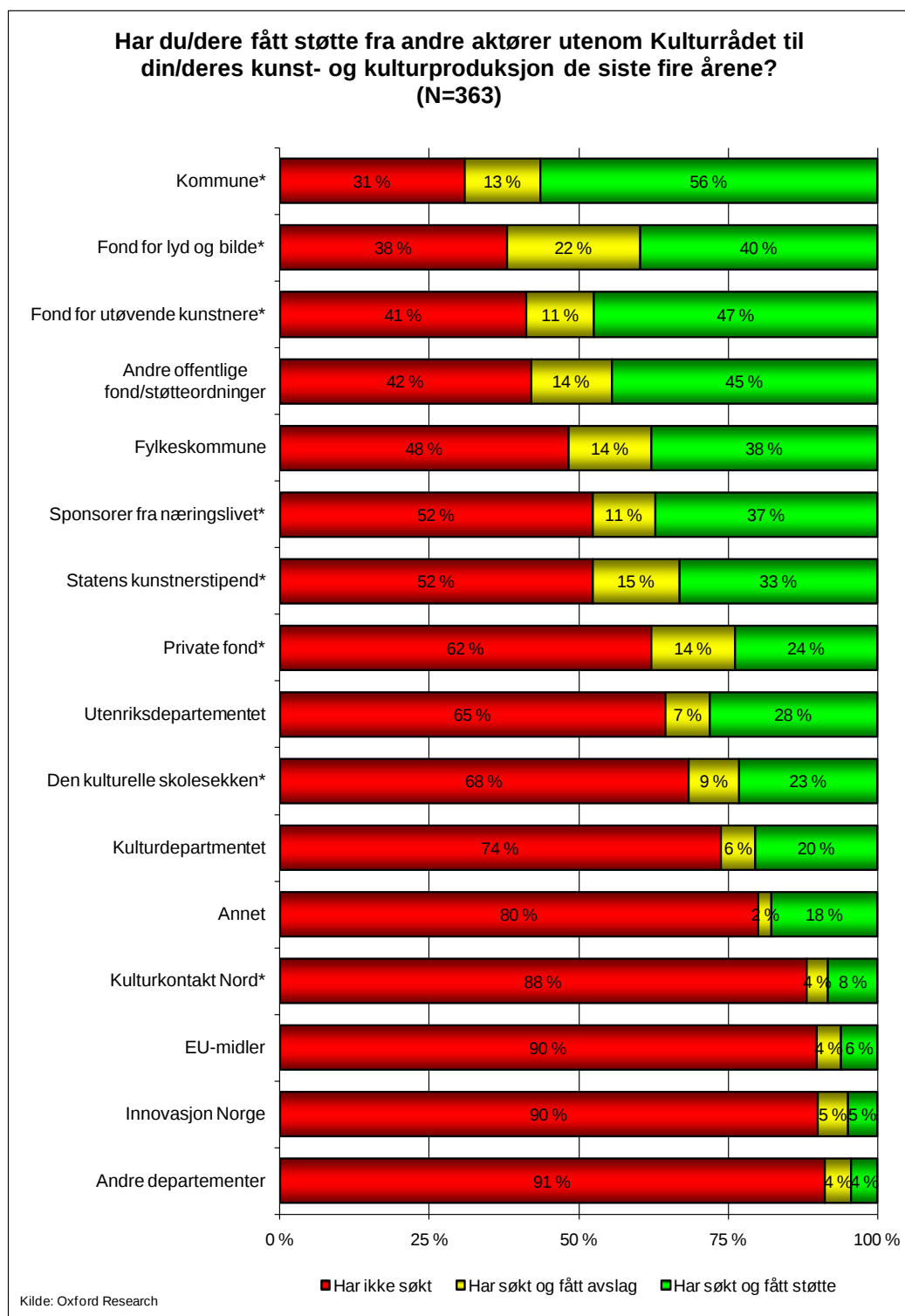
* indikerer variabel med forskjeller mellom kunst- og kulturområdene som er signifikant på 5-prosent-nivået

Denne figuren viser at det er stor tilfredshet med Norsk kulturråd når det gjelder frister, generelt som støtteinstitusjon, rapporteringsrutiner og oversikt over støtteordninger. Det er viktig å ha i bakhodet at her har vi kun å gjøre med de som har fått støtte fra Norsk kulturråd og at vi ikke vet hvordan de som ikke har fått støtte forholder seg til dette. For å ha en representativ evaluering burde også de som ikke har fått støtte blitt tatt med. Nesten halvparten synes at Kulturrådets saksbehandlingstid er for lang, men her er det signifikante forskjeller mellom kulturfeltene. Hele 50 % mener i stor eller middels grad at støtten fra Kulturrådet bidro til å utløse finansiering fra andre kilder som forventet.

5.2.4 Støtte fra andre kilder

I neste figur presenteres resultater som viser i hvilken grad støttemottagerne til Norsk kulturråd også har mottatt støtte fra andre kilder.

Figur 20 Støtte fra andre aktører



* indikerer variabel med forskjeller mellom kunst- og kulturområdene som er signifikant på 5-prosent-nivået

Denne figuren støtter opp om tidligere funn som viser at støtten fra Norsk kulturråd kan synes å øke støtte fra andre aktører. Det er interessant å se hvilke støttekilder som er mest aktuelle, med kommune, fond for lyd og bilde, fond for utøvende kunstnere og andre offentlige fond og støtteordninger som scorer høyest her. Figuren viser også bredden i ulike finansieringskilder, hvilket understreker betydningen av å ha oversikt over aktuelle støtteordninger dersom en driver innen

kunst- og kulturfeltet. Det nedslående med figuren er at Innovasjon Norge er helt i bunn på andre finansieringskilder, med hele 90 % som ikke har søkt støtte der. Det bekreftes også ved tilbakemeldingen fra kulturentreprenørene i workshopene, om at de ikke anser Innovasjon Norge som relevant sted å søke støtte hos. Dette er også noe som kan jobbes med videre, både å gjøre Innovasjon Norge mer attraktiv for kunstnere/kulturfolk å søke penger hos og profilere Innovasjon Norge bedre hos kunstnere og kulturfolk.

5.3 Vurdering av effekten av Innovasjon Norges og Norsk kulturråds virkemidler

Med utgangspunkt i analysene over, vil vi i det følgende forsøke å trekke frem de virkemidlene til Innovasjon Norge og Norsk kulturråd som peker seg ut som spesielt effektive i forhold til å bidra til næringsutvikling overfor kunst- og kulturnæringene.

Når det gjelder virkemidlene (fagområdene) til Norsk kulturråd, er det imidlertid flere forhold som vanskeliggjør en sammenlignende vurdering av hvorvidt disse bidrar til næringsutvikling. For det første er markedspotensialet til de ulike kunst- og kulturområdene som blir støttet svært forskjellig. For det andre er det slik at det innenfor de ulike fagområdene gis støtte til tiltak som befinner seg på ulike trinn i en bedriftsutviklingsprosess. For eksempel vil støtten gjennom Kulturbygg - Rom for kunst i hovedsak anvendes til å bygge infrastruktur, mens støtten til Billedkunst- og kunsthåndverk fremstår som mer rene tilskudd til kunstproduksjon. For det tredje vil støttemottagerne innenfor de forskjellige fagområdene ha ulike målsetninger og holdninger til det å skape næring på grunnlag av sin virksomhet. Indikasjoner på dette finner vi figur 14, der vi ser at utøverne innenfor Musikk i større grad enn utøvere innenfor Scenekunst oppnår økonomisk overskudd fra sin virksomhet. Dette inntrykket blir bekreftet av funnene i figur 13, der utøvere innenfor Scenekunst i større grad enn andre uttrykker at de ikke legger vekt på å øke sine inntekter. For det fjerde kjenner vi ikke hvor stor andel av de totale kostnadene til prosjektene/produksjonene som blir støttet gjennom Norsk kulturråds virkemidler. Sist, men ikke minst, har det gått for kort tid mellom virkemiddelinnsetsen og tidspunktet vi måler effekten på. Vi ser på prosjekter som har fått støtte i perioden fra 2005 til 2009, noe som innebærer at prosjektene har bidratt i alt fra fem år til noen få måneder. Fra arbeidet med Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelser vet vi at prosjektene bidrar over en lang tidshorisont. Etter fire år er det fortsatt rundt 1/3 som sier at de ikke har oppnådd de fulle effektene av prosjektet enda.

I vurderingen av virkemidlene effekter i forhold til å bidra til næringsutvikling overfor kunst- og kulturnæringene tar vi utgangspunkt i de indikatorene som etter vår vurdering best kan belyse dette. Dette er de mer "harde" indikatorene som omhandler økonomiske forhold som lønnsomhet og inntekt samt virkemidlenes addisjonalitetseffekter. Dette er indikatorer som vi har kartlagt for Innovasjon Norges og Norsk kulturråds virkemidler, men som ikke er direkte sammelignbare, da det er benyttet ulike spørreskjema og til dels ulik formuleringer i spørsmålene.

Vi starter med Innovasjon Norge og endrer nå fokus til de enkelte virkemidlene som har blitt benyttet for å støtte kunst- og kulturnæringene.

5.3.1 Effekten av Innovasjon Norges virkemidler

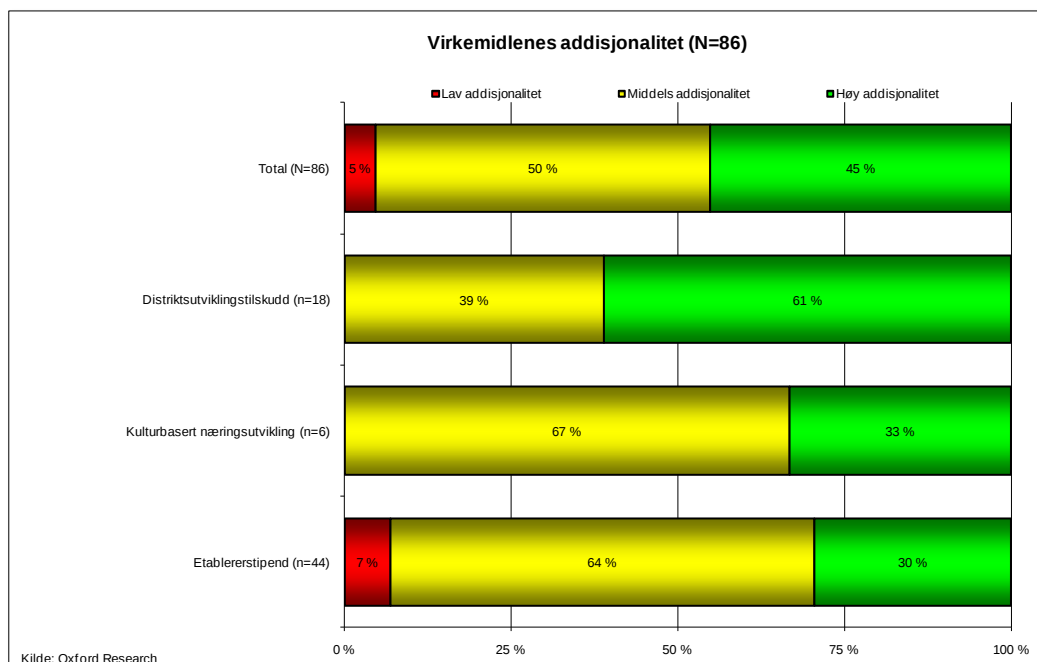
Tar vi utgangspunkt i tabell 9, ser vi at det kun er et fåtall virkemidler som har blitt benyttet i en viss grad og vi vil derfor begrense gjennomgangen til:

- Etablererstipend
- Distriktsutviklingstilskudd
- Kulturbasert næringsutvikling

da det kun for disse virkemidlene foreligger tilstrekkelig antall observasjoner fra Etterundersøkelsene i perioden 2003 – 2005.

Den første indikatoren vi vil se på er virkemidlenes addisjonalitet. Addisjonaliteten illustreres i Figur 21 under.

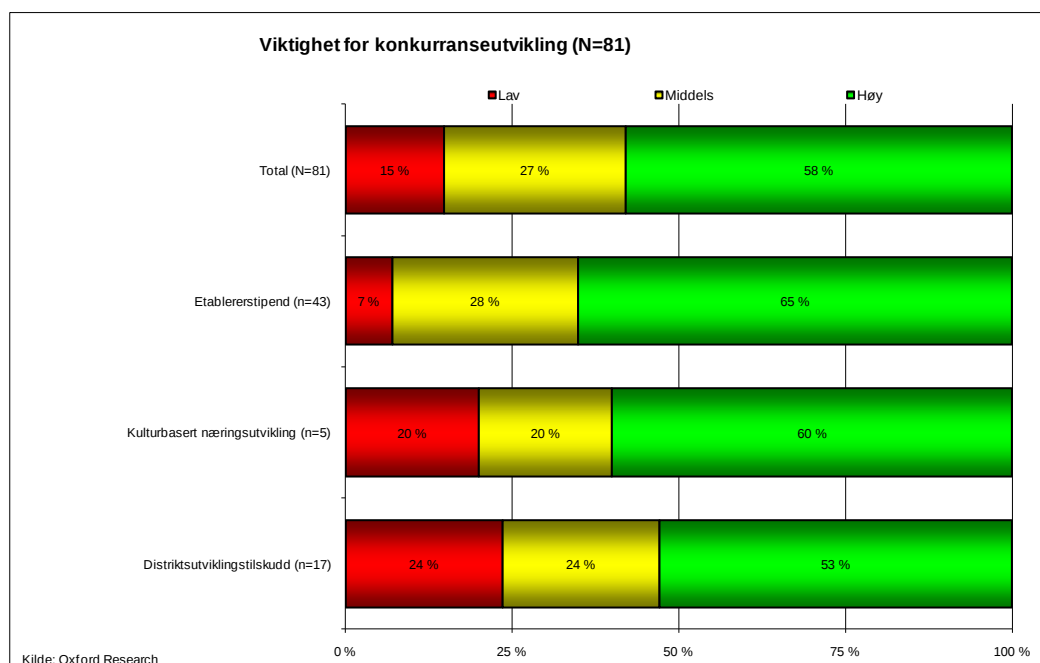
Figur 21 Addisjonalitet, Innovasjon Norges virkemidler brukt for å støtte kunst- og kulturnæringene



Som vi ser av Figur 21, har virkemiddelet Distriktsutviklingstilskudd høyest andel prosjekter med høy addisjonalitet, d.v.s. at prosjekter som er støttet av dette virkemiddelet i størst grad ikke ville vi ha blitt gjennomført uten støtten fra Innovasjon Norge. Det virkemiddelet som har den laveste andelen prosjekter med høy addisjonalitet er Etablererstipend. Dette kan delvis forklares at dette virkemiddelet typisk benyttes overfor entreprenører i en oppstartsfase og at disse ofte har så sterk tro på sin idé at de ville gått videre i denne fasen uansett. Dette understrekes av at dette virkemiddelet også har den høyeste andelen med lav addisjonalitet.

Ser vi nærmere på de økonomiske indikatorene, er den første av disse presentert i Figur 22. Denne viser virkemiddelets betydning for støttemottagerens konkurranseevne.

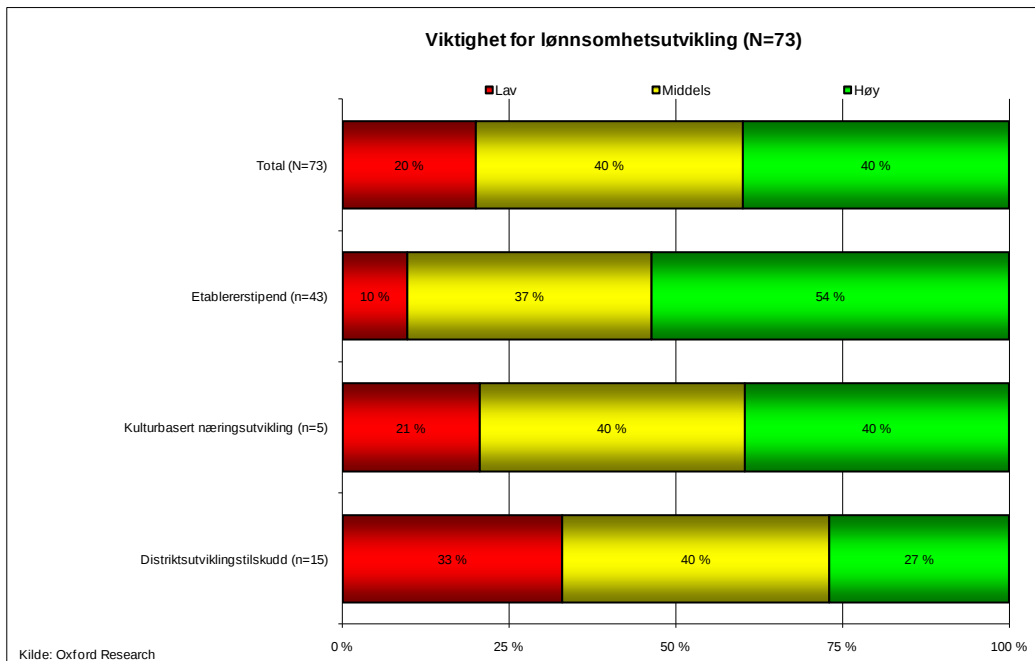
Figur 22 Viktighet for konkurranseevne, Innovasjon Norges virkemidler brukt for å støtte kunst- og kulturnæringene



Av Figur 22 ser vi at alle virkemidlene har en høy og positiv effekt på utviklingen av konkurranseevnen, men at betydningen er størst for Etablererstipend og Kulturbasert næringsutvikling. Forskjellen er imidlertid liten i forhold til de to andre virkemidlene.

Ser vi videre på prosjektenes betydning for lønnsomhetsutviklingen, er denne fremstilt i neste figur.

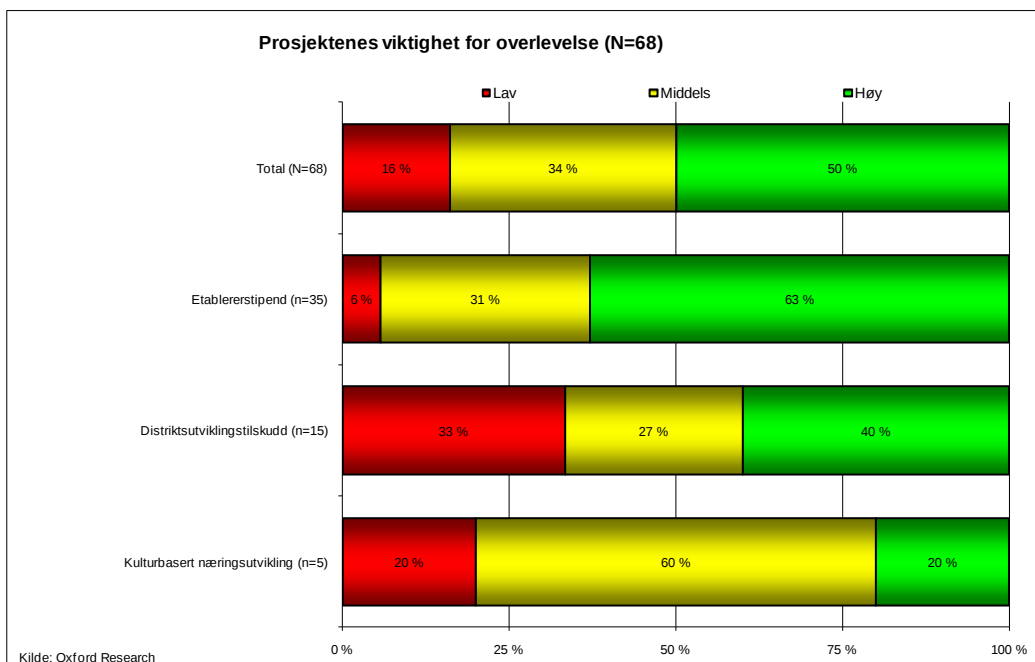
Figur 23 Viktighet for lønnsomhetsutvikling, Innovasjon Norges virkemidler brukt for å støtte kunst- og kulturnæringene



Det er verdt å merke seg at vi finner en langt lavere betydning for de støttede prosjektenes lønnsomhetsutvikling enn for deres konkurranseutvikling på det totale nivået. Dette gjenspeiles i at andelen støttemottagere som angir at støtten har hatt høy betydning også er lavere for hvert virkemiddel. Men igjen er det Etablererstipend og Kulturbasert næringsutvikling som scorer høyest på også denne indikatoren.

Ser vi til slutt på betydningen for overlevelse, fremkommer et bilde som vist i neste figur.

Figur 24 Viktighet for overlevelse, Innovasjon Norges virkemidler brukt for å støtte kunst- og kulturnæringene



For denne indikatoren finner vi høyere verdier enn for forrige indikator på det overordnede nivået. Mønsteret fra de andre økonomiske indikatorene gjentar seg bare delvis ved at Etablererstipend igjen scorer høyest, men Kulturbasert næringsutvikling kommer lavest ut og i dette tilfellet betydelig lavere enn Etablererstipendet.

Dersom vi oppsummerer resultatene i dette avsnittet, er det tydelig at det virkemiddelet til Innovasjon Norge som synes å virke best for kunst- og kulturnæringene er Etablererstipendet. Dette virkemiddelet scorer gjennomgående høyest for de økonomiske indikatorene og betydningen er høyest for støttemottagernes konkurranseevne, nest høyest for deres overlevelse og lavest for lønnsomhetsutviklingen. Det bør i denne sammenhengen påpekes at gjennomsnittlig støttebeløp er lavere for Etablererstipendet (kr. 131 500) enn for Distriktsutviklingstilskudd (kr. 200 500) og Kulturbasert næringsutvikling (kr. 472 000). Dermed skulle man intuitivt tro at mottagerne av Distriktsutviklingstilskudd ville vurdere betydningen av sine tilsagn for økonomiske forhold høyere enn det mottagerne av Etablererstipend gjør. I vår undersøkelse gjør de ikke det. Dette kan skyldes at mottagerne av Etablererstipend befinner seg i en tidligere fase i sin bedriftsutviklingsprosessen og dermed er mer fornøyde med støtte enn for eksempel mottagere av Distriktsutviklingstilskudd. Dersom dette stemmer, kan vi konkludere med at Etablererstipendet ser ut til å treffe målgruppen på en god måte.

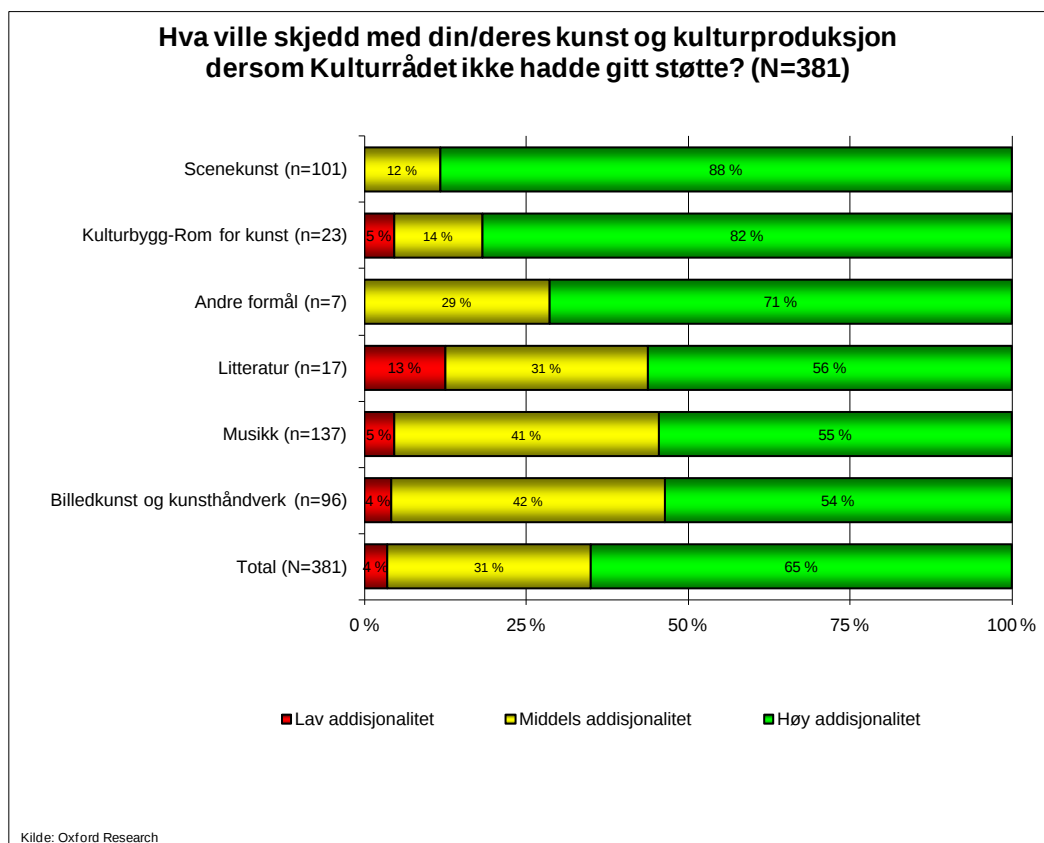
5.3.2 Effekten av Norsk kulturråds virkemidler

Dersom vi – gitt forbeholdene som er beskrevet i avsnitt 5.3 - skal forsøke å danne oss et bilde av effektene som enkeltvirkemidlene (fagområdene) til Norsk kulturråd har i forhold til næringsutvikling, er det først nødvendig å se på støttemottagernes vurderinger av hvorvidt prosjektet/produksjonen ville blitt gjennomført dersom Norsk kulturråd ikke hadde støttet aktiviteten (addisjonalitet). Som vist i figur 18 i avsnitt 5.2, fremkommer det at majoriteten av respondentene sier at produksjonen ikke ville ha blitt gjennomført uten støtten fra Norsk kulturråd. Dette bildet fremkommer også i neste figur, som er basert på samme datagrunnlag som figur 18, men hvor virkemidlenes addisjonalitet er blitt kategorisert etter følgende tabell:

Tabell 17: Kategorisert addisjonalitet, Norsk kulturråds virkemidler (fagområder)	
Addisjonalitet	Hva ville skjedd med prosjektet dersom IN ikke hadde gitt støtte?
Lav	Gjennomført produksjonen uten endringer; samme omfang og tid
Middels	Gjennomført produksjonen i samme omfang, men på et senere tidspunkt
Middels	Gjennomført produksjonen på samme tidspunkt, men i et mer begrenset omfang
Høy	Gjennomført produksjonen, men i et mer begrenset omfang og på et senere tidspunkt
Høy	Produksjonen ville blitt utsatt på ubestemt tid
Høy	Produksjonen ville ikke blitt gjennomført
	Vet ikke
Kilde: Oxford Research	

Dette gir et forenklet men også bedre bilde av forskjellene mellom de ulike fagområdene.

Figur 25 Kategorisert addisjonalitet for Norsk kulturråds virkemidler



Som vi ser av figur 25, er det relativt store forskjeller mellom fagområdene, og det skiller seg ut to grupper. Den første gruppen består av fagområdene Scenekunst, Kulturbygg-Rom for kunst samt Andre formål og er kjennetegnet av en meget høy andel av høy addisjonalitet. Dette betyr at prosjekter/produksjoner innenfor disse fagområdene i svært stor grad er avhengige av støtten fra Norsk kulturråd for å bli gjennomført. Den neste gruppen består av fagområdene Litteratur, Musikk samt Billedkunst og kunsthåndverk. Denne gruppen er karakterisert av en betydelig lavere andel prosjekter/produksjoner med høy addisjonalitet, noe som betyr at disse i mindre grad er avhengige av støtten fra Norsk kulturråd for å bli gjennomført.

Forskjeller i addisjonalitet mellom ulike virkemidler kan ofte forklares gjennom ulikheter i størrelsen på støtten de yter. En oversikt gjennomsnittlig støttebeløp for Norsk kulturråds støtteordninger (virkemidler) er fremstilt i tabell 18:

Tabell 18: Gjennomsnittlig støttebeløp for Norsk kulturråds støtteordninger (2005–2009) som inngår i undersøkelsen			
Fagområde	Antall tildelinger 2005–2009	Sum bevilgninger 2005–2009 i NOK	Gjennomsnittlig støttebeløp
Kulturbygg-Rom for kunst	183	120 327 080	657 525
Andre formål	86	38 226 420	444 493
Scenekunst	897	282 544 590	314 988
Musikk	2 034	320 116 900	157 383
Billedkunst og kunsthåndverk	923	84 497 700	91 547
Litteratur	245	17 377 000	70 927
Totalt	4 368	863 089 690	197 594

Kilde: Norsk kulturråd, bearbeidet av Oxford Research

Av tabell 18 ser vi at det er en sterk sammenheng mellom gjennomsnittlig støttebeløp og addisjonalitet som vist i figur 25. Vi finner igjen de to gruppene som skilte seg ut med hhv. stor og relativt liten andel av høy addisjonalitet. I gruppen med høyt gjennomsnittlig støttebeløp og stor andel høy addisjonalitet finner vi fagområder som i stor grad er avhengige av eller støtter en fysisk infrastruktur, mens dette i mindre grad kjennetegner den andre gruppen.

Ser vi så på de enkelte ordningene til Norsk kulturråd og spørsmålene som kan si noe om effektene i forhold til næringsutvikling, så vi i figur 8 at mange kunstnere og kulturfolk organiserer sin kunst- og kulturproduksjon på en måte som ikke er særlig hensiktsmessig i forhold til å drive næringsvirksomhet. Dette gjelder spesielt innenfor Billedkunst og kunsthåndverk, der vi ser en meget lav andel aksjeselskaper. Den høyeste andelen aksjeselskaper finner vi innenfor Kulturbygg-Rom for kunst.

I figur 16 ser vi at midlene som bevilges av Norsk kulturråd hovedsakelig brukes til gjennomføring av enkeltstående kunstprosjekt. I høyest grad gjelder dette innenfor Scenekunsten, mens dette er mindre grad gjeldende for Andre formål og Musikk. Midlene anvendes også i stor grad til videreføring av eksisterende kunstprosjekter, og den høyeste andelen av de som oppgir dette, finner vi innenfor fagområdet Musikk, mens den laveste andelen finnes innenfor Litteratur. I langt mindre grad angir støttemottagerne anvendelsesområder som etablering av ny virksomhet, og dette gjelder spesielt innenfor Litteratur, mens støttemottagere av Kulturbygg-Rom for kunst har den høyeste andelen som oppgir dette som et anvendelsesområde for de mottatte støttemidlene. Andre anvendelsesområder som scorer lavt er kompetanseheving (her finner vi den høyeste andelen innenfor Kulturbygg-Rom for kunst og den laveste andelen innenfor Musikk) og nettverksutvikling med de samme fagområdene som har hhv. høyest og lavest andel som svarer dette. Dette kan tyde på at støtten fra Norsk kulturråd ikke bidrar til oppbygging av langsiktig kunst- og kulturproduksjon gjennom for eksempel bedrifter. Dette forteller oss at støtteordningene fra Norsk kulturråd i begrenset grad bidrar til næringsutvikling og langsiktig drift. Vi kan imidlertid ikke si noe entydig om hvilke områder som peker seg ut i positiv eller negativ retning på denne indikatoren.

Generelt og på tvers av fagområdene finner vi i figur 17 at støtteordningene i stor grad bidrar til formidling av kunst, økt samarbeid med andre, økt kompetanse og synliggjøring av kompetanse. Det er meget interessant å se at støtten fra Norsk kulturråd bidrar til å utløse annen offentlig eller privat støtte, hele 46 % svarer i stor grad her. Det sier noe om at støtten fra Norsk kulturråd sees på som en viktig premiss og kvalitetsstempel for å søke penger andre steder. Hele 44 % rapporterer at støtten i stor grad skaper økte inntekter. Først på 6. plass og nedover over mulige effekter av støtteordningene kommer forhold som er typisk kommersielle slik som å skape økte inntekter (her scorer Musikk høyest) samt å sikre arbeidsplasser (her scorer Scenekunst høyest). For samtlige av disse forholdene finner vi at Litteratur scorer lavest, mens bildet ikke er entydig med hensyn til hvilke fagområder som scorer høyest på disse indikatorene.

Det er slående for vår undersøkelse at de som søker og får støtte fra Norsk kulturråd i svært liten grad søker eller får støtte fra Innovasjon Norge, som vist i figur 20. I størst grad gjelder dette utøvere innen Billedkunst og kunsthåndverk, som har den laveste andelen av de som har søkt og fått støtte. Utøverne på dette feltet har også den høyeste andelen av de som har søkt, men ikke fått støtte hos Innovasjon Norge. Også utøverne innen Scenekunst er lite tilbøyelige til å søke støtte hos Innovasjon

Norge, de har den høyeste andelen av dem som ikke har søkt og den klart laveste andelen av dem som har søkt og fått avslag. I den andre enden av skalaen finner vi utøvere innenfor Litteratur, som har den høyeste andelen av de som har søkt og fått støtte og den laveste andelen av dem som ikke har søkt støtte hos Innovasjon Norge.

Ut fra dette er det bortimot umulig å fastslå hvilke av Norsk kulturråds fagområder (virkemidler) som peker seg ut som spesielt effektive eller lite effektive i forhold til å bidra til næringsutvikling overfor kunst- og kulturnæringene. Til det er bildet vi får frem når vi analyserer de enkelte spørsmålene for utydelig siden det hele tiden er ulike fagområder/virkemidler som scorer høyest og lavest på de ulike indikatorene.

Kapittel 6. Sammenligning av virkemidlene og vurdering av om og hvordan de utfyller hverandre

For å befestе studien både metodisk i gjennomføringsfasen og i analysen, har vi benyttet en modell for entreprenørskap og bedriftsutvikling. Det å etablere en bedrift kan sees på som en prosess som strekker seg fra de første famlende tankene om en mulig etablering til virksomheten er etablert og i drift. I entreprenørskapsliteraturen har etableringsprosessen blitt beskrevet på mange måter. Prosessen handler dels om at en forretningsmulighet utvikles fra den første vage idéen til et konkret forretningskonsept, og dels om at en eller flere personer går fra intensjon om å etablere en virksomhet til å etablere en levedyktig bedrift. Det er her strukturelle og motivasjonsmessige forskjeller mellom kunstnere og vanlige entreprenører. Kunstnere og kulturfolk tenker sjeldent på forretningsmuligheter og på å utvikle en forretning selv om mulighetene ligger tilstede, noe som også blir bekreftet gjennom våre undersøkelser i denne rapporten. De er opptatt av kunsten, kunstneriske idéer, kunstnerisk kvalitet og det å skape noe nytt. Dette er holdninger som også er blitt stimulert av hvordan støtten fra Norsk kulturråd virker.

Selv om begrepene og de ulike fasene i en bedriftsutvikling oppleves som fremmedgjørende for kunstnere, mener vi det er viktig å bruke slike bedriftsøkonomiske begreper og modeller for å tydeliggjøre utfordringene og også potensialet for økte inntekter og fortjeneste. Kunstnere og kulturfolk tenker sjeldent på en potensiell kunde eller marked, der er selve idéfasen produktorientert og drevet av kunstnerens motiver, kunnskap, talent og kreativitet. Men når idéen først er utviklet gjennom støtten fra Norsk kulturråd og det kunstneriske produktet er eksponert én eller flere ganger til et publikum, har faktisk produktet blitt utprøvd i markedet. Kritikker er også gitt og kunstnere har en bra forståelse av hvor vidt det er muligheter for å vise produktet eller begivenheten til flere. Det er her potensialet er stort for å tenke bedriftsutvikling og kommersialisering av den gode kunsten; få en større og bredere publikumsmasse av en ikke-kommersialisert kunstproduksjon og også økte inntekter. Derfor vil vi presentere entreprenørskapsmodellen i sin helhet.

6.1 Personer

På individnivå kan etableringsprosessen beskrives ved hjelp av fire milepæler på veien fra intensjon om bedriftsetablering til en veletablert bedrift:

- Personen ønsker å etablere næringsvirksomhet (intensjon)
- Personen starter arbeidet med å forberede etableringen (utvikling)
- Personen etablerer virksomheten (etablering)
- Virksomheten går over fra etableringsfasen til å bli en levedyktig bedrift

Noen personer har ønske og intensjoner om å etablere en bedrift. Av disse er det bare en andel som går fra tanke til handling og omsetter intensjonene i praksis ved å

gå i gang med en etableringsprosess og starte utviklingsarbeidet. Resultatet av utviklingsfasen kan være etablering av en ny bedrift. I etableringsfasen testes forretningsidéen ut i praksis. Avhengig av hvor realistisk planene er og hvordan utfordringer løses underveis, skapes det etter hvert en levedyktig, etablert bedrift.

6.2 Forretningsidéer

For å kunne gjennomføre prosessen med etableringen av en ny virksomhet, trengs det forretningsidéer. Nyere entreprenørskapsteori vektlegger forretningsmulighetene som det fundamentale aspektet ved entreprenørskapsprosessen. Entreprenørielle aktiviteter blir ofte forstått gjennom koblingen mellom forretningsmuligheter og gründere. Forretningsmuligheter kan identifiseres/skapes før eller etter intensjonen om etablering. En forretningsmulighet kan betraktes som en kobling mellom et problem eller et behov hos potensielle kunder og et produkt eller en tjeneste som løser problemet eller dekker behovet. En forretningsidé er en idé om hvordan en slik kobling kan skapes. Den konkrete prosessen fra en forretningsmulighet oppstår til et produkt/tjeneste er kommersialisert i et marked kan også beskrives ved hjelp av følgende milepæler:

- Forretningsmuligheten oppstår på grunn av en ny oppfinnelse, endringer i kundepreferanser, e.l.
- Forretningsidéen identifiseres av en person eller en bedrift som vil utnytte den kommersielt, og utviklingsarbeidet starter
- Kommersialisering: Produktet/tjenesten er klar til utprøving i markedet
- Vellykket produktlansering fører til en levedyktig virksomhet

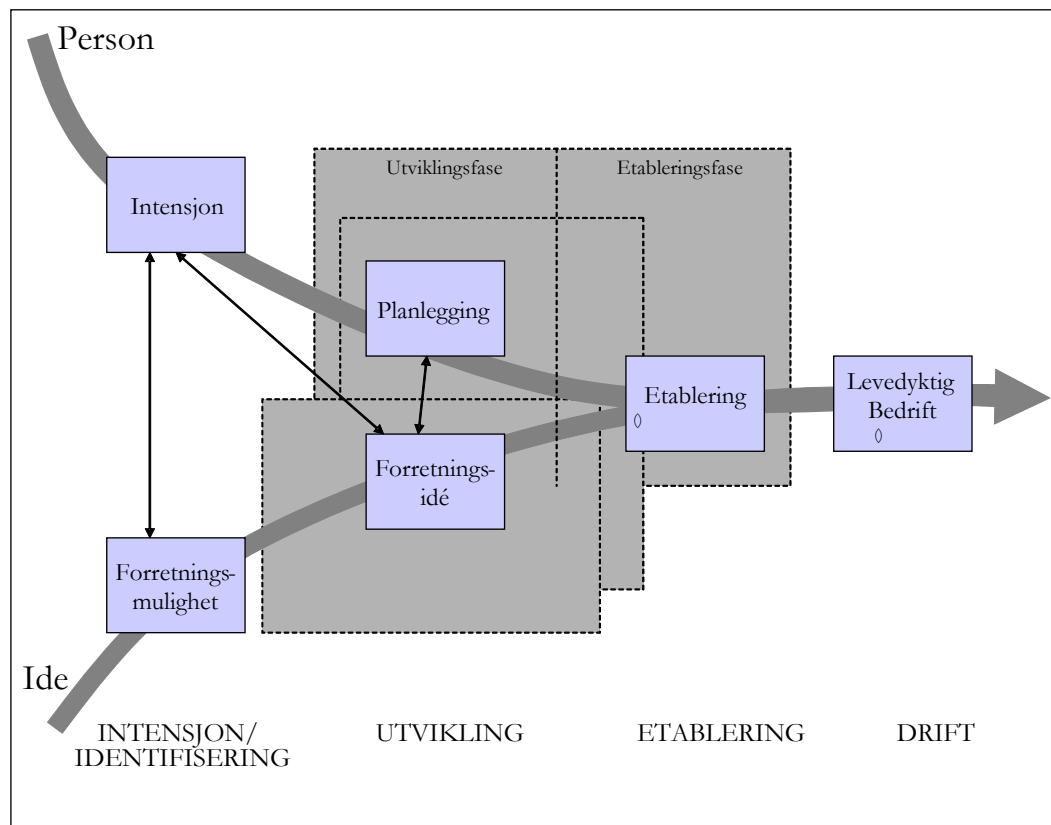
Tar en utgangspunkt i forretningsidéer, er resultatet av prosessen ikke nødvendigvis en ny bedrift. Kommersialisering kan skje gjennom nye virksomhetsområder i eksisterende bedrifter, f.eks. ved at idéen selges eller lisensieres til en eksisterende bedrift. Dette betyr at etableringsprosessen ikke bare handler om nyetableringer, men også om realisering av idéer i etablerte organisasjoner.

6.3 Etableringsprosessen relatert til Innovasjon Norges- og Norsk kulturråds virkemidler

Dersom en ser prosessen med utgangspunkt i etablereren og prosessen med utgangspunkt i forretningsidéen under ett, kan en etableringsprosess illustreres som i figuren under. Personens prosess fra intensjon og planlegging av en etablering og forretningsmulighetens prosess fra den blir identifisert og utviklet, forenes i etablering av en ny virksomhet. Det er viktig å være klar over at dette ikke er noen lineær prosess. Både personens prosess og forretningsidéenes prosess påvirker hverandre gjensidig hele veien.

Vi vil først presentere modellen i sin helhet før vi går over til å diskutere hvordan virkemidlene fra Innovasjon Norge og Norsk kulturråd kan utvikles slik at de samspiller bedre.

Figur 2: Etableringsprosessen⁶



I utgangspunktet er denne modellen utviklet for å beskrive bedriftsrettede virkemidler. Imidlertid kan modellen også anvendes for å beskrive utviklingsprosesser som gjentas over tid innad i en allerede etablert bedrift/organisasjon. Dermed vil modellen også kunne brukes til å beskrive tiltak fra Norsk kulturråd, som ofte tildeles allerede eksisterende bedrifter/organisasjoner og støtter nye prosjekter/produksjoner. Dette innebærer at prosessen beskrevet i modellen gjentas en rekke ganger men på prosjektnivå i stedet for bedrifts-/organisasjonsnivå.

Virkemidlene til Innovasjon Norge og Norsk kulturråd bidrar i alle faser i modellen, men bidragene er forskjellige ut fra perspektivene beskrevet over. Dersom vi tolker modellen ut fra et bedriftsetableringsperspektiv, vil vi hevde at virkemidlene fra Norsk kulturråd bidrar mest i idéfasen og kanskje noe i intensjons- og identifiseringsfasen. Innovasjon Norge vil da bidra først og fremst i utviklings- og etableringsfasen, men også delvis i driftsfasen (Distriktsutviklingstilskudd). Tolket vi derimot modellen ut fra et prosjektperspektiv, vil både Norsk kulturråds og Innovasjon Norges virkemidler bidra i alle fasene. Hvilken fase de vil bidra mest i, vil i stor grad avhenge av størrelsen på bedriften/organisasjonen som mottar støttet. For store bedrifter/organisasjoner vil støttet først og fremst bidra i driftsfasen.

I driftsfasen er det en rekke virkemidler som i utgangspunktet kunne bidra fra Innovasjon Norge, men det er få som får slik støtte (se tabell 7). Det er hovedsakelig

⁶ Figuren er hentet fra NF-rapport 11/2006.

etablererstipend og bedriftsutviklingstilskudd som gis til kulturnæringene, det er i liten grad andre tilskudd, stipend og lån rettet mot drift som det søkes for eller mottas støtte for.

Rent ideelt burde virkemidlene til Innovasjon Norge og Norsk kulturråd overfor kulturnæringene bidra i alle de fire fasene. Det viser seg at virkemidlene fra Norsk kulturråd bidrar sterkt til idéfasen ved at de gir støtte til prosjektutvikling av nye kunstneriske idéer. Fordi støtten er prosjektbasert hopper kunstnerne direkte til neste prosjekt når forrige års tildeling er brukt opp på en produksjon. De begynner dermed forfra i modellen hver gang de søker og får støtte til utvikling av en ny kunstnerisk idé. Derfor synes ikke kulturfolk at denne modellen egentlig er beskrivende for hvordan kulturfeltet i Norge virker. Innovasjon Norge derimot gir økonomisk støtte til etablering og bedriftsutvikling og kan således være komplementær til Norsk kulturråd. Når så og si ingen av dem som har fått støtte fra Norsk kulturråd søker eller får støtte hos Innovasjon Norge til å utvikle den kunstneriske idéen kommersielt ved å etablere en bedrift, mangler samspillet mellom Norsk kulturråd og Innovasjon Norge.

6.4 Hva kreves for å lykkes med etableringsprosessen?

I entreprenørskapsforskningen har en lagt stor vekt på å identifisere faktorer som bidrar til vellykkede entreprenørskapsprosesser i de ulike fasene av prosessen. Ikke overraskende har en funnet at menneskelig og sosial kapital har betydning i denne sammenhengen, særlig knyttet til gründernes kompetanse og nettverk. Også etablerernes ambisjoner i forhold til etableringen spiller en viktig rolle. I tillegg har etablererens tilgang på andre ressurser, blant annet finansiering, betydning..

Hva som kreves av ressurser og hvilke resultater som oppnås til slutt er også avhengig av kvaliteten på forretningsidéen. Det er flere ulike forhold ved idéene som det må tas hensyn til i utredningen. Forretningsidéene har blant annet ulik nyhetsgrad, kunnskapsinnhold, markedsområde og bransje. Ulike idéer har forskjellige ressursbehov samt ulik utviklingstid før en kan starte med selve etableringen.

Det er også gjort en rekke studier av hva som må til for å lykkes med etableringen. Undersøkelser har vist at etablerere som jobber aktivt med å bygge nettverk, skaffe kontakter, markedsføre idéen og produktene, samt legitimere virksomhetens eksistens oftere lykkes med bedriftsetableringen enn andre. Andre studier har fokusert på betydningen av forretningsplanen, innhenting av ny kunnskap, arbeidet med å skaffe til veie nødvendige ressurser og penger mm. Det er her myndighetenes rolle kommer inn. Virkemiddelaktørene som Innovasjon Norge og Norsk kulturråd har en viktig rolle for å få kulturentreprenørene til å lykkes med etableringsprosessen. Vi vil derfor gå nærmere inn på hvordan de fungerer først for deretter å komme med mulige forslag på alternative strategier som kan anvendes i framtiden for å bedre på dette.

6.5 Hvordan samvirker Innovasjon Norge og Norsk kulturråd virkemidler i forhold til kulturnæringene?

Et gjennomgående funn er at virkemidlene fra Innovasjon Norge og Norsk kulturråd er ganske ulike og påvirker kulturnæringene forskjellig. Mens Innovasjon Norge er orientert mot å utvikle bedrifter med kommersielle kulturidéer og kulturentreprenører som hovedsakelig bor i distriktene, er Norsk kulturråd opptatt av kunstnerisk kvalitet og fornyelse i prosjekt, de dekker byene bedre enn distriktene. Det viser seg at de dekker ulike kulturentreprenører, ulike faser i entreprenørprosessen og ulike geografiske områder i Norge. Dette er funn som både kom fram i samtale med kulturentreprenørene i workshopene og i spørreundersøkelsen. Følgende tabell oppsummerer nedslagsfeltet til de to virkemiddelaktørene:

Tabell 19: Nedslagsfelt for Innovasjon Norges og Norsk kulturråds virkemidler for kulturnæringene		
Dimensjon	Innovasjon Norge	Norsk kulturråd
Geografi	Distriktene	Byene (Oslo)
Type kulturentreprenører	Kommersielt orientert	Kunstnerisk orientert
Fase i entreprenørskapsprosessen	Bedriftsetablering og utvikling	Idéfasen i prosjekt
Kilde: Handelshøyskolen BI og Oxford Research		

Når det gjelder geografisk nedslagsfelt og hvilke typer kulturentreprenører Innovasjon Norge og Norsk kulturråd dekker, dekker disse to institusjonene ulike områder geografisk og også ulike typer kulturentreprenører. Det er ikke nødvendigvis positivt for utviklingen av kulturnæringene at Innovasjon Norge ikke dekker byene så godt, når kulturnæringene er konsentrert til de største byene med Oslo i spissen. Det er heller ikke positivt at Norsk kulturråd gir i større grad støtte til kunstnere og prosjekter i Oslo enn i distriktene. Virkemiddelinstitusjonene er også delt med hensyn til hvilke typer kulturentreprenører og bransjer de dekker. Mens Innovasjon Norge i sterkere grad når fram til de kommersielt orienterte kulturentreprenørene og bransjene, dekker Norsk kulturråd de tradisjonelle kulturområdene og de mer kunstnerisk orienterte prosjektene. Det er forståelig og forventet ut fra deres ulike formål og type virkemidler. Men kanskje det mest kritiske i forhold til hvordan disse to institusjonene samvirker er at de dekker ulike faser i entreprenørskapsprosessen. Norsk kulturråd dekker idéfasen i prosjektet, mens Innovasjon Norge dekker oppstarts- og bedriftsetableringsfasen. Når resultatene av undersøkelsen viser at det ikke er overlapp mellom de som søker Norsk kulturråd og Innovasjon Norge er det problematisk for stimulering av kulturnæringene videre.

For det er slående for vår undersøkelse at de som søker og får støtte fra Norsk kulturråd i liten grad søker eller får støtte fra Innovasjon Norge. Kulturfeltet og kulturentreprenørskap er delt, det vil si at det entes søkes eller mottas penger fra Norsk kulturråd eller Innovasjon Norge. Det forteller oss at det er to støtteinstitusjoner som er veldig forskjellige, med ulik posisjon, ulike begreper og nedslagsfelt og at disse to institusjonene ikke utfyller hverandre.

Oxford Research og BI mener, på bakgrunn av den empiri som er innhentet i forbindelse med dette prosjektet, at det er store ulikheter mellom Innovasjon Norge og Norsk kulturråd. Vi ser klart at de ulike støtteordningene har ulik rolle – i tråd med organisasjonenes formål. Mens tiltak som støttes av Kulturrådet primært har kunstnerisk formidling og kvalitet som hovedresultat, har virkemidlene i Innovasjon Norge sikring av arbeidsplasser og lønnsomhet som resultat. Innovasjon Norges

virkemidler bidrar også tydeligere til å tilrettelegge for lønnsom og bærekraftig næringsutvikling ved å bidra til nettverksdannelser, kompetanse osv.

Når funnene i vår undersøkelse viser at det er forskjellige søkere og tilskuddsmottakere hos de to virkemiddelaktørene, utfyller virkemidlene hverandre i liten grad. Det bekymringsfulle er at de som har utviklet en god kunstnerisk idé og produkt ved støtte fra Norsk kulturråd ikke søker eller får i liten grad støtte fra Innovasjon Norge til å utvikle forretningsidéen og en levedyktig bedrift.

6.6 Forklaringer til manglende samspill mellom Innovasjon Norge og Norsk kulturråd

Det er selvfølgelig mange forklaringer til hvorfor det er manglende samspill mellom Innovasjon Norge og Norsk kulturråd, noen er forankret i årevis lang historie og tradisjoner innenfor henholdsvis kunst- og næringslivsfeltet. Det er snakk om to områder i samfunnet som har stått langt fra hverandre (se Gran og De Paoli, 2005 for en dypere forståelse av Kunst og Kapital motsetninger). Det handler om to institusjoner som har hatt ulik virkefelt og som ikke har hatt grunn til å samarbeide. I kommunikasjon med både interesseorganisasjoner og kulturentreprenørene kom en rekke utspill fram om både Innovasjon Norge og Norsk kulturråd. Vi beskriver disse i stikkordsform uten å prioritere noen framfor noen andre. De er interessante fordi de indirekte også kommer med løsninger på problemet.

Utsagn om Innovasjon Norge fra kulturentreprenører

- Støtteordningene fra Innovasjon Norge er lite kjent blant kunstnere og kulturfolk
- Støtteordningene fra Innovasjon Norge har en annen definisjon på innovasjon enn kulturfolk har og dekker derfor ikke kulturprosjekter
- Støtteordningene fra Innovasjon Norge oppleves som lite relevante for kulturfeltet
- Informasjonen om støtteordningene fra Innovasjon Norge er i et språk som kulturfolk ikke forstår
- Kulturfolk er dårlige til å skrive søknader på et språk som treffer Innovasjon Norge
- Innovasjon Norge har ikke tilstrekkelig kompetanse og innsikt om kunst- og kulturfeltene

Utsagn om Norsk kulturråd fra kulturentreprenører

- Støtteordningene fra Norsk kulturråd er lite kjent blant nyere grupper av kunstnere og kulturfolk
- Støtteordningene fra Norsk kulturråd dekker i liten grad distriktene
- Støtteordningene fra Norsk kulturråd dekker i liten grad nyere og mer kommersielle kulturuttrykk

- Norsk kulturråd stimulerer og forbereder ikke kulturfolk på å tenke bedriftsetablering og drift
- Norsk kulturråd gir i liten grad støtte til drift slik at det ikke er midler til å utvikle gode kunstneriske idéer forretningsmessig
- Norsk kulturråd har ikke tilstrekkelig kompetanse og innsikt om kunst- og kulturfeltet i distriktene

Utsagn om begge virkemiddelaktører

- Det er ingen kommunikasjon mellom Innovasjon Norge og Norsk kulturråd om de ulike støtteordningene
- Det er ingen kommunikasjon om prosjekttildelinger fra Norsk kulturråd til Innovasjon Norge og omvendt
- Det er ingen informasjon fra Innovasjon Norge om støtteordninger i Norsk kulturråd og omvendt

Det eksisterer med andre ord ikke noen "tiltakskjede" mellom Norsk kulturråd som har betydelige midler og utvikler kunst- og kulturvirksomhet i bredden, og Innovasjon Norge som skal ta hånd om de delene av kultursektoren som har et typisk kommersielt potensial.

I forhold til en tiltakskjede, så kan det trekkes en analogi til forskningsfeltet. Også her har det over tid vært stort fokus på å skape næring ut av den forskningen som skjer ved universiteter, høyskoler og institutter. Gjennom FORNY, som er et samarbeidsprogram mellom Forskningsrådet og Innovasjon Norge, er det etablert en tiltakskjede der de delene av forskningen som har et kommersielt potensial blir stimulert og støttet. En tilsvarende tenkning kunne man ha sett for seg på kulturområdet utviklet i et samarbeid mellom Norsk kulturråd og Innovasjon Norge. Det er i denne sammenheng naturlig å påpeke at det kommersielle potensialet er størst for produktorienterte kulturuttrykk.

6.7 Alternative strategier for å bedre samspill mellom Innovasjon Norge og Norsk kulturråd

Siden virkemidlene utviklet overfor kulturnæringene i liten grad samspiller og i liten grad stimulerer den kommersielle delen av kulturfeltet, er dette et område der det er behov for fornyelse og forandring. For å utvikle en voksende økonomisk kulturnæring må det gjøres noe med virkemiddelapparatet og støtteordningene. Vi vil ikke komme med noe endelig svar, men skissere de aktuelle alternativene.

Det er i hovedsak fire ulike strategier for å få til et bedre virkemiddelapparat ovenfor kulturnæringene og disse går i korthet ut på at en:

1. Utvider Norsk kulturråds mandat
2. Utvider Innovasjon Norges mandat

3. Lager en ordning som skaper en overbygning mellom Norsk kulturråd og Innovasjon Norge (etter modell fra FORNY-programmet)
4. Lager en ny organisasjon som forener både Norsk kulturråd og Innovasjon Norges virkemidler overfor kulturnæringene

Kapittel 7. Konklusjon og anbefalinger

Innovasjon Norge og Norsk kulturråd opererer med ulike formål og ut fra ulike verdier

I vurderingen av virkemidlene ovenfor kulturnæringene blir det viktig å være tydelig på hvilke verdier og verdiskaping en ønsker at virkemidlene skal fremme. Vi har å gjøre med både kunstneriske og økonomiske verdier i evalueringen av støtteordningene til kulturnæringene. Mens målet for Norsk kulturråd er å støtte god kvalitetskunst er målet for Innovasjon Norge å skape arbeidsplasser og stimulere økonomisk vekst og verdiskaping. Det handler om kultur og økonomi, kunst og kapital for begge institusjoner, men på forskjellige måter. Mens Norsk kulturråd bidrar med økonomisk støtte til kunstnere og på den måten bruker økonomiske virkemidler for å stimulere kulturen, gir Innovasjon Norge økonomisk støtte til bedrifter som bruker kultur for å oppnå økonomiske formål. Dette kan oppsummeres slik:

Innovasjon Norge	Kultur som virkemiddel for økonomi
Norsk kulturråd	Økonomi som virkemiddel for kultur

Evaluering og videre utvikling av virkemidlene til både Innovasjon Norge og Norsk kulturråd må skje ut fra en helhetsbetragtning som forener økonomiske og kulturelle verdier; både krav til kunstnerisk kvalitet og krav til markedsutvikling og lønnsomhet

Siden vi i liten grad har kulturnæringer i Norge som driver masseproduksjon og som eksporterer i stor skala, er det lite sannsynlig at vurderingen av virkemidlene fra Innovasjon Norge og Norsk kulturråd kan skje utelukkende ut fra lønnsomhetskriterier. For det første er den økonomiske avkastningen beskjeden i kulturnæringene i Norge, noe manglende privat finansiering kan være et uttrykk for. Dernest har Norge hatt en lang tradisjon med offentlig finansiering av kunst og kultur der kulturpolitiske retningslinjer og verdier har vært avgjørende. Holdningene i kunst- og kulturfeltet er i liten grad økonomiske og kommersielle, selv der potensialet for økonomisk fortjeneste er stort.

Med Innovasjon Norges forståelse av innovasjon som markedsdrevet og lønnsomhetsdrevet og Norges Kulturråds forståelse av nyskaping som kunstnerdrevet og ikke lønnsomhetsdrevet, sier det seg selv at virkemidlene er tilpasset to ytterligheter og at kulturnæringene, som bør ha fokus både på kunstnerisk nyskapende og økonomisk lønnsomhet, faller mellom to stoler. Det interessante er at disse verdiene - kunstnerisk kvalitet og nyskaping - og – økonomisk lønnsomhet og innovasjon – ikke nødvendigvis er i motsetning til hverandre. Det er en økende erkjennelse av at skillet mellom populærkultur (masseprodusert) og finkultur ikke lenger er like hensiktsmessig og at kunstnerisk kvalitet ikke nødvendigvis defineres av om det er en liten elite eller massene som etterspør kulturen. Med mer avanserte

kulturkonsumenter som etterspør kunstnerisk kvalitet kan en finne bedrifter i populærkulturen (film, musikk, spill) som er like orientert mot det kunstnerisk nyskapende og kvalitetsmessige som i det frie og autonome feltet.

De gode talentene, de skapende kreftene og risikotegning må bevares og støttes i en tidlig fase slik at kulturentreprenørskap kan utvikle seg videre i Norge

Vi er i en tidlig fase av utviklingen av kulturnæringene. I utviklingen av nye næringer er hensynet til kunstnerne og kulturentreprenørene viktig slik at gode talenter ikke går tapt og kan styrkes og utvikles til å drive kommersielt, dersom de ønsker det. De økonomiske støtteordningene til Innovasjon Norge og Norsk kulturråd bør utvikles videre ut fra hvor vidt de stimulerer og støtter individuelle kunstnere, frilansere og små bedrifter til å overleve økonomisk og ha en lønnsom vekst. Dersom kulturentreprenører i en tidlig fase bukker under og velger alternative karrierer som gir sikrere inntekter, kan det være vanskelig å hente dem inn igjen. Det er de gode talentene, de skapende kreftene og risikotagning som må bevares og pleies slik at underskogen av kunstnere, frilansere og små kulturbedrifter får den riktige grobunnen til å utvikle seg.

Avklare det økonomiske potensialet til hver enkelt kulturbransje og tilpasse virkemidlene til fase og utfordringer i kulturnæringen

En utfordring videre i Norge er å avklare det økonomiske potensialet til hver enkelt kulturbransje ut fra mulighet for masseproduksjon/distribusjon og økonomisk inntjening. Virkemidlene bør tilpasses hvilken fase kulturnæringen befinner seg i med hensyn til kunstnerisk produkt som egner seg for storskalaproduksjon, utfordringer med ulovlig nedlastning på nettet, bedriftsøkonomisk kompetanse og innsikt, nettverk og organisering av bransjen, grad av institusjonalisering med mer.

Innovasjon Norge og Norsk kulturråd bør begge tiltrettelegge sine støtteordninger bedre slik at de både dekker byene og distriktene

Undersøkelsen avdekker også at det er et paradoks at Innovasjon Norge når bedre fram med støtte til kulturnæring i distriktene mens kulturnæringene befinner seg i byene, hovedsakelig Oslo. Både nasjonal og internasjonal forskning om kulturnæringenes vekst og utvikling avdekker at tre fjerdedeler av kunstnerisk aktivitet, kulturnæringsvirksomhet og vekst skjer i Oslo og til en viss grad også i de andre store byene i Norge.

Samtidig oppleves Norsk kulturråd som sentralistisk ved at kunstnere og kulturfolk i distriktene i mindre grad når fram og får støtte enn de som bor i byene. Det kan skyldes mange faktorer, men interessant å merke seg.

Bedre tilrettelegging og informasjon til kunstnere og kulturfolk om Innovasjon Norges støtteordninger

Fordi Innovasjon Norge i så liten grad er kjent og tiltrekker seg søkere fra kunst- og kulturfeltet er det grunn til å se nærmere hvordan deres støtteordninger presenteres og gjøres kjent i kulturfeltet. Det er også viktig å se nærmere på kompetansen hos

Innovasjon Norges saksbehandlere om kulturnæringene da flere kulturentreprenører uttrykker at de ikke blir møtt med positive holdninger og forståelse for hvordan deres virksomhet fungerer.

Prosjektstøtten til Norsk kulturråd må vurderes og tilpasses slik at kunstprosjektene med markeds- og lønnsomhetspotensial transformeres over tid til lønnsomme, kompetanseutviklende og kreativt skapende bedrifter

I denne sammenhengen er det viktig å framheve betydningen av prosjektene i kulturnæringene; nyskaping skjer i prosjektene og det er også prosjekt som blir finansiert av Norsk kulturråd. Det er både en styrke og en svakhet, en styrke fordi prosjektformen er kreativt nyskapende og fleksibel, men en svakhet når det gjelder å få til hente ut økonomiske gevinster fordi når prosjektene avsluttes så videreføres verken erfaring eller videre langsiktig drift.

Det bør vurderes hvorvidt FORNY-programmet og dets logikk kan være en aktuell modell for å forbedre samvirket mellom Innovasjon Norge og Norsk kulturråd

Kapittel 8. Vedlegg

8.1 Litteraturliste

Berg, Ine Therese (2008) Flere poteter? Produsentrollen innen fri scenekunst. Living Arts DA.

Birch, Sofie (2008) The political promotion of the experience economy and creative industries – Cases from UK, New Zealand, Singapore, Norway, Sweden and Denmark.

Bille, Trine og Günther Schultze (2008) De creative brancher og økonomisk utvikling. I Lorentzen m.fl. Når opplevelser møder økonomi. Kreative virksomheder, brancher og steder. Klim Forlag.

Bolkesjø, T. (2003) Næringa Fritidsvirksomhet, kulturell tjenesteyting og sport. Nyetableringer, bedriftsstruktur, sysselsetting og omsetning. Telemarksforskning. Notat nr. 1.

Caves, R. E (2000) Creative Industries. Contact between art and commerce. Cambridge: Harvard university press.

De Paoli, Donatella (2006). ”Opplevelsesøkonomi som fagfelt i Norge – keiserens nye klær?”. Magma 2006 nr. 3

De Paoli, Donatella (2006). The Commercial Turn of Cultural Policy. International Conference on Cultural Policy 2006.

Elstad, Beate og Donatella De Paoli (2006) Organisering og ledelse av kunst og kultur. Cappelen Akademisk Forlag.

Florida, R. (2005). Cities and the creative class. Pittsburgh: Basic Books.

Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class and how it's transforming work. Pittsburgh: Basic Books.

Gran, Anne-Britt og Donatella De Paoli (2005). Kunst og kapital: nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv. Oslo: Pax forlag

Hartley, John (2005). Creative Industries. Malden, mass: Blackwell

Haraldsen, T., Flygind, S.K, Overvåg, K. og Power, D. (2004) Kartlegging av kulturnæringene i Norge – økonomisk betydning, vekst- og utviklingspotensial. Østlandsforskning, ØF-rapport nr. 10: 2004.

Haraldsen, T., Overvåg, Kjell og Jorid Vaagland (2005). Kulturnæringene i storbyregionene Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger – Kartlegging og analyse av økonomisk betydning, dynamikk, lokalisering og utviklingsstrategier. ØF-Rapport nr.: 05/ 2005.

Haraldsen, T. et. Al. (2008) Kulturnæringene i Norge. Muligheter og utfordringer – en oppdatering av kartleggingen av 2004. ØF-rapport nr.12:2008.

Heian, M.T., Løyland, K. og Mangset, P. (2008) Kunstnernes aktivitet, arbeids- og inntektsforhold, 2006. Rapport nr. 241, 2008. Telemarksforskning Bø.

- Hesmondhalgh, David (2002) *The Cultural Industries*. Sage Publications.
- Ibenholt, Tone (2008) Evaluering av forprosjekt kulturbasert næringsutvikling. Rapport for Norges Forskningsråd utført av DevoTeam DaVinci.
- Isaksen, A, Mathisen, N, Thorvaldsen, T og Engerud, M (2006). Kulturnæringene i Osloregionen – fleksible småbedrifter i et regionalt støttesystem. Oslo Teknopol IKS: Oslo
- Jøsendal, Kari, Christin Berg, Petter Westnes og Tor Claussen (2004). Kreative næringer i Rogaland. Rapport RF, 2004/169 <http://www.ffk.no/dokumenter/kreative%20naeringer%20i%20rogaland.pdf>
- Karlstad, Stig (2005). Kulturnæringene lengst nord – verdiskaping, lønnsomhet eller bare kultur. Norut NIBR Finnmark rapport 15:2005, Alta
- Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet (2001). Tango for to. Samspill mellom kulturliv og næringsliv.
- Kulturdepartementet (2003): St.meld.nr. 48 (2002-2003): Kulturpolitikk fram mot 2014. Oslo.
- Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet (2001). Tango for to. Samspill mellom kulturliv og næringsliv.
- Kulturdepartementet (2003): St.meld.nr. 48 (2002-2003): Kulturpolitikk fram mot 2014. Oslo.
- Langdalen, Jørgen (2008) Musikkliv og musikkpolitikk. En utredning om musikkensemblerne i Norge. 2. utg. Norsk kulturråd.
- Langdalen, Jørgen (2007) Spørreundersøkelse blant medlemmene i Norsk Jazzforum. Norsk Jazzforum.
- Mangset, Per (1992): Kulturliv og forvaltning. Oslo: Universitetsforlaget.
- Mangset, Per og Sigrid Røyseng (2009) Kulturelt entreprenørskap. Fagbokforlaget.
- Oxford Research (2009a): Stabilt på høyt nivå. Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelse. Etterundersøkelse av bedrifter som fikk tilsagn fra Innovasjon Norge i 2005. Kristiansand.
- Oxford Research (2009b): Innsikt om utsikt. Bedrifters vurdering av Innovasjon Norges tjenester og programmer. Kundeeffektundersøkelse blant bedrifter som fikk støtte i 2008. Kristiansand.
- Leadbeater, C. og Oakley, K. (2001) *The independent*. Britain's new cultural entrepreneur. London: Demos.
- Lorentzen, M., Kristensen, T., Skov, L. og Jesper Strandgaard Pedersen (red.) (2008) Når opplevelser møder økonomi. Kreative virksomheder, brancher og steder. Klim Forlag.
- Løken, Lene (2008) Forenklet, samordnet og uavhengig. Om behov for endringer i tilskuddsforvaltningen for kunst- og kulturfeltet. Utvalgsarbeid og rapport utført for Kultur- og Kirkedepartementet.
- Mangset, Per og Sigrid Røyseng (red.) Kulturelt entreprenørskap. Fagbokforlaget.
- Power, Dominic and Allen J. Scott (2004) *Cultural Industries and the Production of Culture*. Routledge.

Power, D og Jansson, J. (2006). Creative directions – a Nordic framework for supporting the creative industries. Rapport fra Nordic innovation Centre. Mars 2006.

Ringstad, V. (2005) Kulturøkonomi. Oslo: Cappelen.

Statistisk Sentralbyrå (2006) Kulturstatistikk 2006. SSB, Oslo – Kongsvinger.

Stortingsmelding nr. 22. 2004-2005. Kultur og Næring, Det kongelige kultur- og kyrkjedepartement.

Towse, R. (2003) Cultural industries. In R. Towse (ed.) A Handbook of Cultural Economics. Cheltenham: Edward Elgar.

8.2 Spørreskjema til Norsk kulturråds støttemottagere

Spørreskjemaundersøkelse om Norsk kulturråds virkemidler for kulturnæringene

Nærings- og Handelsdepartementet (NHD) har gitt Oxford Research AS, i samarbeid med Handelshøyskolen BI, i oppdrag å gjennomføre et prosjekt for å få økt kunnskap om hvordan eksisterende støtteordninger under Norsk kulturråd virker overfor kulturnæringene og om de er tilpasset dagens utfordringer og utviklingsmulighetene som finnes.

Informasjon

1 Vi gjør oppmerksom på at dine svar anonymiseres før resultater presenteres for vår oppdragsgiver. Svarene vil bli analysert sammen med flere hundre andre, og det vil ikke være mulig å identifisere enkeltvirksomheter eller personer.

2 Legg merke til at spørsmål merket med rød stjerne er obligatoriske. Du kan ikke fortsette til neste side før disse er besvart.

3 Du beveger deg fram og tilbake i skjemaet ved å benytte "Forrige" og "Neste"-knappene nederst i skjemabildet. Ikke bruk tilbake-pil i din nettleser, da mister du informasjonen du har lagt inn. Dine svar lagres når du klikker "Neste"-knappen. Du kan lagre undersøkelsen underveis, ta en pause, og komme tilbake til dine svar ved å klikke på lenken i eposten på nytt.

Din/deres kunst- og kulturproduksjon

4 Hvordan er din kunst- og kulturproduksjon organisert? *

Velg kun en av følgende:

- ☐ a) Meg selv som frilanskunstner/lønnsinntaker
- ☐ b) Meg selv som kunstner med enkeltpersonforetak
- ☐ c) Organisasjon/større prosjekt
- ☐ d) Som aksjeselskap
- ☐ e) Annet, vennligst spesifiser

5 Hvis du svarte c) på spørsmålet over: Hva er Organisasjonens/prosjektets navn?

Only answer this question if the following conditions are met:
° Answer was 'c) Organisasjon/større prosjekt' at question '4 [Spm 1]' (Hvordan er din kunst- og kulturproduksjon organisert?)

Vennligst skriv her:

6 Hvis du svarte c) eller d) på det første spørsmålet: Hvor mange har sitt arbeid i denne virksomheten?

Only answer this question if the following conditions are met:
° Answer was 'c) Organisasjon/større prosjekt' eller 'd) Som aksjeselskap' at question '4 [Spm 1]' (Hvordan er din kunst- og kulturproduksjon organisert?)

Vennligst skriv her:

Heltidsansatte
Deltidsansatte

7 Hvor stor andel av din/deres totale arbeidstid har du/dere brukt på kunst- og kulturproduksjon i løpet av det siste året? *

Velg kun en av følgende:

- ☐ 0 % - 24 %
- ☐ 25 % - 49 %
- ☐ 50 % - 74 %
- ☐ 75 % - 100 %

8 Hvor stor andel av din/deres inntekt i løpet av det siste året kommer fra kunst- og kulturproduksjon? * Velg kun en av følgende:

- ☐ 0 % - 24 %
- ☐ 25 % - 49 %
- ☐ 50 % - 74 %
- ☐ 75 % - 100 %

Med inntekter menes: inntekter fra salg, royalties, leieinntekter, offentlig støtte, lønn osv

Støtte fra Kulturrådet

9 Hva har midlene som du/dere har fått fra Kulturrådet i perioden fra 2005-2009 blitt benyttet til? * Vennligst velg alle som passer:

- ☐ Gjennomføring av enkeltstående kunstprosjekt
- ☐ Forprosjekt
- ☐ Videreføring av eksisterende kunst/prosjekter
- ☐ Etablering av ny virksomhet
- ☐ Basisfinansiering av virksomhet
- ☐ Investeringsstilskudd (bygg, ombygging, utstyr etc.)
- ☐ Kompetanseheving
- ☐ Nettverksutvikling
- ☐ Annet, vennligst spesifiser:

10 Hvis du svarte Annet på spørsmålet over, vennligst spesifiser

Only answer this question if the following conditions are met:
° Answer was at question '9 [Spm 4]' (Hva har midlene som du/dere har fått fra Kulturrådet i perioden fra 2005-2009 blitt benyttet til?)

Vennligst skriv her:

11 I forhold til din/deres kunst- og kulturproduksjon, i hvilken grad har støtten fra Kulturrådet bidratt til...? * Vennligst velg passende svar til hvert punkt:

	I svært liten grad					I svært stor grad	Ikke relevant
Salg av kunst/kunstverk	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Formidling av kunst	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Å utløse annen offentlig eller privat støtte	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sikring av grunnleggende infrastruktur (bygg, utstyr, kompetanse) for produksjon av kunst	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Å skape økte inntekter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Å skape økte inntekter for andre virksomheter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sikring av eksisterende arbeidsplasser	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Skaping av nye arbeidsplasser	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Utvikling av ny teknologi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Økt kompetanse	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Synliggjøring av kompetanse	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Økt samarbeid med andre	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Annet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

12 Hvis du svarte Annet på spørsmålet over, vennligst spesifiser

Only answer this question if the following conditions are met:
 ° Answer was 'I svært liten grad' eller " eller " eller " eller 'I svært stor grad' at question '11 [Spm 5]' (I forhold til din/deres kunst- og kulturproduksjon, i hvilken grad har støtten fra Kulturrådet bidratt til...? (Annet))

Vennligst skriv her:

Støtte fra Kulturrådet 2

13 Hva ville skjedd med din/deres kunst og kulturproduksjon dersom Kulturrådet ikke hadde gitt støtte? * Velg kun en av følgende:

- ☐ Gjennomført produksjonen uten endringer; samme omfang og tid
- ☐ Gjennomført produksjonen i samme omfang, men på et senere tidspunkt
- ☐ Gjennomført produksjonen på samme tidspunkt, men i et mer begrenset omfang
- ☐ Gjennomført produksjonen, men i et mer begrenset omfang og på et senere tidspunkt
- ☐ Produksjonen ville blitt utsatt på ubestemt tid
- ☐ Produksjonen ville ikke blitt gjennomført
- ☐ Vet ikke

14 I hvilken grad er du/dere enig i følgende påstander knyttet til støtten fra Kulturrådet? *

Vennligst velg passende svar til hvert punkt:

	I svært liten grad				I svært stor grad	Ikke relevant
Tilskuddet/-ene var på samme nivå som forventet	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tilskuddet/-ene var for kortsiktig	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tilskuddet/-ene var i for stor grad øremerkede	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er lett å forutsi i hvilken grad en vil få tilskudd	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kulturrådets frister er enkle å forholde seg til	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kulturrådets saksbehandlingstid er for lang	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er enkelt å ha oversikt over Kulturrådets støtteordninger	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kulturrådets rapporteringsrutiner er lette å forholde seg til	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Støtten fra Kulturrådet bidro ikke til å utløse tilskudd fra andre offentlige instanser i den grad som var forventet	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Støtten fra Kulturrådet bidro til å utløse finansiering fra andre kilder i den grad som var forventet	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg/vi er fornøyd med Kulturrådet som støtteinstitusjon	☐	☐	☐	☐	☐	☐

15 Er det forhold ved Kulturrådets system, søknadsbehandling, informasjon/utlysninger, tildelingskriterier e.l. du mener burde vært annerledes?

Vennligst skriv her:

Inntekter fra kunst- og kulturproduksjonen

16 I hvilken grad generer din/deres kunst- og kulturproduksjon inntekter gjennom følgende kilder? *

Vennligst velg passende svar til hvert punkt:

	I svært liten grad				I svært stor grad	Ikke relevant
Salg av kunst/kunstverk	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Videreformidling av produksjoner (eks forestillinger, ferdige programmer)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Billettsalg	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Utleie av lokaler, utstyr eller lignende	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Salg av tjenester	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Salg av kompetanse	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sideaktiviteter (kafé- og bardrift, salg av sideprodukter, suvenirer etc)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Annet	☐	☐	☐	☐	☐	☐

17 hvis du svarte Annet på spørsmålet over, vennligst spesifiser

Only answer this question if the following conditions are met:
 ° Answer was 'I svært liten grad' eller " eller " eller " eller 'I svært stor grad' at question '16 [Spm 9]' (I hvilken grad generer din/deres kunst- og kulturproduksjon inntekter gjennom følgende kilder? (Annet))

Vennligst skriv her:

18 I hvilken grad er det mulig å øke inntektene fra din/deres kunst- og kulturproduksjon gjennom følgende kilder? * Vennligst velg passende svar til hvert punkt:

	I svært liten grad					I svært stor grad	Ikke relevant
Salg av kunst/kunstverk	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Videreformidling av produksjoner (eks forestillinger, ferdige programmer)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Billettsalg	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Utleie av lokaler, utstyr eller lignende	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Salg av tjenester	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Salg av kompetanse	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sideaktiviteter (kafé- og bardrift, salg av sideprodukter, suvenirer etc)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Annet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

19 Hvis du svarte Annet på spørsmålet over, vennligst spesifiser:

Only answer this question if the following conditions are met:
 ° Answer was 'I svært liten grad' eller " eller " eller " eller 'I svært stor grad' at question '18 [Spm 10]' (I hvilken grad er det mulig å øke inntektene fra din/deres kunst- og kulturproduksjon gjennom følgende kilder? (Annet))

Vennligst skriv her:

Støtte fra andre kilder

20 Har du/dere fått støtte fra andre aktører utenom Kulturrådet til din/deres kunst- og kulturproduksjon de siste fire årene? *

Vennligst velg passende svar til hvert punkt:

	Har søkt og fått støtte	Har søkt og fått avslag	Har ikke søkt
Kulturdepartementet	☐	☐	☐
Utenriksdepartementet	☐	☐	☐
Andre departementer	☐	☐	☐
Fylkeskommune	☐	☐	☐
Kommune	☐	☐	☐
Fond for lyd og bilde	☐	☐	☐
Fond for utøvende kunstnere	☐	☐	☐
Statens kunstnerstipend	☐	☐	☐
Den kulturelle skolesekken	☐	☐	☐
Kulturkontakt Nord	☐	☐	☐
EU-midler	☐	☐	☐
Andre offentlige fond/støtteordninger	☐	☐	☐
Innovasjon Norge	☐	☐	☐
Private fond	☐	☐	☐
Sponsorer fra næringslivet	☐	☐	☐
Annet	☐	☐	☐

21 Hvis du svarte Annet på forrige spørsmål, vennligst spesifiser:

Only answer this question if the following conditions are met:
 ° Answer was 'Har søkt og fått støtte' eller 'Har søkt og fått avslag' at question '20 [Spm 11]' (Har du/dere fått støtte fra andre aktører utenom Kulturrådet til din/deres kunst- og kulturproduksjon de siste fire årene? (Annet))

Vennligst skriv her:

Barrierer for økte inntekter fra kunst- og kulturproduksjonen

22 Hva er de største hindringene for å skape økte inntekter fra din/deres kunst og kultur produksjon? * Vennligst velg passende svar til hvert punkt:

	I svært liten grad				I svært stor grad	Ikke relevant
Kunsten/kunstverkene er i sin form lite salgbare	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg/vi opererer i en sjanger med begrensede inntektsmuligheter	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg/vi mangler ressurser til å drive salg/markedsføring	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg/vi mangler administrative ressurser	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg/vi mangler forutsigbar finansiering	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg/vi mangler forretningsmessig kompetanse	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg/vi legger ikke vekt på å øke inntektene	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg/vi har ikke tid til å søke om offentlig støtte	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg/vi har ikke nok kompetanse til å søke om offentlig støtte	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det finnes ikke egnede støtteordninger	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Annet	☐	☐	☐	☐	☐	☐

23 Hvis du svarte Annet på forrige spørsmål, vennligst spesifiser:

Only answer this question if the following conditions are met:
 ° Answer was 'I svært stor grad' eller " eller " eller "I svært liten grad" at question '22 [Spm 12]' (Hva er de største hindringene for å skape økte inntekter fra din/deres kunst og kultur produksjon? (Annet))

Vennligst skriv her:

Økonomisk resultat

24 Hvordan har det økonomiske resultatet av din/deres kunst og kulturproduksjon vært i løpet av de siste fire årene? *

Velg kun en av følgende:

- ☐ Gått med overskudd
- ☐ Gått i balanse
- ☐ Gått i underskudd

25 Hvis du svarte Gått i overskudd på forrige spørsmål: Hvordan har overskuddet blitt disponert? *

Only answer this question if the following conditions are met:
° Answer was 'Gått med overskudd' at question '24 [Spm 13]' (Hvordan har det økonomiske resultatet av din/deres kunst og kulturproduksjon vært i løpet av de siste fire årene?) Vennligst velg alle som passer:

- ☐ Investert i ny kunst/nye produksjoner
- ☐ Investert i infrastruktur/utstyr
- ☐ Opprettet nye arbeidsplasser
- ☐ Investert i kompetansehevingstiltak
- ☐ Tatt ut lønn
- ☐ Tatt ut utbytte
- ☐ Annet, vennligst spesifiser:

Takk for din besvarelse.

8.3 Liste over deltagere på workshopene

Følgende personer har deltatt på workshopene i forbindelse med utredningsarbeidet:

Tabell 15: Deltagere på workshopene		
Deltaker	Organisasjon	Workshop
Anne Britt Bjordal	IN Agder	Kristiansand
Anne Tone Hageland	Fylkeskultursjef - Vest Agder	Kristiansand
Arthur Oddvar Darre Arnesen	Memo Media	Tromsø
Asbjørn Grøvan	Kristiansand Kommune	Kristiansand
Asbjørn Rasch jr	dir. Innovasjon Norge Troms	Tromsø
Aslaug Eidsvik	Norsk forfattersentrum	Tromsø
Astri Tonoian	Astri Tonoian	Oslo (entr.)
Bente Nordhagen	Kulturetaten - Troms fylkeskommune	Tromsø
Brit Dyrnes	Arthotelnorway.com	Trondheim
Bård Eidet	Kommune (Trondheim)	Trondheim
Carina Herteig	Billedkunstner	Kristiansand
Christine Gjermo	Atelier Ilsvika	Trondheim
Egil Furre	Kommune (Trondheim)	Trondheim
Eivind Grønnestad	Eget studio	Kristiansand
Eivind Seljeseth	Koreograf og danser	Kristiansand
Elise Kielland		Oslo (org.)
Ellen Pedersen	Hovefestivalen	Kristiansand
Ellen Østgård	Fylkeskultursjef - Troms fylkeskommune	Tromsø
Else Rønnevig	Kulturvern	Kristiansand
Erik Valsdahl		Oslo (org.)
Espen Orre	Hovefestivalen	Kristiansand
Eva Grendahl	Fagråd for kulturbaserte og kreative næringer	Trondheim
Gard B. Eidsvold	Rå Utvikling	Oslo (entr.)
Giørt Werring	Dukketeatret Baldrian og Musa	Kristiansand
Gisle Mardal	Norsk Moteinstitutt (NMI)	Oslo (org.)
Gry Ringset		Oslo (org.)
Gunnar Kverenes	Innovasjon Norge Troms	Tromsø
Hans Henrik Wist	IN Sør-Trøndelag	Trondheim
Hege Pålsrud	Radart - Tromsø kommune	Tromsø
Hilde Kat. Eriksen	Ordkalotten	Tromsø
Ine Therese Berg	Living Arts	Oslo (entr.)
Inger Dirdal	Music Export Norway	Oslo (org.)
Ingerline Kongsgaard	Grafill	Oslo (org.)
Ivar Skjerve	IN Nord-Trøndelag	Trondheim

Tabell 15: Deltagere på workshopene		
Deltaker	Organisasjon	Workshop
Joar Lillerust	Nord-Norges arkitektforening	Tromsø
Jorunn Steensnæs	Arkitektst	Oslo (entr.)
Jørgen Skauge	Samsen kulturhus	Kristiansand
Kari Kleppe	Buen kulturhus	Kristiansand
Karianne Berg	Kreativt Forum	Oslo (org.)
Kirsti Grotmol	Norsk Billedhuggeres Forening	Oslo (org.)
Kjetil Nordhus	RockCity	Kristiansand
Klaus L Bergli	Sadio Nor	Tromsø
Knut Wik	Fylke (Sør-Trøndelag)	Trondheim
Kristen Ramsøy-Halle	Daglig leder, Dokkhuset Scene as	Trondheim
Kristin Danielsen	Ny Musikk	Oslo (org.)
Kristin Josefine Solstad	Kultibator	Tromsø
Kristina Hjelde	Norsk Moteinstitutt (NMI)	Oslo (org.)
Kåre Sørensen	Kultursjef - Tromsø kommune	Tromsø
Leif Holst Jensen	Produsentforeningen	Oslo (org.)
Lene Furuli	Norsk Folkemusikk- og Danselag	Oslo (org.)
Lillian Hatling	Distriktssenteret	Trondheim
Line Iren Andersen	LAID AS	Oslo (entr.)
Margit Klingen Daams	Forum for Kultur & Næringsliv	Oslo (org.)
Mari Flønes	DansiT- Dansekunst i Trondheim.	Trondheim
Mari Grut	Fylke (Sør-Trøndelag)	Trondheim
Marit Soini	Cinemateket Trondheim	Trondheim
Matha Otte	Tromsø Internasjonale Filmfestival	Tromsø
Odd Egil Nilsen	Næringssjef Lenvik kommune	Tromsø
Odd-Are Strømnes	Arcticfilm	Tromsø
Ole Tolstad	Atelier Ilsvika	Trondheim
Peter Butenschön	Oslo Teknopol – Kreative Oslo	Oslo (org.)
Pål Castberg	Aust-Agder fylkeskommune og Grundersenteret Aust-Agder	Kristiansand
Ragnar Bjerkreim	NOPA – Komponistforening for populærmusikk	Oslo (org.)
Ragnhild Geirsdatter Nordvik	NTNU Technology Transfer as	Trondheim
Representant	Næringsetaten - Troms fylkeskommune	Tromsø
Rita Nyvoll Rognmo	Innovasjon Norge Troms	Tromsø
Sheila Venvik	Design - innvilget etablererstipend	Trondheim
Sigbjørn Skåden	Norsk forfattersentrum	Tromsø
Sissel Piene	Arthotel	Trondheim
Solfrid Glesnes	Jo Strømgren Kompani	Oslo (entr.)
Svein Inge Sæther	Cinemateket Trondheim	Trondheim

Tabell 15: Deltagere på workshopene		
Deltaker	Organisasjon	Workshop
Sveinung Egeland	Norway Rock Festival	Kristiansand
Terje Trenaas	Rock city Namsos	Trondheim
Toffen Gundersen	Hovefestivalen	Kristiansand
Torgrim Mellum Stene	Idekokeriet	Oslo (entr.)
Torill Bue	Agder Kunstnersenter	Kristiansand
Torill Haugen	Utsikten Kunstcenter	Kristiansand
Torleif Hauge	Norsk Filminstitutt	Oslo (entr.)
Tove Bratten	Danse- og Teatersentrum	Oslo (org.)
Tove Lofthus	Fylke (Nord-Trøndelag)	Trondheim
Trude Gommæs Ugelstad	Norske Kunsthåndverkere (NK)	Oslo (org.)
Ulf Jensen	Nordlysfestivalen	Tromsø
Ulf Nilseng	NODA – Norske Dansekunstnere	Oslo (org.)
Øystein Eidsaa	Kristiansand Solistensemble	Kristiansand
Ådne Sekkelsten	Scenekunstbruket	Oslo (org.)
Kilde: Oxford Research		

8.4 Spørreskjema brukt på workshops

Innovasjon Norges og Norsk kulturråds støtteordninger	Hvor godt kjenner du til støtteordningen?				Hvor godt egnet mener du ordningen er for næringsutvikling på kunst- og kulturområdet?					I forhold til næringsutvikling, hva vil du betegne som støtteordningens fremste ...	
	Aldri hørt om	Hørt om, men ikke brukt	Brukt en gang	Brukt flere ganger	Helt uegnet	Uegnet	Passe egnet	Godt egnet	Svært godt egnet	Styrke	Svakhet
INNOVASJON NORGES STØTTEORDNINGER											
Etablererstipend											
Inkubatorstipend											
NyVekst											
Tilskudd til forskning og utvikling											
Tilskudd til investeringer											
Tilskudd til konsulentbistand											
Tilskudd til opplæring											
Øremerket utviklingstilskudd til kultur og opplevelsesnæringen											
Distriktsrettede risikolån											
Landsdekkende risikolån											
Lavrisikolån											
Bygdeutviklingsmidler											
Design-programmet											
Marint innovasjonsprogram											
Offentlige/industrielle forsknings- og utviklingskontrakter (OFU/IFU)											
Omdømmeprogrammet											
Trebasert innovasjonsprogram											
Verdiskapingsprogram mat											
Utviklingsprogram for grønt reiseliv											
Skattefunn											
Internasjonal vekst programmet											
IPR – Intellectual Property Rights											
Arenaprogrammet											
Bedriftsnettverk											
FRAM Kultur											

Gründergrupper												
Norwegian Centres of Expertise (NCE)												
Eksportkandidatprogram												
Hjemhenting												
Kurs i opplevelsesproduksjon												
Mentorordning												
Navigator (nytt kompetanseprogram)												
NORSK KULTURRÅDS STØTTEORDNINGER												
Arrangørstøtte												
Musikerstøtte												
Ensemblestøtte												
Musikkfestivalstøtte												
Basisfinansiering for scenekunst												
Fri scenekunst - teater												
Fri scenekunst - dans												
Scenekunst og ny teknologi												
Gjestespillstøtte												
Utstyrstøtte fellesverksteder												
Utstillingsstøtte												
Utstillingsstøtte kunstnere i etableringsfasen												
Etableringsfasen												
Kunst og ny teknologi												
Kunsthøst												
Rom for kunst												
Prosjektstøtte (alle fagområder)												

VÅR KJERNEKOMPETANSE:



Oxford Research er et skandinavisk konsultentselskap som dokumenterer og utvikler kunnskap i analyser, evalueringer og utredninger slik at politiske og strategiske aktører kan få et bedre grunnlag for sine beslutninger. Oxford Research ble etablert i 1995 i København og har nå kontorer også i Norge (Kristiansand) og Sverige (Stockholm).