

Midtveisevaluering

Kulturell og kreativ næring

Atle Hauge, Karin Ibenholt, Birgitta Ericsson,
Göran Hallin, Marte Marie Frisell, Carl Arvid
Dahlöf, Iveta Malsevska og Veronica Blumenthal



Midtveisevaluering

Midtveisevaluering

Kulturell og kreativ næring

Atle Hauge, Karin Ibenholt, Birgitta Ericsson,
Göran Hallin, Marte Marie Frisell, Carl Arvid
Dahlöf, Iveta Malsevska og Veronica Blumenthal

Copyright © 2021 by
Norsk kulturråd / Arts Council Norway
All Rights Reserved
Utgitt av Kulturrådet i kommisjon hos Vigmostad & Bjørke AS

1. utgave 2021 / 1. opplag 2021

ISBN: 978-82-7081-202-8

Grafisk produksjon: John Grieg, Bergen
Sideombrekking og omslag: Bøk AS
Design: William Stormdal / Bleed Design Studio
Forsidebilde: Signe Solberg: Soft target, 2021 © Signe Solberg / BONO 2021
Foto: Vegard Kleven

Spørsmål om denne boken kan rettes til:

Kulturrådet
Postboks 4808 Nydalen
0422 Oslo
Tlf.: +47 21 04 58 00
E-post: post@kulturradet.no

Materialet er vernet etter åndsverkloven. Uten uttrykkelig samtykke er eksemplar-
fremstilling bare tillatt når det er hjemlet i lov eller avtale med Kopinor.

For mer informasjon om Kulturrådet og Kulturrådets utgivelser:

www.kulturradet.no

Kulturrådets utgivelser omfatter forsknings- og utredningsarbeider med relevans for
Kulturrådet, for norsk kulturliv og for forskere på kulturfeltet.

De vurderinger og konklusjoner som kommer til uttrykk i utgivelsene, står for den
enkelte forfatters regning og avspeiler ikke nødvendigvis Kulturrådets oppfatninger.

Innhold

Forord	07
Oppsummering	08
Kulturdepartementets satsing på kulturell og kreativ næring	08
Midtveisevaluering av satsingen	08
Utviklingen i kulturell og kreativ næring 2016–2018	08
Tilskudd til 650 bedrifter	09
Innovasjon Norge	09
Kulturrådet	10
Norwegian Arts Abroad	10
God forvaltning, men samarbeidet mellom virkemiddelaktørene kan bli bedre	11
1 Innledning	12
1.1 Følgeevaluering av satsingen	12
1.2 Midtveisevalueringen	13
1.3 Definisjon av kulturell og kreativ næring	14
1.4 Leserveiledning	15
2 Satsingen på kulturell og kreativ næring	16
2.1 Satsing på kulturell og kreativ næring	16
2.2 Funn fra nullpunktanalysen	17
3 Utviklingen i kulturell og kreativ næring 2016–2018	19
3.1 Økonomiske nøkkeltall 2016–2018	19
3.2 Bransjestruktur og sysselsetting	23
3.3 Måloppnåelse på bransjenivå	24
4 Innovasjon Norge	28
4.1 Innovasjon Norges oppdrag og ordninger	28
4.2 Tilskuddsmottakere gjennom Innovasjon Norges KKN-satsing	36
4.3 Måloppnåelse: Innovasjon Norge	52
5 Kulturrådet	55
5.1 Kulturrådets oppdrag og ordninger i KKN-satsingen	55
5.2 Tilskuddsmottakere gjennom Kulturrådets KKN-satsing	61
5.3 Måloppnåelse – Kulturrådet	77
6 Norwegian Arts Abroad	79
6.1 Norwegian Literature Abroad (NORLA)	79
6.2 Norsk filminstitutt (NFI)	81
6.3 Music Norway	83
6.4 Danse- og teatersentrum / Performing Arts Hub Norway (DTS/PAHN)	84
6.5 Office for Contemporary Arts Norway (OCA)	86
6.6 Norwegian Crafts	89
6.7 Tilskuddsmottakernes vurderinger	90

7 Samlet vurdering	93
7.1 Satsingen 2017–2020	93
7.2 Bedriftene	93
7.3 Forvaltningen av tiltakene	96
7.4 Kunnskap om kultur som næring	98
7.5 Veien videre	99
8 Anbefalinger	104
Forslag til prioriterte tiltak	105
Referanseliste	106
Vedlegg I: Metodikk, avgrensninger og indikatorer	107
Dybdeintervjuer	107
Case	107
Dokumentanalyser	107
Vedlegg II: Medieanalyse	110
Vedlegg III: Næringsinndeling	112

Forord

Denne rapporten utgjør den andre rapporten i følgeevalueringen av Regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring. Dette er en midtveiseevaluering, med vurderinger av hvilke effekter satsingen har hatt så langt.

I den første rapporten var en viktig konklusjon at den overordnede innsatslogikken for satsingen på kulturell og kreativ næring virket god og sammenhengende, dvs. at tiltakene som er etablert i satsingen var logiske for å oppnå målene. Vi fant derimot at de overordnede målbare målene manglet noe på kvantifisering («hvor mange») og tidfesting («når»). Vi mente at dette gjorde det vanskelig å vurdere i hvor stor grad målene nås eller ikke. I denne midtveiseevalueringen har vi hatt et fokus på måloppnåelse, og brukt kvantitative så vel som kvalitative data for å se nærmere på dette.

Det er også verdt å merke seg at denne analysen har skjedd mens koronapandemien har lagt begrensninger på

aktivitet og inntjening i kulturell og kreativ næring, som i resten av samfunnet. Vi har valgt å ikke skille ut dette som et eksplisitt tema, men behandler det der det er naturlig. Det er flere analyser av hvordan koronapandemien påvirker næringen, og vi har derfor heller fokusert på helheten.

Oppdragsgiver for følgeevalueringen er Kulturrådet, og rapporten er en del av Kulturrådets publiseringer. Det har vært tett og god kontakt med oppdragsgiver og informanter fra feltet som evalueres, men det understrekes at forskningen er fri og uavhengig. Følgeevalueringen gjennomføres av Østlandsforskning/Høgskolen i Innlandet i samarbeid med Samfunnsøkonomisk analyse og WSP.

Lillehammer/Oslo, 1. november 2021

Tonje Lauritzen
Instituttleder Østlandsforskning

Atle Hauge
Prosjektleder

Oppsummering

Denne rapporten dokumenterer midtveiseevaluering innenfor følgeevalueringen av regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring. Helt innledningsvis er det noen hovedpunkter som vi har notert oss så langt, og som vil være blant de momenter som følges opp i følgeevalueringen. De enkelte punktene er mer omtalt både senere i denne oppsummeringen, og i selve rapporten:

- De økonomiske nøkkeltallene viser en positiv utvikling i bransjen frem til 2019. Både når det gjelder sysselsetting, omsetting og verdiskaping er det en tydelig vekst, som er på linje med øvrig næringsliv.
- De ulike ordningene ser ut til å fungere godt og etter intensjonene. Det er i hovedsak gode tilbakemeldinger fra næringen og de som jobber i ulike posisjoner i virkemiddelapparatet.
- Det største forbedringspotensialet ligger i samordning av virkemidler. Dette gjelder mellom de ulike aktørene i virkemiddelapparatet, men også i et prosjekt/foretaks livsløp, med en mulighet for å videreutvikle spesielt innovasjonsprosjekter.

Kulturdepartementets satsing på kulturell og kreativ næring

I 2017 iverksatte regjeringen en satsing på kulturell og kreativ næring (KKN), med den hensikt å skape vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i denne næringen. Satsingen omfatter en samlet økning i bevilgningene til kulturell og kreativ næring med 70 millioner kroner (Kulturdepartementet, 2016). Drøye 50 millioner kroner av satsingen går til forskjellige tiltak som forvaltes av Innovasjon Norge, Kulturrådet (NKR) og Norwegian Arts Abroad (NAA), og er det som omfattes av denne evalueringen. Alle tiltakene finansieres gjennom Kulturdepartementets budsjett.

Satsingen på kulturell og kreativ næring skal bl.a. bidra til økte inntekter i de enkelte bransjene, gjennom tilskuddsordninger og kompetanseoppbygging. Flere av tiltakene innenfor satsingen søker å «bygge bransjer», dvs. at det går utover den enkelte kunstneren og det skapende leddet. Ideen er at om systemet blir mer profesjonalisert, også hos de som støtter/leverer tjenester til det skapende leddet, vil økonomien i bransjen bli bedre. Dette vil i sin tur også være nyttig, både økonomisk og på annen måte, for det skapende leddet.

Den kulturelle og kreative næringen omfatter følgende bransjer: visuell kunst, utøvende kunst, musikk, litteratur, film, dataspill, TV og radio, trykte medier, arkitektur, design og reklame.

Midtveiseevaluering av satsingen

I denne rapporten presenteres en midtveiseevaluering av denne satsingen, som vi heretter benevner KKN-satsingen.

Midtveiseevalueringen består av:

- beskrivelse av tiltakene som inngår i satsingen, og hvordan disse har utviklet seg siden starten i 2017
- økonomiske nøkkeltall for de berørte bransjene, med utvikling fra 2016 frem til 2018(9)
- beskrivelse av hvordan de berørte virkemiddelaktørene har arbeidet med satsingen i 2019 og 2020
- vurdering av hvilken betydning satsingen har hatt for de berørte bransjene og for de virksomheter som har deltatt.

Rapporten baseres på flere typer data og metoder, både kvalitative og kvantitative, i tillegg til dokumentstudier av sentrale dokumenter, inkludert forsknings- og utredningsarbeider. For å beskrive økonomisk verdiskaping og bruk av næringsrettede virkemidler baserer vi oss på to datakilder: regnskapsdata fra Brønnøysundregistrene og Samspillsdatabasen. Samspillsdatabasen er en database over alle mottakere av støtte fra det offentlige næringsrettede virkemiddelapparatet.

Utviklingen i kulturell og kreativ næring 2016–2018

Det overordnede målet for satsingen er tredelt, idet den skal

- bidra til vekst, verdiskaping og arbeidsplasser via økt investering i og omsetning av kunst- og kulturproduksjoner
- gi økt kunnskap om kultur som næring
- bidra til en koordinert virkemiddelinnsetning.

Den kulturelle og kreative næringen har vært i en positiv utvikling, og kan vise til netto tilvekst i alle bransjer i perioden 2016–2018, med unntak av bok- og forlagsbransjen. Antallet dataspillvirksomheter er fortsatt få, men bransjen har hatt en sterk vekst i perioden. Ved å gjøre en verdikjedeanalyse ser det ut til at det framfor alt blir flere virksomheter nærmest det utøvende og skapende leddet i verdikjeden.

Om vi ser på økonomiske nøkkeltall som omsetning, sysselsetting og verdiskaping, kan næringen samlet sett vise til en positiv vekst. Lønnsomheten har imidlertid blitt marginalt redusert fra 2016 til 2018, men det er også tilfelle for hele næringslivet i Fastlands-Norge (dvs. alle næringer unntatt olje- og gassvirksomheten).

Samlet er verdiskapingen økt med om lag ni prosent i perioden 2016–2018. Det ble i 2018 registrert ca. 80 000 sysselsatte i kulturell og kreativ næring i Norge, en oppgang på åtte prosent fra 2016. Størst økning har det vært i Oslo med elleve prosent, mot ca. halvparten i resten av landet, det vil si seks prosent.

Delmål 1 i KKN-satsingen er i en positiv utvikling i og med at det vært en økning i egenkapital, eiendeler, gjeld og omsetning i alle bransjene innenfor kulturell og kreativ næring i perioden 2016–2018. At veksten i egenkapital og eiendeler har vært høyere enn veksten i gjeld kan tyde på at virksomhetene har klart å tiltrekke seg kapital som ikke er lånefinansiert. Når det gjelder delmål 3, ser vi en netto tilvekst av bedrifter på 6,5 prosent i den kulturelle og kreative næringen. Hvis man sammenligner kulturell og kreativ næring med tallene for Fastlands-Norge, så er utviklingen nokså lik, og det er kun marginale forskjeller i veksten i de ulike økonomiske nøkkeltallene. Det taler for at næringen i denne perioden har beholdt sin betydning i norsk økonomi.

Det andre hovedmålet til KKN-satsingen er økt kunnskap om kultur som næring. En indikator på dette kan være omtale i mediene. Ved hjelp av en medieanalyse ser vi at ordningene er generelt lite omtalt i mediene. Dette gjelder både i bransjepublikasjoner og andre medier. Resultatene fra spørreundersøkelsen gir det samme bildet, da bare et par prosent av støttemottakerne oppgir å ha fått kjennskap til ordningene gjennom mediene.

Fra de ulike aktørene i virkemiddelapparatet er det en generell oppfatning at det er en større aksept for å tenke kultur som næringsvirksomhet, spesielt hos de yngre bedriftene. Dette kan tyde på en økt kunnskap om kultur som næring. Koronapandemien har også synliggjort næringsperspektivet i hele næringen, dvs. nødvendigheten av inntekter for å sikre bedriftens overlevelse.

Det tredje målet om en koordinert virkemiddelinnsetts er delvis nådd gjennom et etablert samarbeid mellom virkemiddelaktørene som forvalter ordningen. Det er imidlertid et behov for bedre koordinering av de forskjellige tilskuddsordningene.

Tilskudd til 650 bedrifter

Samlet er det blitt gitt støtte (dvs. tilskudd og/eller deltakelse i kompetanseprogram) til minst 650 unike bedrifter gjennom KKN-satsingen i perioden 2017–2020. Det er gitt tilskudd på i alt 140 millioner kroner til 570 bedrifter, hvor tilskudd pr. søknad varierer fra 3 000 til 1 000 000 kroner – dvs. at det er store forskjeller i tilskuddenes størrelse.

Effekter av et tilskudd eller deltakelse i et kompetanseprogram på bedriftens resultater (omsetning, verdiskaping, lønnsomhet m.v.) viser seg som regel først etter noen år, dvs. at det er for tidlig å trekke noen sluttsatser om den økonomiske effekten av støtten. De bedrifter som fikk støtte første året, dvs. i 2017, har i gjennomsnitt hatt en økning i omsetningen med 18 prosent og i verdiskapingen med 16 prosent fra 2017 til 2019. Hvorvidt dette er bedre eller dårligere enn næringen totalt sett har vi ikke tall for, da vi kun har tall for hele næringen frem til 2018 – men for perioden 2016–2018 har bedriftene som har fått tilskudd hatt samme vekst i verdiskapingen som resten av næringen. Vi kan derfor ikke foreløpig si at de bedriftene som har fått tilskudd har hatt en sterkere vekst enn kulturell og kreativ næring totalt.

Den absolutt viktigste effekten av tilskudd, eller deltakelse i kompetanseprogram, er at bedriften har økt kompetansen knyttet til bedriftsutvikling generelt og markedsføring spesielt. Blant suksessfaktorene som trekkes frem, er det spesielt kombinasjonen av kapital og kompetanse i Innovasjon Norges ordninger, og en kombinasjon av det kulturelle perspektivet og det forretningsmessige i Kulturrådets ordninger. Programmer som inkluderer nettverksaktiviteter, har vært nyttige, og gode arenaer for dialog om felles saker og erfaringsutveksling.

Innovasjon Norge

I 2019 fikk Innovasjon Norge totalt bevilget 18,6 millioner kroner¹ til kulturell og kreativ næring innenfor KKN-satsingen. Totalt ga Innovasjon Norge tilsagn om støtte til

1 Dvs. bevilgningen minus det som ble avsatt til låneordning og til administrasjon.

kulturell og kreativ næring på drøyt 78,5 millioner kroner, noe som vil si at KKN-satsingen kun utgjør en mindre andel (22 prosent)² av den totale støtten Innovasjon Norge gir til denne næringen.

Ifølge Innovasjon Norges egne vurderinger ser man allerede nå positive resultater, mye grunnet en bredde av tiltak som møter behovene til et bredt spekter av aktører, i ulike faser og med ulike behov. Innovasjon Norge får mange henvendelser fra gründere innen kulturell og kreativ næring, men for flere av disse er det utfordrende å kvalifisere til Innovasjon Norges generelle virkemidler. Lav innovasjonshøyde og beskjedent markedspotensial og/eller lite skalerbar forretningsmodell er noen av de vanligste avslagsbegrunnelsene.

Intern kompetansedeling på tvers av hovedkontor, distriktskontor og utekontor er viktig for Innovasjon Norge. Et ledd i denne prosessen har vært å etablere faste møtepunkter i fagnettverket for kreativ næring. Det er en fordel med programmer/ordninger som løper over litt lengre tid, da dette både gir bedre læring internt i organisasjonen og en mulighet for å tilpasse ordningene.

Kulturrådet

Kulturrådets tiltak og ordninger innenfor KKN-satsingen skal bidra til at kunstnere og mindre virksomheter får økte inntekter basert på kunstnerisk virksomhet. Dette skal nås gjennom hovedsakelig tre innsatsområder:

- tilskuddsordninger til distribusjon, formidling, markedsføring og bedriftsutvikling rettet mot kunstnere og mindre bedrifter, til utvikling av regionale kompetansemiljøer som kan støtte kunstnere og mindre bedrifter og til kulturinstitusjoner for utvikling av digitale løsninger
- kompetanseprogram som retter seg mot kunstnere og mindre kulturbedrifter
- kuraterte møteplasser (i første omgang for det visuelle kunstfeltet).

Kulturrådet har brukt ressurser på å finne en hensiktsmessig organisering av arbeidet, samt å bygge opp kompetanse internt. Ordningene oppfattes i dag som en godt integrert del i Kulturrådets totale portefølje.

Kulturrådet selv oppfatter at ordningene er godt motatt, noe man tror delvis kan skyldes en ny generasjon

hvor entreprenørskapet i næringen er mer akseptert. Gjennom arbeidet og ikke minst møter med bransjene opplever man at man har klart å påvirke sjargongen i næringen. Det har skjedd en tydelig endring i «mind set» i bransjene, med et økt fokus på næring. Dette har også blitt ytterligere aktualisert gjennom koronapandemien.

I vår spørreundersøkelse til tilskuddsmottakere i Kulturrådets ordninger i KKN-satsingen er tilbakemeldingene at søknadsprosessen gjennomgående er god. Særlig gjelder dette kontakten med saksbehandler og informasjon i løpet av prosessen. De som har fått støtte til næringsutvikling, mener at selve søknadsprosessen var nyttig og viktig for den endelige utformingen av prosjektet.

En tilbakemelding fra tilskuddsmottakerne er at innovasjonsprosjekter er kostbare og at midlene som gis derfor i mange tilfeller ikke er tilstrekkelige for å få prosjekter over fra en utviklingsfase til mer stabil drift. Det kan derfor være verdt å vurdere større tilskuddsbeløp til færre mottakere, eller en bedre integrering mot andre tilskuddsordninger, for eksempel mot Innovasjon Norges ordninger som er spesielt rettet mot innovasjon.

Norwegian Arts Abroad

Norwegian Arts Abroad (NAA) er en paraplysammenlutning/nettverk av sju bransjeorganisasjoner som samarbeider om å fremme norsk kunst internasjonalt og nasjonalt: Norwegian Literature Abroad (NORLA), Norsk filminstitutt (NFI), Music Norway, Danse- og Teatersentrum/Performing Arts Hub Norway (DTS/PAHN), Office for Contemporary Arts Norway (OCA), Norwegian Crafts og DOGA, men hvor sistnevnte ikke er en del av KKN-satsingen.

Det overordnede målet med tildelingene til NAA-ene er økte inntekter i de seks bransjene, gjennom innsatser for å markedsføre og selge norsk kultur internasjonalt. De enkelte organisasjonene er av svært varierende størrelse og «modenhet», og dette gjelder også i stor grad de bransjer de representerer. Det betyr at organisasjonene har hatt svært ulike forutsetninger for å bruke den ekstra tildelingen på tilsiktet måte. Sammenlignet med de andre ordningene i KKN-satsingen er støtteordningene i NAA-ene relativt små målt i både penger og innsats, men de er samtidig mer spisset mot den enkelte bransje, og har fokus på å bygge bransje spesielt gjennom eksportrettet virksomhet.

2 38 prosent hvis man også inkluderer avsetningen til låneordningen.

Vi har gjennomført intervjuer med i alt elleve virksomheter som har fått tilskudd til bransjeutvikling fra en NAA minst én gang, og det er en bred oppfatning at støtten er viktig for å kunne få gjennomført satsinger i utlandet. Tilskuddet kan for eksempel gi rom for å inkludere flere land eller områder i én og samme kampanje. Tilbakemeldingen er at støtten er viktig for virksomheten som helhet, men også viktig for de artistene som får øremerket støtte. Dette selv om støtten utgjør bare en liten del av det man må bruke for å få en varig effekt i mange tilfeller.

Støtten fra NAA oppleves å være mer spisset og mer bransjetilpasset, samt at den er lettere å søke på, motta og benytte, enn støtten fra Innovasjon Norge og Kulturrådet.

God forvaltning, men samarbeidet mellom virkemiddelaktørene kan bli bedre

Det har over tid blitt utviklet et godt samarbeid mellom virkemiddelaktørene, i form av jevnlig møter og annen informasjonsutveksling underveis. Samarbeidet har bl.a. bestått i at Innovasjon Norge og Kulturrådet begge har brukt ekspertise fra NAA-ene i vurderingen av søknader og gjennomføring av enkelte programmer. Et eksempel på samhandling mellom Innovasjon Norge og Kulturrådet er det webinar som ble arrangert høsten 2020, med presentasjon av virkemidlene som bedrifter innenfor kulturell og kreativ næring kan søke på. NAA-ene på sin side opplever at de gjennom satsingen har blitt bedre kjent med hverandre og ikke minst funnet ut hvor man har felles utfordringer og muligheter, og hva man kan lære av hverandre.

1 Innledning

I 2017 iverksatte regjeringen en ny satsing på kulturell og kreativ næring (KKN-satsingen), med den hensikt å skape vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i disse næringene. Denne er senere fulgt opp, og i Prop. 1 S (2018–2019) fra Kulturdepartementet heter det:

Den kulturelle og kreative næringen kan bidra til vekst, verdiskaping og sysselsetting – og til nyskaping og innovasjon i øvrig næringsliv. Regjeringen vil vektlegge kulturens næringspotensial, styrke kultursektorens økonomiske bærekraft og legge til rette for at flere kunst- og kulturarbeidere kan skape sine egne arbeidsplasser.

Satsingen omfatter en samlet økning i bevilgningene til kulturell og kreativ næring. I 2017 var bevilgningen på 70 millioner kroner, hvorav 50 millioner kroner gikk til de ordninger som følgeevalueringen dekker (Kulturdepartementet, 2016).³ Dette nivået har stort sett holdt seg med mindre variasjoner fra år til år, og for budsjettåret 2021 er bevilgningen på 51 millioner kroner⁴ (Kulturdepartementet, 2020). Kulturdepartementet har tre hovedmålsettinger med satsingen:

- bidra til vekst, verdiskaping og arbeidsplasser via økt investering i og omsetning av kunst- og kulturproduksjoner
- økt kunnskap om kultur som næring
- en koordinert virkemiddelinnsetning.

Satsingen består av flere tiltak som forvaltes av Innovasjon Norge, Norsk Kulturråd og Norwegian Arts Abroad (NAA).

1.1 Følgeevaluering av satsingen

Kulturrådet har, på oppdrag av Kulturdepartementet, igangsatt en følgeevaluering av ordningen som har til hensikt å kvalitetssikre satsingen, legge til rette for god måloppnåelse og bidra til økt kunnskap om kultur som næring. Denne rapporten er den andre rapporteringen i denne følgeevalueringen.

Følgeevalueringen startet opp høsten 2018, og skal pågå frem til 2022. Den består av tre separate rapporter som til sammen skal belyse satsingen på flere forskjellige måter. Følgeevalueringen skal også bistå i utformingen av satsingen, dvs. at det kan skje en utvikling og tilpasning av satsingen basert på resultatene fra de enkelte analysene/evalueringene.

Evalueringer kan ha forskjellig formål og utgå fra forskjellige perspektiver, se for eksempel Norad⁵. En følgeevaluering vil typisk omfatte flere av disse, og kan være beslutningsorientert, prosessorientert og/eller brukerorientert. Den kan også ha elementer av å være såkalt målfri, dvs. en tilnærming hvor man er åpen for å se etter resultater som oppdragsgiver og forsker ikke på forhånd har kunnskap om. I denne følgeevalueringen inngår samtlige av disse perspektiver.

I den beslutningsorienterte delen legger vi vekt på satsingens grad av måloppnåelse, herunder bruken av de enkelte virkemidlene. Denne delen består av ulike former for effektmålinger. Evalueringen skal bidra til å si noe om satsingens måloppnåelse og forbedringstiltak. Det er satsingens og de enkelte virkemidlenes effektivitet og nytte ut fra definerte mål som gjøres til gjenstand for evalueringen.

I den prosessorienterte delen av evalueringen har vi fokus på innsikt, forståelse og læring, og hvordan satsingen kan forbedres underveis. Det er prosessen og iverksettingen av den som evalueres, herunder organiseringen av satsingen. Dette er en sentral del av følgeevalueringen.

3 Resterende 20 millioner kroner omfatter økte midler med 11 millioner kroner til filminsentivordningen (forvaltes av Norsk filminstitutt, NFI), 5 millioner kroner til digitalisering i lokalradio og 4 millioner kroner til en regional filmsatsing.

4 Den totale bevilgningen på Kap 325 Post 71, Kultur som næring, er 65,9 millioner kroner, men av dette er 15 millioner kroner avsatt til Arctic Race of Norway som ikke er en del av de tiltak som følgeevalueringen dekker.

5 <https://norad.no/evaluering/om-evaluering/ulike-typer-evalueringer/>

Målgruppen for satsingen er gjenstand for den brukerorienterte delen. Her er det brukernes (dvs. virksomhetene som har fått støtte og bransjene i stort) interesse som er i fokus, dvs. målgruppens mål, forventninger og behov.

Følgeevaluering startet med en nullpunktsanalyse (Hauge mfl., 2020), deretter en midtveiseevaluering (denne rapporten) og vil avsluttes med en sluttevaluering i 2022.

Følgeevalueringen utgår fra en programteori, dvs. en hypotese om hvorfor de igangsatte tiltakene vil bidra til å løse det problemet eller utnytte den muligheten som er utgangspunktet (grunnen til at satsingen er etablert). I følgeevaluering av satsingen er det fem ulike momenter som står sentralt:

1. evaluere satsingens innsatslogikk – programteori
2. evaluere porteføljen av prosjekt/tiltak innenfor satsingen
3. evaluere de aktiviteter som ansvarlige virksomheter gjennomfører
4. evaluere resultater og effekter hos deltakende bedrifter/organisasjoner og på bransjenivå
5. etablere systematisk tilbakekopling av resultatene i de fire stegene.

I gjennomføringen av evalueringen baserer vi oss på etablerte veiledere for evalueringer, se for eksempel DFØ (2007), og OECDs evalueringsmodell. Denne modellen er spesielt utviklet for å evaluere offentlige programmer og tiltak, etter deres relevans, effekt og effektivitet.

Følgeevalueringen baseres på flere typer data og metoder, både kvalitative og kvantitative, i tillegg til dokumentstudier av sentrale dokumenter, inkludert forsknings- og utredningsarbeider.

1.2 Midtveiseevalueringen

I denne rapporten presenteres midtveiseevalueringen, dvs. en evaluering etter at satsingen har fått virke en stund, men før den avsluttes. Midtveiseevalueringen gir slik sett en mulighet for å justere satsingen.

I mandatet for følgeevalueringen er kravene til midtveiseevalueringen:

Midtveiseevalueringen skal synliggjøre erfaringer og foreløpige resultater oppnådd gjennom aktiviteter støttet under satsingen. Evalueringen skal baseres på sekundærkilder; dokumenter, tilgjengelige registre/tall og rapporter samt kvalitative og kvantitative undersøkelser blant et representativt utvalg av tilskuddsmottakere og interessenter i ordningen.

Basert på denne kravspesifikasjonen består midtveiseevalueringen av:

- en beskrivelse av tiltakene som inngår i satsingen (kapittel 4–6)
- en kartlegging av status for de berørte bransjene, i form av verdiskaping og sysselsetting (kapittel 3)
- en beskrivelse av hvordan de berørte virkemiddelaktørene har arbeidet med satsingen så langt, og hvordan midlene er brukt (kapittel 4–6)
- en beskrivelse av de virksomheter som har fått støtte eller på annen måte deltatt i de tiltak som er etablert, og en vurdering av hvilken nytte de har hatt (kapittel 4–6).

I midtveiseevalueringen vurderes også om det er behov for noen endringer i satsingen, for eksempel knyttet til forvaltningen av ordningene, og gir basert på dette innspill til eventuelle endringer i satsingen.

Midtveiseevalueringen er gjennomført samtidig som verden har vært rammet av koronapandemien, og dermed har rammevilkårene for næringslivet og kanskje spesielt for (deler av) kulturell og kreativ næring endret seg drastisk. 12. mars 2020 stengte Norge i prinsippet ned og alle typer folkesamlinger ble forbudt. Selv om restriksjonene har endret seg gjennom året, har det hele tiden vært strenge begrensninger på antall publikum ved kulturelle arrangementer, og i tillegg har publikum uteblitt grunnet frykt for å bli smittet. Det betyr at mange kulturelle arrangementer enten har blitt avlyst eller gjennomført i en vesentlig mindre skala, og at inntektsgrunnlaget for en stor del av virksomhetene innenfor de utøvende bransjene (teater, konserter, kino, utstillinger, festivaler etc.) ble drastisk redusert. Menon & BI (2020) anslår at kultursektoren⁶ får et inntektstap på i størrelsesorden 32 prosent for 2020. Denne situasjonen påvirker selvsagt satsingen på kulturell og kreativ næring, for eksempel i form av at resultatene blir annerledes enn forventet og følgelig noe

6 Musikk, litteratur, scenekunst, visuell kunst, museum og kulturarv.

vi må ta hensyn til i følgeevalueringen når vi vurderer måloppnåelse o.l.

Midtveisevalueringen er basert på dokumentstudier, intervjuer med berørte virkemiddelaktører og utvalgte tilskuddsmottakere, spørreundersøkelse til tilskuddsmottakere og analyse av relevant statistikk (regnskapsdata, virkemiddelbruk m.v.). En mer detaljert beskrivelse av metode finnes i vedlegg I. For å følge satsingen over tid og dens synlighet i offentligheten har vi gjennomført en medieanalyse. Den er basert på nyhetsartikler på nett og papir i bransjetidsskrifter, riks- og lokalpresse i perioden 2017–primo 2020. Søk er gjennomført etter redaksjonelt stoff som omtaler kulturell og kreativ næring som felt, og spesielt KKN-satsingen som er gjenstand for evaluering. Av de 197 omtalene er det funnet om lag en tredjedel i hver av de undersøkte mediene. Analysen er gjengitt i vedlegg II.

1.3 Definisjon av kulturell og kreativ næring

Den kulturelle og kreative næringen kan defineres på flere forskjellige måter.⁷ I Kulturmeldinga, Meld. St. 8 (2018–2109) er næringen definert som:

Kulturell og kreativ næring er ei samlenemning på næringsverksemd basert på framstilling av kulturelle uttrykk som primært kommuniserer gjennom estetiske verkemiddel som symbol, teikn, bilete, fargar, rørsler, former, lydar og forteljingar.

I nemninga kulturell og kreativ næring inngår visuell kunst, utøvande kunst, musikk, litteratur, film, spel, tv, radio, trykte medium, arkitektur, design, reklame og kulturarv. Omgrepet kulturell næring omfattar kunstnarisk næringsverksemd knytt til å skape, produsere og utøve kulturelle uttrykk, medan omgrepet kreativ næring omfattar næringsverksemd som nyttar kulturelle uttrykk som innsatsfaktor i verksemda.

I den offentlige statistikken er næringen spredt utover flere næringsgrupperinger, og utgjør i flere tilfeller også bare en delmengde av en næring. Hvilke bransjer man velger å ta med i definisjonen av kulturell og kreativ næring har selvsagt betydning når man ser på utviklingen, men i

følgeevalueringen er det viktigst at man har en konsistent definisjon som følges gjennom hele prosjektet, og som best mulig treffer de virksomheter som satsingen er ment å treffe (dvs. målgruppen).

I den nasjonale delen av virkemiddelapparatet, for eksempel Innovasjon Norge og regjeringen (KUD) og Kulturrådet, bruker man en omforent definisjon av næringen. Denne sammenfaller blant annet med ovennevnte Meld. St. 8 (2018–2019) Kulturens kraft – Kulturpolitikk for framtida, og i Kulturrådets kravspesifikasjon (18/6391) til følgeevalueringen. Siden disse dokumentene ikke inneholder en operasjonalisert liste over hvilke næringskoder som konkret omfattes, har vi brukt tidligere analyser og andre kilder til en bransjeoppdeling som vist nedenfor⁸ (se også vedlegg III og nullpunktanalysen for kategorisering etter NACE-koder). Vår operasjonalisering av næringen er:

- *Bokbransjen/litteratur*: forfattere, bokhandel, forlag m.v, tidsskrifter og periodiske publikasjoner, nyhetsbyråer (Litteratur og Trykte medier)
- *Musikk*: lydinnspillinger, publisering, komponister, tekstforfattere, butikkhandel med musikk, live orkestre, støttende tjenester/impresariotvirkosomhet (Musikk)
- *Dataspill*: utviklere, forleggere, salgssteder, distribusjon (Dataspill)
- *Film, video, TV, radio og foto*: innspilling og filmproduksjon, programproduksjon, fotografivirkosomhet, post-produksjon, distribusjon, tilhørende kreative aktører (Film, TV og radio, Visuell kunst)
- *Arkitektur*: arkitektbyråer (Arkitektur)
- *Annonse og reklame*: reklamebyråer (Reklame)
- *Designvirkosomhet*: industridesign, produktdesign, interiørdesign, grafisk og visuell design (Design)
- *Utøvande og kunstnerisk virkosomhet*: kunst/virkosomhet: scenekunstnere, teatre m.v., undervisning i kunstfag/kultur (Utøvande kunst)
- *Bibliotek, museer, arkiver og andre kulturvirkosomheter*: drift av museer, arkiver, historiske steder og bygninger (Litteratur, Kulturarv)

7 For en diskusjon og gjennomgang av ulike tilnærminger samt historisk bakgrunn: <https://kunnskapsverket.org/nyheter/whats-word1>

8 Denne bransjeinndelingen stammer blant annet fra Creative Industries Mapping Documents 2001, utgitt av Department for Digital, Culture, Media and Sport i Storbritannia.

1.4 Leserveiledning

Midtveisevalueringen inkluderer mange ordninger og bygger på et omfattende datagrunnlag, og med et ønske om å gi så presise beskrivelser som mulig er det en omfattende rapport.

Kapittel 2 gir en rask innføring i satsingen på kulturell og kreativ næring, og oppsummerer de viktigste funnene fra nullpunktanalyse.

Kapittel 3 presenterer utviklingen i hele næringen fra 2016 til 2018, og sammenligner med utviklingen for hele næringslivet. Fokus er på økonomiske størrelser, som omsetning, verdiskaping og sysselsetting.

Kapittel 4 og 5 beskriver ordningene i henholdsvis Innovasjon Norge og Kulturrådet. Begge kapitlene begynner med en beskrivelse av bevilgningene fra Kulturdepartementet, og hvilke føringer som følger med. Ordningene beskrives både skjematisk i tabell (tabell 4.1 og 5.1) og mer detaljert i tekst. Deretter beskrives ordningene som etablert hos dem og hvilken erfaring de selv har høstet så langt. Denne beskrivelsen bygger på tildelingsbrev/oppdragsbrev, årsrapporter og intervjuer med representanter for Innovasjon Norge og Kulturrådet. Deretter beskrives bedriftene som har fått støtte, herunder antall bedrifter,

hvilke bransjer som er representert, geografisk fordeling av bedriftene og økonomiske tall. Denne beskrivelsen bygger på lister over tilskuddsmottakere, bedriftsregister og Samspillsdatabasen. Bedriftenes erfaringer med tilskuddene, og synspunkter presenteres deretter, basert på funnene fra spørreundersøkelsene som har blitt sendt til alle tilskuddsmottakere og intervjuer med utvalgte bedrifter. Kapitlene avsluttes med en vurdering av måloppnåelsen hos hver av de to virkemiddelaktørene.

Kapittel 6 beskriver det arbeid som gjøres i NAA-ene, med en litt kortere beskrivelse av ordningene og NAA-enes erfaringer, og deretter en samlet vurdering fra et utvalg av tilskuddsmottakere.

Kapittel 7 inneholder vår samlede vurdering av satsingen frem til årsskiftet 2020/2021. Vi ser her på utviklingen av satsingen, deltakende bedrifter, forvaltningen av satsingen, samhandlingen mellom tiltakene/ordningene og de deltakende virkemiddelaktørene og kunnskapen om kultur som næring. Videre drøftes viktige utfordringer fremover, basert på et dialogmøte med alle virkemiddelaktørene.

Rapporten avsluttes med våre anbefalinger for videreføringen av ordningen, i kapittel 8.

2 Satsingen på kulturell og kreativ næring

Tradisjonelt har kultur- og næringspolitikken i Norge tilhørt to ulike sfærer. Fra 1950-tallet var kulturpolitikk velferdspolitik, der offentlige inngrep i kultursektoren skulle kompensere for markedssvikt, mens næringspolitikk var et instrument for å stimulere økonomisk vekst og utvikling. I løpet av 1980-tallet endret dette seg gradvis. Kulturpolitikken baserte seg i økende grad på at kultur også måtte lønne seg (Kobro, 2009). Men det var først etter tusenårsskiftet at språkbruken begynte å endre seg i tydeligere merkantil retning. Koblingen kultur og næring ble offisielt satt på den politiske agenda i 2001 med rapporten «Tango for to», som oppfordret til tettere bånd mellom de to sektorene (Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet, 2001). I 2005 kom den første stortingsmeldingen om kultur og næring (St.meld. nr. 22 2004–2005). Interessen for kulturell og kreativ næring har med andre ord en relativt lang historie, og det er viktig å se på satsingen vi belyser i denne rapporten som en del av en lengre utvikling.

Næringspolitiske virkemidler er begrunnet ut fra ønsket om å sikre en effektiv allokering av samfunnets ressurser og korrigere for ulike typer av markedssvikt, dvs. forhold som bidrar til at markedet ikke fungerer optimalt. Kulturpolitiske virkemidler bygger på den samme begrunnelsen, men hvor korrigeringen av markedssvikt handler om at kunst og kultur er offentlige fellesgoder som skal være tilgjengelige for alle.

Markedssvikt, markedsimperfeksjoner og barrierer som kan hemme næringsutviklingen i kulturell og kreativ næring og dermed begrunne hvorfor myndighetene bør bruke virkemidler er nærmere beskrevet i nullpunktanalysen (Hauge mfl., 2020).

2.1 Satsing på kulturell og kreativ næring

Satsingen på kulturell og kreativ næring som ble etablert i 2017 har tre hovedmålsettinger (Kulturdepartementet, 2016):

- bidra til vekst, verdiskaping og arbeidsplasser via økt investering i og omsetning av kunst- og kulturproduksjoner
- økt kunnskap om kultur som næring
- en koordinert virkemiddelinsats.

Ansvar for denne satsingen er i regjeringen i stor grad plassert hos Kulturdepartementet, og i Prop. 1 S (2018–2019) Kulturdepartementet, s. 16 heter det:

Kulturdepartementet støtter derfor opp om tiltak som bidrar til kunnskap og kompetanseutvikling, styrker verdikjeden og kompetansemiljøer i alle deler av landet og stimulerer til verdiskaping og investering i norsk innhold, kulturell innovasjon og eksport.

For budsjettåret 2020 er satsingen ikke en del av hovedprioriteringene i Kulturdepartementets budsjettforslag (Prop. 1 S (2019–2020), Kulturdepartementet), men satsingen omtales under kapittel 325, Allmenne kulturformål, post 71 Kultur som næring. Målene for satsingen er stort sett uendret fra tidligere år, men det sies bl.a. at

Regjeringen ønsker å styrke den private finansieringen og sikre at den norske kulturelle og kreative næringen reelt sett har like gode vilkår som andre næringer. Regjeringen vil legge til rette for økt eksport gjennom gode insentivordninger og større samling av kompetanse i klyngemiljøer i alle deler av landet.

KKN-satsingen består av flere tiltak som forvaltes av Innovasjon Norge, Kulturrådet og Norwegian Arts Abroad (NAA)⁹:

- *Innovasjon Norges* innsats er rettet mot små og mellomstore virksomheter og tilbyr kapital, kompetanse og nettverk. Dette skal bidra til økte private investeringer, øke kunnskapen hos aktørene om kultur som næring, skape flere vekstkraftige bedrifter samt styrke samspillet mellom kultur og reiseliv.

9 *Norwegian Arts Abroad* er en paraplysammenslutning av sju bransjeorganisasjoner som samarbeider om å fremme norsk kunst internasjonalt og nasjonalt. Organisasjonene som deltar er Music Norway, NORLA (Norwegian Literature Abroad), Norsk filminstitutt, OCA (Office for Contemporary Art Norway), Norwegian Crafts, PAHN (Performing Arts Hub Norway) og DOGA (Design og Arkitektur Norge). DOGA er imidlertid ikke en del av KKN-satsingen.

- *Kulturrådets* tiltak skal bidra til at norske kunstnere og kulturaktører oppnår økte inntekter gjennom kunstnerisk virksomhet. Målgruppen for satsingen på kulturell og kreativ næring er kunstnere og mindre virksomheter i mellomleddet mellom kunstner og marked/publikum som jobber med distribusjon, formidling, markedsføring eller salg av kulturelle uttrykk, samt regionale kompetansemiljøer som støtter opp om disse.
- *NAA-enes* innsatser har til hensikt å styrke de aktører som arbeider med å selge og markedsføre norsk kultur og kunst internasjonalt. Innsatsene skal bidra til økte inntekter i de enkelte bransjene.

Totalt sett skal innsatsene bidra til vekst, verdiskaping og arbeidsplasser via økte investeringer i og omsetning av kunst og kulturproduksjoner. Felles for disse satsingene er at de søker å «bygge bransjer», dvs. at det går utover den enkelte kunstneren/det skapende leddet. Intensjonen er at om systemet blir mer profesjonalisert, også hos de som støtter/leverer tjenester til det skapende leddet, vil økonomien bli bedre. Dette vil i sin tur også være nyttig, både økonomisk og på annen måte, for det skapende leddet. Denne programlogikken er illustrert i figur 2.1.

2.2 Funn fra nullpunktanalysen

Nullpunktanalysen hadde til hensikt å være utgangspunktet for kunnskapsutvikling og evaluering av resultater gjennom følgeevalueringens prosjektsyklus. Rapporten

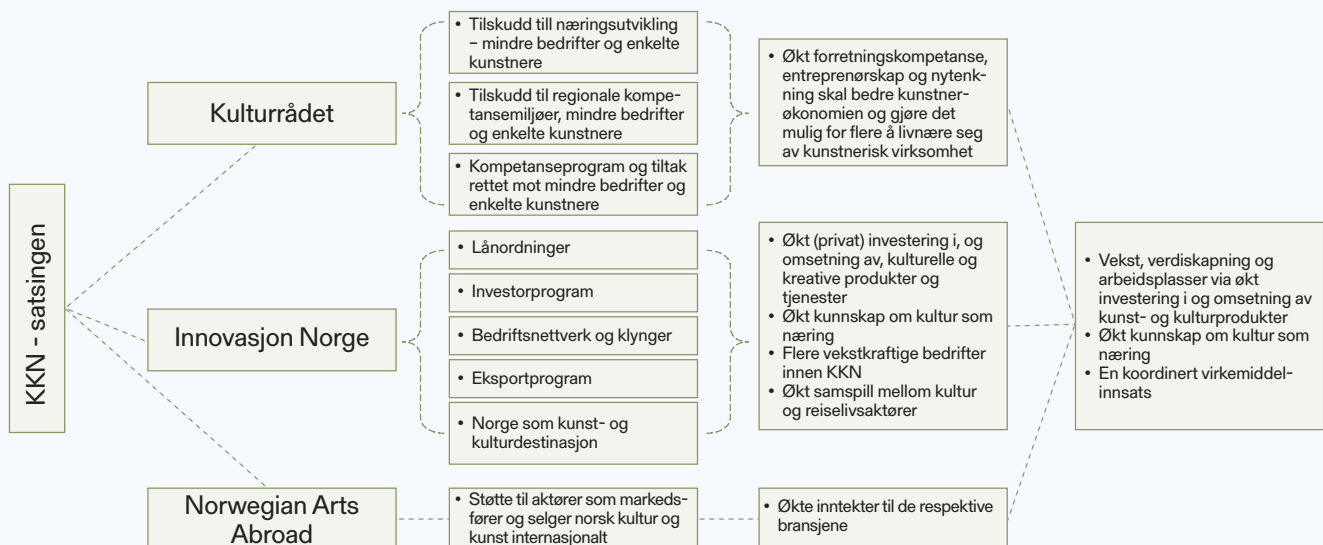
presenterer grunnlagsdata, programteori og analysemodeller for følgeevalueringen, og gir en oversikt over satsingens tiltak, innsats, målgrupper, handlingslinjer og støttede aktiviteter. Det ble videre utviklet resultatindikatorer. Analysen var basert på sekundærkilder; tildelingsbrev og andre relevante dokumenter og rapporter, regnskapsdata for hele næringen og intervjuer med representanter for virkemiddelaktørene som forvalter satsingen.

I nullpunktanalysen beskrev vi tiltakene som inngår i satsingen og begrunnelsen for å iverksette satsingen (innsatslogikken, figur 2.1), ga et kort historisk tilbakeblikk på tidligere satsinger, og beskrev hvordan de berørte virkemiddelaktørene hadde arbeidet med satsingen frem til våren 2019. Vi kartla også status for de berørte bransjene, i form av verdiskaping og sysselsetting og i hvor stor grad disse bransjene tidligere har vært brukere av næringsrettede virkemidler.

De viktigste funnene i nullpunktanalysen er:

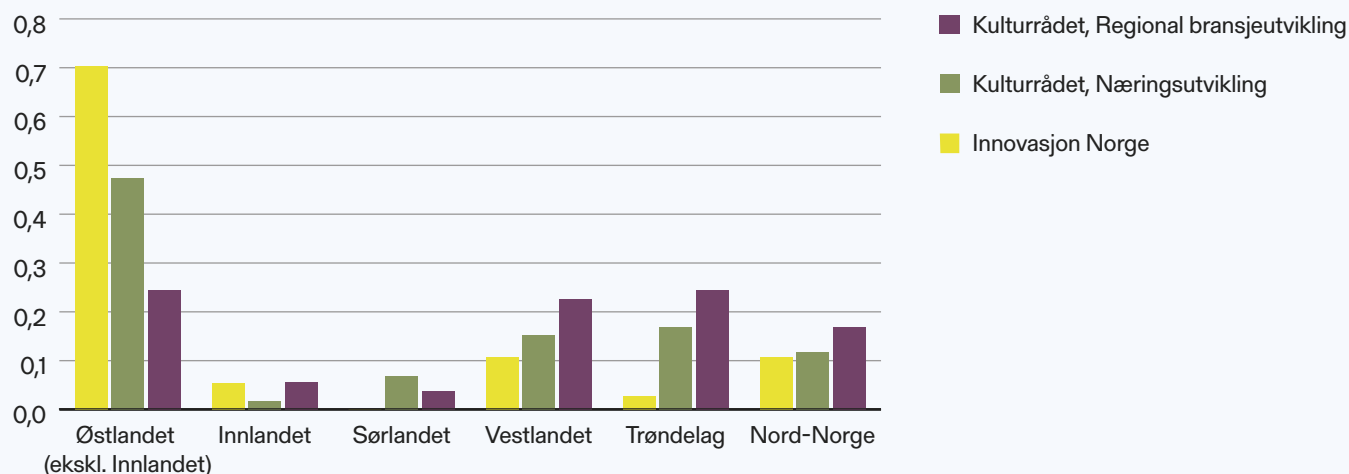
- På et overordnet nivå er det utviklet en god og sammenhengende programteori. Flere av målene for satsingen kan evalueres med indikatorer som totalomsetningen i bransjene, antall sysselsatte, antall bedrifter og størrelsen på investeringer. De overordnede målene kan dermed beskrives som definerte og målbare. Et unntak er «økt kunnskap om kultur som næring» og «en koordinert virkemiddel-innsats», som typisk må bygge på mer kvalitative vurderinger. De målbare målene er imidlertid ikke kvantifiserte, dvs. det oppgis ikke hvor stor tilveksten eller økningen i

Figur 2.1 Programlogikk for satsingen på kulturell og kreativ næring.



Figur 2.2 Geografisk fordeling av KKN-satsingen, begrenset til støtte fra Innovasjon Norge (Bedriftsnettverk og Eksportprogram) og fra Kulturrådet (Næringsutvikling og Regional bransjeutvikling). 2017–2018.

Kilde: Kulturrådet, Innovasjon Norge



antall arbeidsplasser skal være. Det er heller ikke tidfestet, dvs. at det ikke er oppgitt når en kan forvente at økningen skal inntreffe.

- Kulturell og kreativ næring er representert over hele landet, og bruken av ordningene bør i prinsippet gjenspeile dette. Nullpunktanalysen viste at det så langt var en relativt stor skjevhet i tildelingen av støtte, med en klar overvekt av støttemottakere på Østlandet, se figur 2.2. I den grad geografiske forskjeller vedvarer, er det relevant å analysere mulige årsaker til dette. Det kan for eksempel være at det finnes regionale virkemidler som brukes isteden, eller strukturelle forskjeller i næringene.

Gitt regionreformen i 2020, hvor regionene har fått et større ansvar spesielt for næringsutvikling og til en viss del kulturpolitikk, er dette momentet ekstra interessant å følge opp.

- Det er interessant å se om fordelingen av tilskudd mellom de ulike bransjene over tid gjenspeiler bransjenes størrelse eller kommersialiseringspotensial, og hva som eventuelt kan forklare en utvikling som ikke er som forventet. Her kan det for eksempel være aktuelt å følge opp om det er forskjell mellom de bransjer som er mer kulturelle, og de mer kommersielle (kreative) bransjene.

3 Utviklingen i kulturell og kreativ næring 2016–2018

Midtveisevalueringen er en første «kontrollpost» for å vurdere virkningen av tiltakene som inngår i satsingen, selv om virkningsperioden har vært relativt kort. Virkningene av tiltakene kan imidlertid ikke vurderes uavhengig av hva som ellers skjer i andre virksomheter i næringen. I dette kapitlet gir vi en oversikt over næringsstrukturen, og utviklingen i enkelte sentrale økonomiske indikatorer og sysselsetting i treårsperioden fra nullpunktanalysen (Hauge mfl., 2020) i 2016 og til 2018.¹⁰ Utviklingen presenteres for hele næringen og for de enkelte bransjene. Sentrale størrelser er naturligvis antall virksomheter, verdiskaping og omsetning, men også forhold som investeringer, egenkapital og gjeld bidrar til ytterligere å belyse tilstanden i næringen.

Videre ser vi på næringens bruk av andre næringsrettede virkemidler før KKN-satsingen ble etablert i 2017. Å øke kjennskapen til eller bruken av denne type virkemidler er ikke en del av satsingen, men dette kan allikevel ses på som indikatorer for næringenes «modenhet» knyttet til næringsutvikling, og har relevans for målene om «økt kunnskap om kultur som næring» og «en koordinert virkemiddelinsats».

3.1 Økonomiske nøkkeltall 2016–2018

I 2018 var det registrert 9 569 virksomheter med en omsetning på 50 000 kroner eller mer i de bransjer som er inkludert i kulturell og kreativ næring (Tabell 3.1). Det representerer en netto tilvekst i perioden 2016 til 2018 på

533 virksomheter, det vil si seks prosent. Av virksomhetene i 2016 er det 1 320 som ikke er med lenger på grunn av bransjeskift (245), konkurs (242) eller oppløst/slettet (821). Det er i samme periode registrert i alt 2 595 nye virksomheter i næringen.¹¹

Det har vært netto tilvekst i alle bransjer bortsett fra innenfor bok- og forlagsbransjen. Der er antallet virksomheter redusert med seks prosent, noe som særlig skyldes at mange virksomheter er overført til andre bransjekoder. Det gjelder også delvis for annonse-/reklamebransjen. At virksomheter endrer formål for virksomheten, er ikke uvanlig. De fleste endringene er imidlertid knyttet til at «hovedkontortjenester» nå er skilt ut som egen bransje, noe det ikke har vært tidligere.¹² Antallet dataspillvirksomheter er fortsatt få, men har hatt en sterk vekst i perioden.¹³ Ellers er det framfor alt virksomheter nærmest det utøvende og skapende leddet i verdikjeden som blir flere, mens antallet aktive virksomheter i produksjons- og distribusjonsleddene ser ut til å stagnere eller gå tilbake.

En samlet oversikt over de økonomiske nøkkeltallene vi har sett på, viser at det i næringen samlet er registrert en relativt stor økning i alle nøkkeltallene. Netto tilvekst av antall virksomheter er på seks prosent i perioden, og det var i 2018 registrert om lag 9 500 virksomheter med en omsetning større enn 50 000 kroner. Hovedbildet er at de mest sentrale målene har kunnet vise en større vekst enn netto tilgangen av antall virksomheter. Også gjelden har økt, men likevel mindre enn egenkapital, omsetning og verdiskaping (Tabell 3.2).

10 2018 er det siste tilgjengelige året med oppdaterte regnskapsdata.

11 Det omfatter samtlige nyregistreringer uten krav til minsteomsetning.

12 Det gjøres noen ganger endringer i NACE-koder og klassifiseringer. Det må man regne med, og det kan være en begrensning ved bruk av NACE-koder, særlig ved sammenlikninger over tid.

13 NACE-kode 58.210 Utgivelse av programvare for dataspill besto i 2018 av 70 virksomheter ifølge Enhetsregistret, men det var kun 20 av disse som hadde en omsetning på minst 50 000 kr. Oslo Economics (2018) anslår at det var ca. 100 virksomheter i norsk spillbransje i 2016, forskjellen mot våre tall skyldes delvis at vi ikke teller med de minste, men hovedsakelig at Oslo Economics også har håndplukket bedrifter som er registrert med andre NACE-koder, spesielt 62.010 Programmeringstjenester.

» **Tabell 3.1** Antall virksomheter i kulturell og kreativ næring 2016 og 2018 og netto tilvekst 2016 til 2018.

Bransje	Virksomheter, antall		Netto tilvekst %
	2016	2018	
Annonse og reklame	1258	1302	3 %
Arkitektur	1046	1069	2 %
Bokbransjen (forlagsvirksomhet)	1313	1235	-6 %
Dataspill	16	20	25 %
Drift av bibliotek, arkiv, museum	456	482	6 %
Film, video og fjernsynsprogram	1475	1558	6 %
Musikk	917	1005	10 %
Spesialisert designvirksomhet	1411	1611	14 %
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	1144	1287	13 %
Kulturell og kreativ næring i alt	9036	9569	6 %

Note: Omfatter kun bedrifter med en omsetning som er større enn 50 000 kr.

Kilde: Enhetsregisteret/Proff Forvalt

» **Tabell 3.2** Økonomiske nøkkeltall i kulturell og kreativ næring. Endring 2016–2018. Millioner kroner og prosent.

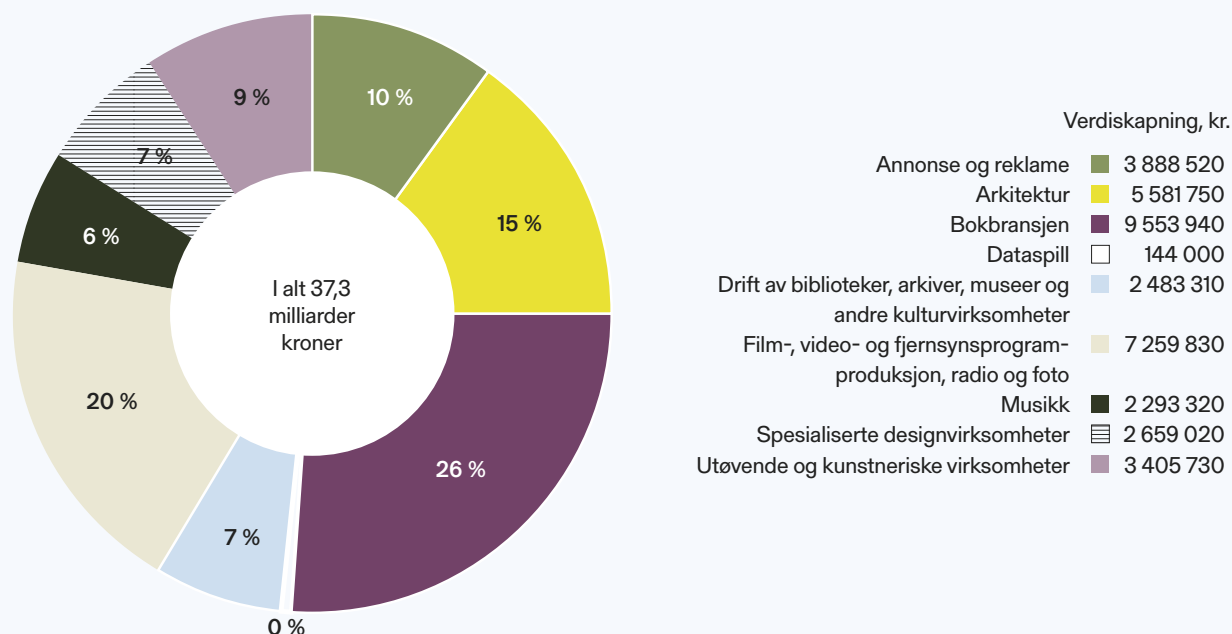
	2018	Endring 2016–2018
	Mill. NOK	Prosent
Egenkapital	25 612	16 %
Eiendeler	67 147	11 %
Gjeld	41 483	8 %
Omsetning	92 985	13 %
Verdiskapning*	37 271	9 %
Syssetning, antall	80 749	8 %
Virksomheter, antall	9569	6 %

* Verdiskapningen er omtrent den samme som i 2016 angitt i Nullpunktanalysen. Økningen på 9 prosent angir utviklingen for virksomheter som i dag er registrert i de riktige bransjene. Det er 245 virksomheter som har skiftet bransje i perioden, noe som forklarer det meste av forskjellen mellom verdiskapningstallene for 2016 i Nullpunktanalysen og disse. Den største bransjemessige endringen er at «hovedkontor» er skilt ut som egen bransjekode i perioden.

Kilde: Enhetsregisteret/Proff Forvalt

Figur 3.1 Verdiskaping i kulturell og kreativ næring i Norge fordelt etter bransje. 2018. Prosent.

Kilde: Enhetsregisteret/Proff Forvalt



Den totale verdiskapingen¹⁴ i kulturell og kreativ næring i Norge var på 37,3 milliarder kroner i 2018.¹⁵ Verdiskapingen i Oslo var på 20,1 milliarder kroner og utgjorde dermed 54 prosent av den totale verdiskapingen i disse næringene i 2018. Det representerer en liten tallmessig tilbakegang i forhold til tallene for 2016 i Nullpunktanalysen. Årsaker til dette er delvis utviklingen i de store bransjene, noe som også endringene i datagrunnlaget som omtalt ovenfor kan ha påvirket. Bransjemessig var det virksomheter i forlagsbransjen som bidro mest til verdiskapingen, mens virksomheter som driver med utgivelse av programvare for dataspill bidro minst (figur 3.1).

Samlet er verdiskapingen økt med om lag ni prosent i perioden 2016–2018. De største bransjene, som bokbransjen og film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto, har likevel stått på stedet hvil eller registrert en liten tilbakegang. Utviklingen i de store bransjene vil i stor grad være avgjørende for utviklingen i næringen samlet. Den største relative endringen i verdiskapingen fra 2016 er registrert innenfor dataspill. Det skyldes delvis at tallene er små, og bransjen står fortsatt for under én prosent av den samlede verdiskapingen. I absolutte tall er

økningen i dataspillbransjen på om lag 90 millioner kroner. Spesialisert design er den bransjen som utenom dataspill også har hatt stor vekst, 40 prosent. I den andre delen av skalaen ligger utøvende kunstneriske virksomheter med relativt liten vekst – fem prosent. Virksomhetene samlet i de øvrige bransjene ligger rundt 15–20 prosent i verdiskapingsvekst i perioden (figur 3.2).

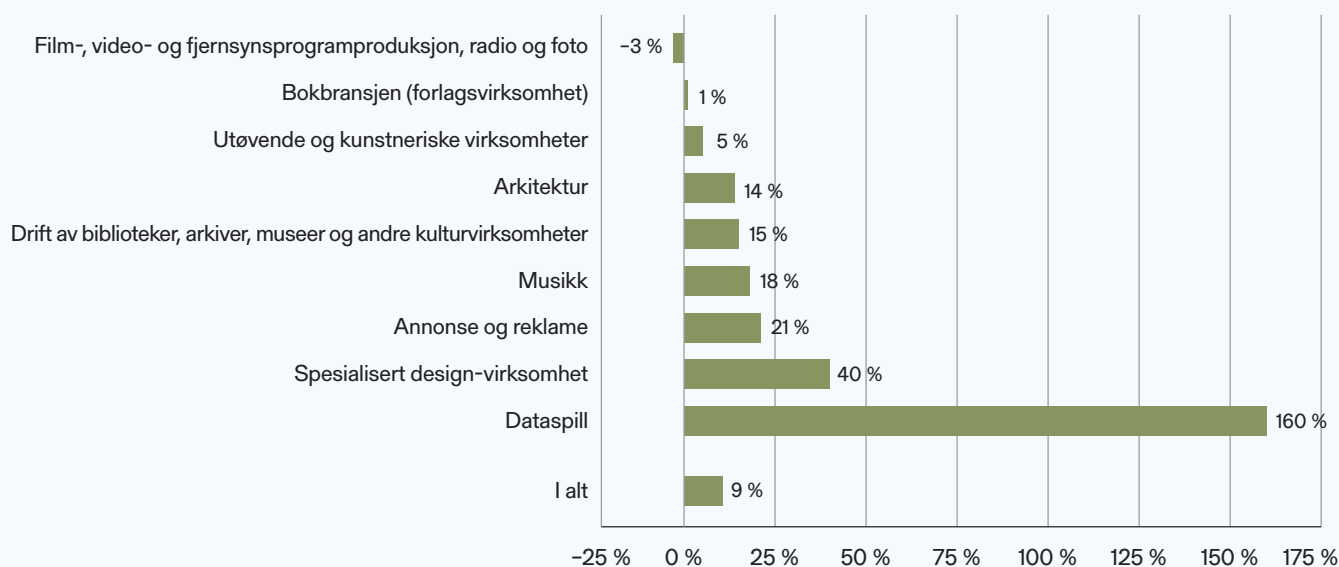
Som nevnt er verdiskapingen i de fleste bransjene knyttet til virksomheter lokalisert i Oslo, og det gjelder særlig i de store bransjene. Det er bare for biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter at verdiskapingen i virksomheter utenfor Oslo er større enn i Oslo (figur 3.3). Det er for så vidt en kjent egenskap ved kulturell og kreativ næring generelt at de har en sentrumsorientert lokaliseringstilbøyelighet og da særlig til de største byene. Men også de øvrige større byene i Norge har betydelige andeler av disse virksomhetene.

Det er likevel interessant å merke seg at selv om befolkningsmessig mindre regioner sliter med å oppnå en kritisk masse av kulturell og kreativ næring, er forholdet mellom befolkning og verdiskaping likevel ikke lineært. Verdiskapingen målt *pr. innbygger* nyanserer bildet: Flere

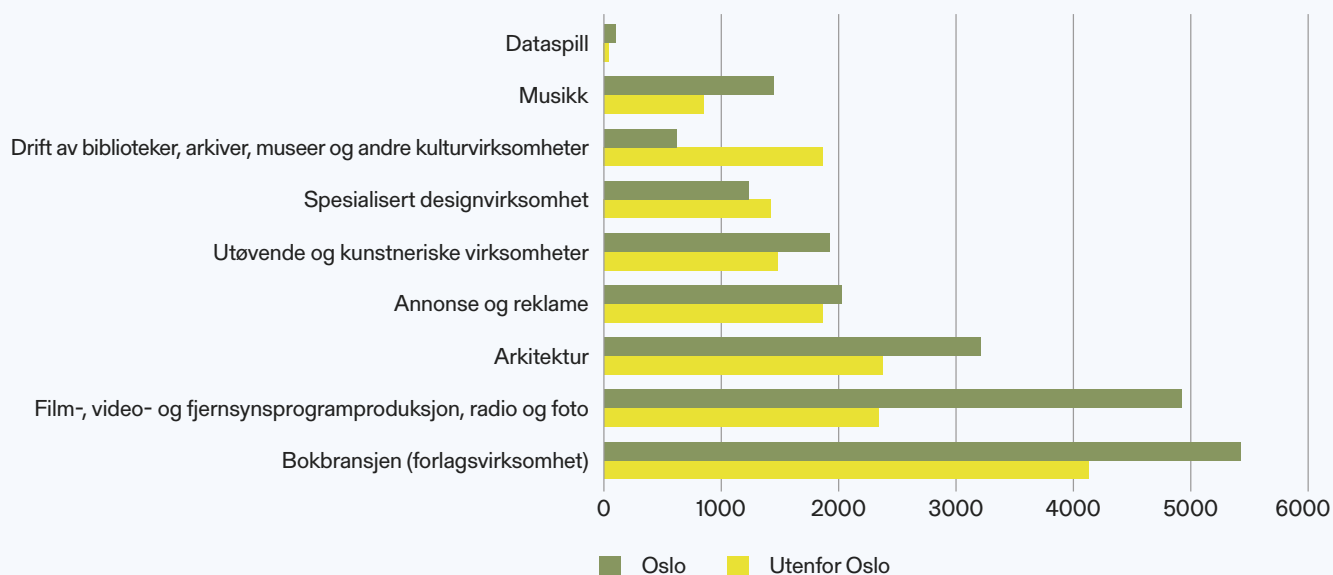
¹⁴ Verdiskapingen er lik bruttoproduksjonen i næringene, som i prinsippet er virksomhetens omsetning minus produktinnsatsen. Verdiskapingen består av lønn til ansatte og eier (utbytte).

¹⁵ Beregningen inkluderer kun virksomheter med omsetning på mer enn 50 000 kr.

Figur 3.2 Endring i verdiskaping i kulturell og kreativ næring i Norge fordelt etter bransje. 2016–2018. Prosent.
Kilde: Enhetsregisteret/Proff Forvalt

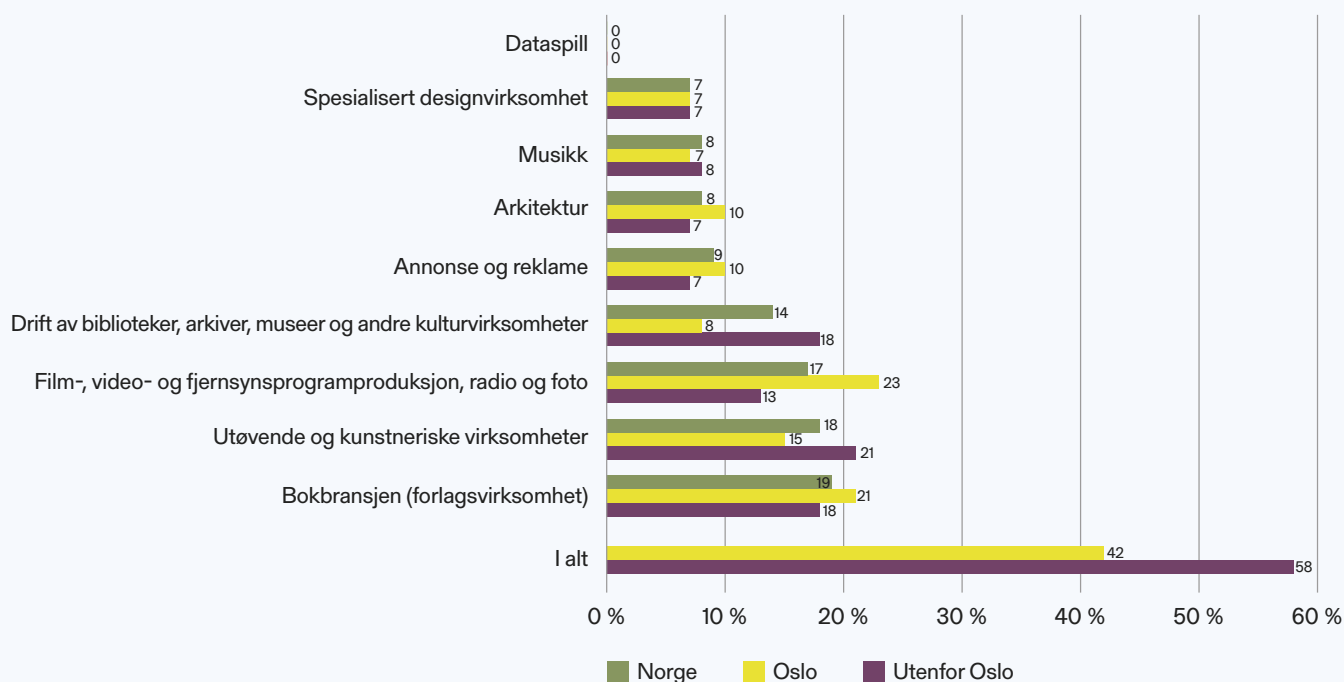


Figur 3.3 Verdiskaping etter bransje og lokalisering. 2018. Millioner kroner.
Kilde: Enhetsregisteret/Proff Forvalt



Figur 3.4 Sysselsetting i kreativ og kulturell næring etter lokalisering. Norge 2018. Sortert etter «alle sysselsatte». Prosent av sysselsetting totalt, og hhv. i og utenfor Oslo.

Kilde: Statistisk sentralbyrå, registerbasert ¹⁷



av de mindre byene, som for eksempel Lillehammer, Rjukan og Elverum, plasserer seg da foran henholdsvis Bergen, Trondheim og Stavanger i en rangering etter verdiskaping i kulturell og kreativ næring pr. innbygger (Malasevska og Ericsson, 2019). Det kan tilbakeføres til størrelse og struktur på lokalt næringsliv både i de største og de mindre byene. I de største byene er det flere folk og mer variert næringsliv, slik at kulturell og kreativ næring betyr relativt sett mindre. I de mindre byene er dels innbyggertallet lavere og kulturell og kreativ næring mer spesialisert og konsentrert innenfor enkelte bransjer.

3.2 Bransjestruktur og sysselsetting

Det ble i 2018 registrert ca. 80 000 sysselsatte i kulturell og kreativ næring i Norge, en oppgang fra ca. 75 000 i

2016¹⁶, tilsvarende åtte prosent. Størst økning har det vært i Oslo med elleve prosent, mot ca. halvparten i resten av landet, det vil si seks prosent.

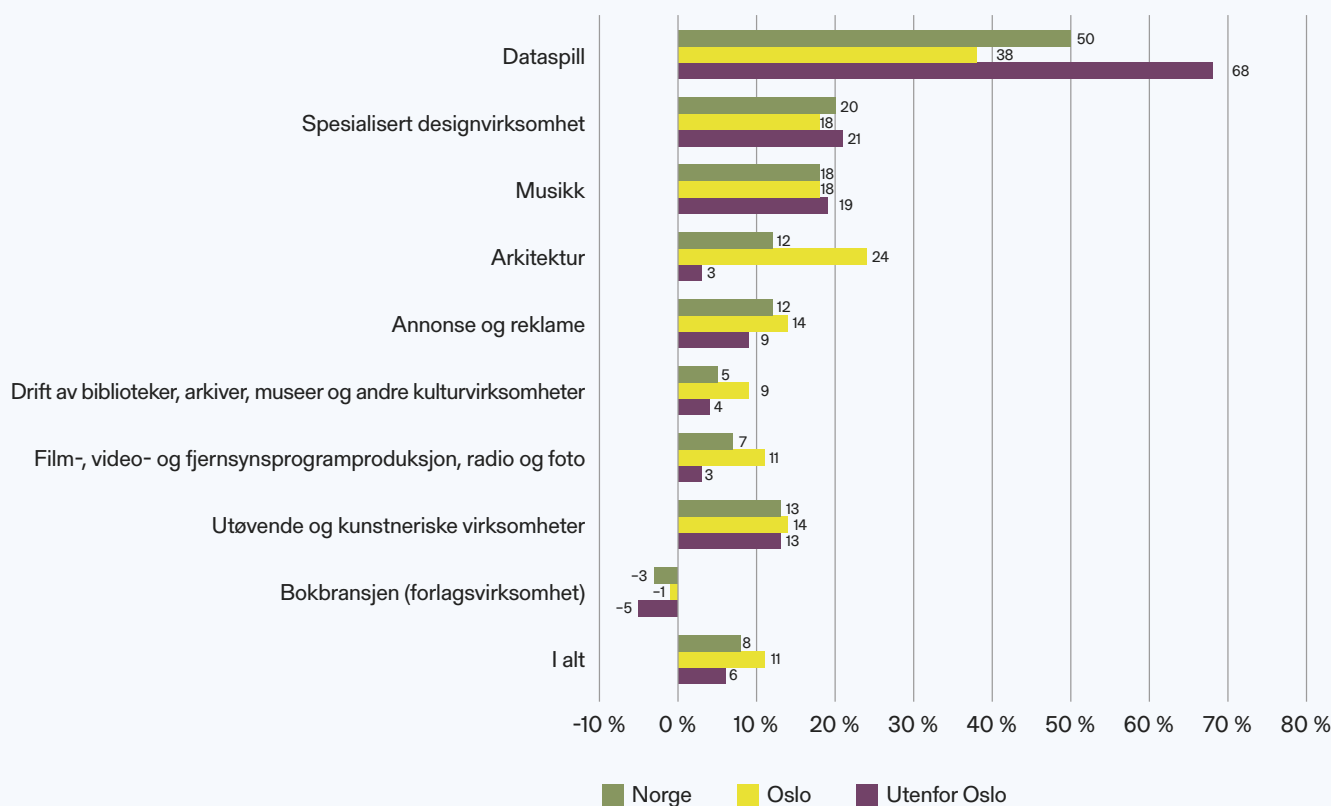
De store bransjene målt i sysselsetting er framfor alt bokbransjen; film, fjernsyn, radio og foto; og annonse og reklame (figur 3.4). Utøvende kunstnerisk virksomhet omfatter også relativt mange sysselsatte, da bransjen inkluderer mange mindre virksomheter og enkeltpersonforetak. Virksomhetene i Oslo domineres av forlagsvirksomhet samt film, fjernsyn, radio og foto, mens utenfor Oslo domineres sysselsettingen av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter, inkludert utøvende kunstnerisk virksomhet. Bransjestrukturen er relativt lik i og utenfor Oslo, bortsett fra de nevnte bransjene. Totalt sett er virksomhetene i Oslo større enn de som er lokalisert andre steder. Det er særlig mindre virksomheter og/eller virksomheter som ikke genererer så stor sysselsetting som vokser raskere andre steder enn i Oslo.

¹⁶ Det er et avvik på 9 000 fra tall i Nullpunktanalysen som skyldes at vi her har brukt det mer komplette sysselsettingsregisteret fra Statistisk sentralbyrå, for å få sammenliknbare tall over tid. Disse tallene omfatter også virksomheter med mindre enn 50 000 kr i omsetning. Vi vet ikke hvordan bransjeendringene omtalt ovenfor eventuelt har hatt innflytelse på disse tallene.

¹⁷ Statistisk sentralbyrå publiserer registerbasert sysselsettingsstatistikk på bransje- og kommunenivå. Dette er statistikk som omfatter alle sysselsatte (lønnstakere og selvstendig næringsdrivende) med mer enn 1 times inntektsgivende arbeid i en referanseuke i 4. kvartal (nærmere om definisjoner: <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/statistikker/regsyst>).

Figur 3.5 Endring i sysselsetting etter bransje og lokalisering. 2016–2018. Prosent.

Kilde: Statistisk sentralbyrå, registerbasert¹⁸



Som vi allerede har vist, har sysselsettingsveksten i næringen vært større i Oslo enn andre steder. Det er imidlertid enda større utviklingsforskjeller mellom de ulike bransjene: Mens virksomheter som er registrert innenfor dataspill har økt sysselsettingen med 50 prosent, har bok- og forlagsbransjen redusert sin sysselsetting med tre prosent. Verdt å merke seg er at de bransjene vi omtalte ovenfor som små og/eller med personer som ikke har store sysselsettingsandeler, har registrert den største relative sysselsettingsveksten *utenfor* Oslo i perioden. Ikke minst gjelder det innenfor dataspillbransjen, der forskjellen mellom Oslo og andre steder er stor, med en endring på hhv. 38 prosent i Oslo og 68 prosent andre steder.

3.3 Måloppnåelse på bransjenivå

Det overordnede målet for satsingen er tredelt, og den skal:

1. bidra til vekst, verdiskaping og arbeidsplasser via økt investering i og omsetning av kunst- og kulturproduksjoner
2. gi økt kunnskap om kultur som næring
3. bidra til en koordinert virkemiddelinnsetts.

Mål 1 kan måles gjennom regnskapsdata for bedrifter innenfor kulturell og kreativ næring, og vi har derfor konstruert noen indikatorer som kan brukes til dette. Det er imidlertid viktig å være klar over at det er store utfordringer knyttet til denne type måling. Dette handler dels om tidsperspektivet, ettersom det sannsynligvis vil ta lang

¹⁸ Statistisk sentralbyrå publiserer registerbasert sysselsettingsstatistikk på bransje- og kommunenivå. Dette er statistikk som omfatter alle sysselsatte (lønnstakere og selvstendig næringsdrivende) med mer enn 1 times inntektsgivende arbeid i en referanseuke i 4. kvartal (nærmere om definisjoner: <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/statistikker/regsys/>).

Tabell 3.3 Endring i egenkapital, eiendeler, gjeld og omsetning i kulturell og kreativ næring 2016–2018. Prosent.

	Egenkapital	Eiendeler	Gjeld	Omsetning
Annonse og reklame	44 %	33 %	26 %	20 %
Arkitektur	10 %	9 %	9 %	13 %
Bokbransjen (forlagsvirksomhet)	10 %	4 %	0 %	3 %
Dataspill	282 %	266 %	258 %	179 %
Drift av bibliotek, arkiv, museum	17 %	14 %	10 %	12 %
Film, video og fjernsynsprogram	1 %	2 %	2 %	11 %
Musikk	26 %	18 %	14 %	24 %
Spesialisert designvirksomhet	41 %	28 %	23 %	35 %
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	36 %	21 %	14 %	15 %
Kulturell og kreativ næring i alt	16 %	11 %	8 %	13 %
Hele næringslivet, fastlands-Norge	22 %	14 %	8 %	10 %

Note: Egenkapital, eiendeler og gjeld for hele næringslivet omfatter også olje- og gassutvinning.

Kilde: Enhetsregisteret/Proff Forvalt, SSB

tid før effekter fra satsingen viser seg for næringen som helhet, og dels om vanskeligheter med å isolere effekten av satsingen fra alt annet som påvirker disse tallene. I midtveisevalueringen er derfor den viktigste grunnen til å ta med disse indikatorene for hele næringen at de kan fungere som en referanse for å måle effekten hos de bedrifter som har fått tilskudd eller annen støtte gjennom satsingen. Likeledes er det interessant å følge med på disse indikatorene for hele næringen i seg selv, uten å nødvendigvis tilskrive eventuelle endringer KKN-satsingen.

Økt investering i og omsetning av kulturelle og kreative produkter og tjenester.

Det har vært en økning i egenkapital, eiendeler og gjeld i alle bransjene innenfor kulturell og kreativ næring i perioden 2016–2018, men med til dels store variasjoner (tabell 3.3). Som pekt på over har veksten vært eksepsjonelt stor i dataspillbransjen, mens bokbransjen og filmbransjen har hatt en lavere vekst enn gjennomsnittet

i næringen. At veksten i egenkapital og eiendeler har vært høyere enn veksten i gjeld kan tyde på at virksomhetene har klart å tiltrekke seg kapital som ikke er lånefinansiert.

Hvis man sammenligner kulturell og kreativ næring med hele næringslivet, så har det vært en litt større vekst i egenkapital og eiendeler i kulturell og kreativ næring totalt sett, mens endringen i gjeld er den samme. Disse tallene inkluderer imidlertid også aktiviteten i olje- og gassutvinning som kan ha «forstyrret» tallene for hele næringslivet. Hvis man ser på omsetning, hvor tallene for hele næringslivet kun gjelder for Fastlands-Norge¹⁹, så har det faktisk vært en høyere vekst i omsetning i kulturell og kreativ næring i perioden 2016–2018 enn i næringslivet totalt.

Vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i kulturell og kreativ næring

I perioden 2016–2018 har det blitt etablert drøye 2 500 bedrifter innenfor kulturell og kreativ næring, og netto

¹⁹ Fastlands-Norge omfatter alle næringer med unntak av utvinning av olje og gass, rørtransport med olje og gass, og utenriks sjøfart med passasjerer og gods. Ettersom dette er helt spesielle næringer, er det mer hensiktsmessig (og rettferdig) å sammenligne utviklingen i kulturell og kreativ næring med utviklingen i næringene som er inkludert i Fastlands-Norge.

tilvekst av bedrifter har vært 6,5 prosent (tabell 3.4). Også her er det store variasjoner mellom bransjene med en negativ vekst i bokbransjen og størst vekst i dataspillbransjen. Veksten i dataspillbransjen gjenspeiler seg også i andelen bedrifter som er yngre enn tre år i 2018, hvor en drøy tredjedel er yngre. Det er kun innenfor designvirksomhet andelen yngre bedrifter er marginalt høyere. Sammenligner vi netto tilvekst av bedrifter og endring i verdiskaping i kulturell og kreativ næring, så har det vært en litt større netto tilvekst av bedrifter i hele næringslivet.

Vi har også ønsket å se på overlevelsesrate, målt som andel bedrifter som overlever minst tre år, dvs. hvor mange av bedriftene som ble etablert i 2015 som var aktive i 2018. For kulturell og kreativ næring totalt var

77 prosent av bedriftene som ble etablert i 2015 fortsatt aktive i 2018, med en viss variasjon mellom bransjene. Overlevelsesraten var lavest i annonse og reklame (70 prosent) og høyest i dataspill, hvor alle bedrifter som ble etablert i 2015 også var aktive i 2018. Her må man imidlertid være klar over at det kun ble etablert to bedrifter innenfor dataspill, mens det innenfor annonse og reklame ble etablert 159 bedrifter. Overlevelsesraten for perioden 2014–2017 og 2016–2019 var i samme størrelsesorden som for 2015–2018, men med en svak reduksjon. For næringslivet totalt sett var overlevelsesraten for foretak som ble etablert i 2015 34,5 prosent etter tre år.²⁰

Sysselsettingen i kulturell og kreativ næring har økt med åtte prosent fra 2016 til 2018, hvilket er en god del

» Tabell 3.4 Antall virksomheter, og endring i omsetning og verdiskaping 2016–2018. Antall og prosent.

	Nye bedrifter 2016–2018		Andel yngre enn 3 år, 2018	Overlevelsesrate, 3 år	Endring 2016–2018	
	Antall nye bedrifter	Netto tilvekst			Sysselsetting	Verdiskaping
Annonse og reklame	389	3 %	30 %	70 %	12 %	21 %
Arkitektur	206	2 %	19 %	88 %	12 %	14 %
Bokbransjen (forlagsvirksomhet)	225	-6 %	18 %	71 %	-3 %	1 %
Dataspill	7	25 %	35 %	100 %	50 %	160 %
Drift av bibliotek, arkiv, museum	53	6 %	11 %	93 %	5 %	15 %
Film, video og fjernsynsprogram	436	6 %	28 %	80 %	7 %	-3 %
Musikk	298	10 %	30 %	83 %	18 %	18 %
Spesialisert designvirksomhet	594	14 %	37 %	73 %	20 %	40 %
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	387	13 %	30 %	79 %	13 %	5 %
Kulturell og kreativ næring i alt	2595	6,5 %	27 %	77 %	8 %	9 %
Hele næringslivet, fastlands-Norge		7,5 %		34,5 %	3 %	9 %

Note: Overlevelsesrate: andel av foretak etablert i 2015 som også var aktive i 2018.

Kilde: Enhetsregisteret/Proff Forvalt, SSB

høyere enn veksten i sysselsetting for hele landet som var på knappe tre prosent i samme periode. De fleste bransjene i kulturell og kreativ næring er arbeidsintensive, slik at det er ventet at en vekst i omsetningen her gir en høyere vekst i sysselsettingen enn for mindre arbeidsintensive næringer (som for eksempel i industrien).

Veksten i verdiskapingen i kulturell og kreativ næring og for hele Fastlands-Norge er lik. Det betyr at kulturell og kreativ næring i stort har beholdt sin betydning i økonomien i denne perioden.

En vekstkraftig bedrift må over tid være lønnsom, også om den periodevis kan gå med underskudd. Det finnes forskjellige måter å vurdere lønnsomheten i et selskap på, for eksempel kan man se på driftsmarginen, dvs. resultatet i forhold til omsetningen, eller på hvor stor avkastningen på (egen)kapitalen er i form av egenkapitalrentabilitet. I midtveisevalueringen har vi konsentrert oss om driftsmarginen, og hvordan den har endret seg fra 2016 til 2018. Kulturell og kreativ næring har noe lavere driftsmargin enn hele næringslivet, og har i tillegg hatt en litt større reduksjon i driftsmarginen fra 2016 til 2018 (tabell 3.5). Det er imidlertid relativt store forskjeller mellom bransjene, hvor dataspill igjen skiller seg ut både med en svært høy driftsmargin og en høy vekst i perioden. Film m.v. er bransjen med lavest driftsmargin, mens det er utøvende og kunstnerisk virksomhet som har hatt den største reduksjonen. Driftsmarginen kan gjerne variere fra år til år, slik at man ikke bør legge altfor stor vekt på endring mellom to år. Det blir imidlertid interessant å følge utviklingen i lønnsomhet fremover, ikke minst i lys av de utfordringer flere av bransjene har på grunn av koronapandemien.

▮ **Tabell 3.5 Driftsmargin (driftsresultat som andel av omsetning/driftsinntekter), 2016, 2018 og endring 2016–2018 (prosentpoeng)**

	2016	2018	Endring 2016–2018, %-poeng
Annonse og reklame	6,3 %	5,5 %	–0,8
Arkitektur	9,2 %	9,9 %	0,7
Bokbransjen (forlagsvirksomhet)	6,5 %	5,9 %	–0,6
Dataspill	17,7 %	25,2 %	7,6
Drift av bibliotek, arkiv, museum	4,0 %	6,0 %	2,0
Film, video og fjernsynsprogram	2,3 %	1,4 %	–0,9
Musikk	15,1 %	14,9 %	–0,2
Spesialisert designvirksomhet	5,7 %	6,7 %	1,0
Utvøvende og kunstnerisk virksomhet	6,7 %	3,6 %	–3,1
Kulturell og kreativ næring i alt	6,1 %	5,7 %	–0,4
Hele næringslivet, fastlands-Norge	6,9 %	6,3 %	–0,3

Kilde: Enhetsregisteret/Proff Forvalt, SSB

4 Innovasjon Norge

Innovasjon Norge er statens og fylkeskommunenes virkemiddel for å realisere verdiskapende næringsutvikling i hele landet. Innovasjon Norge er et særlovselskap, etablert i henhold til lov om Innovasjon Norge, og eid av Nærings- og fiskeridepartementet og fylkeskommunene. Selskapet forvalter virkemidler innenfor finansiering, kompetanse, profilering, nettverk og rådgiving. Innovasjon Norge får bevilgninger og oppdrag via oppdragsbrev fra Nærings- og fiskeridepartementet, Kommunal- og moderniseringsdepartementet, Landbruks- og matdepartementet, Klima- og miljødepartementet, Kunnskapsdepartementet, Kulturdepartementet, Samferdselsdepartementet og Utenriksdepartementet, i tillegg til oppdrag fra alle fylkeskommunene, fylkesmennene og andre offentlige aktører. Den samlede bevilgningen til Innovasjon Norge var på 3,8 milliarder kroner i 2017, 4,1 milliarder kroner både i 2018 og i 2019, og 4,0 milliarder kroner i 2020. Ifølge hjemmesidene til Innovasjon Norge foreslår regjeringen å bevilge 4,2 milliarder kroner til Innovasjon Norge for 2021. I tillegg kommer låneordningene.²¹ Satsingen på kulturell og kreativ næring er det første oppdraget som Innovasjon Norge har fått fra Kulturdepartementet.

4.1 Innovasjon Norges oppdrag og ordninger

I forbindelse med at satsingen på kulturell og kreativ næring startet i 2017, fikk Innovasjon Norge et oppdrag fra Kulturdepartementet, med en målsetting om å styrke mulighetene for entreprenørskap i kultursektoren og iverksette en rekke tiltak rettet mot bedrifter med vekstpotensial. For 2018 og 2019 var oppdraget på 30 millioner kroner for hvert av årene, i tillegg til to millioner kroner hvert av årene til et oppdrag rettet mot kultur og reiseliv, slik at Kulturdepartementets totale tilskudd til Innovasjon Norge var 32 millioner i 2018 og 2019. I 2020 var Innovasjon Norges oppdrag for Kulturdepartementet kun knyttet til kulturell og kreativ næring med en bevilgning på 25,64 millioner, hvor reduksjonen fra 2019 var begrunnet med overføring av virkemidlet

Bedriftsnettverk til fylkeskommunene i forbindelse med regionreformen. I oppdragsbrevet for 2021 er bevilgningen økt til 31,2 millioner kroner, hvor fem millioner kroner skal brukes til mentortjenester.

Oppdraget med tilhørende tilskudd er fordelt på fem tiltak (fire i 2019 og 2020), hvorav tre av programmene har vært en del av oppdraget gjennom hele perioden, samt midler til administrasjon og gjennomføring av oppdraget (se tabell 4.1).

Utgangspunktet for Innovasjon Norges oppdrag med kulturell og kreativ næring var målene Kulturdepartementet beskrev i oppdragsbrevet for 2017:

Oppdraget skal bidra til å oppfylle Innovasjon Norges mål om flere gode gründere, og flere vekstkraftige bedrifter og innovative næringsmiljøer i tråd med selskapets målstruktur. Tiltakene skal forsterke Innovasjon Norges innsats overfor bedrifter med vekstambisjoner og potensial innen kulturell og kreativ næring, og gi slike virksomheter enklere tilgang til finansielle strukturer og kompetanse som muliggjør entreprenørskap, verdiskaping og vekst.

Målet er å øke norske bedrifters og investorers investering i kulturelle og kreative produkter og tjenester, rettigheter og talenter, samt utvikle vekstkraftige virksomheter som omsetter kulturelt og kreativt innhold nasjonalt og internasjonalt.

Tiltakene skal bidra til:

- økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester
- økt kunnskap om kultur som næring
- flere vekstkraftige bedrifter innen kulturell og kreativ næring.

I oppdragsbrevet for 2018 ble det lagt til at tiltakene også skal bidra til «økt samspill mellom kultur- og reiselivsaktører», og det ble gitt et tillegg til oppdragsbrevet (datert 19. desember 2018) med tildeling av et tilskudd for 2018 på 1,4 millioner kroner til å utvikle kunnskapsgrunnlaget om kultur og reiseliv. Videre ble kompetanseprogrammet overført til kulturrådet, mens programmet «internasjonal

21 <https://www.innovasjon norge.no/no/om/nyheter/2020/et-budsjett-for-gronn-omstilling-og-eksport/>

profilering av Norge som kunst- og kulturdestinasjon» lagt til som en del av Innovasjon Norges oppdrag som et engangstiltak dette året.

Ifølge oppdragsbrevene til Innovasjon Norge ønsker Kulturdepartementet at de skal bruke sine vanlige virkemiddelordninger så langt mulig, dvs. at støtten til kulturell og kreativ næring skal forvaltes i tråd med føringer og regelverk for eksisterende ordninger. Videre står det i oppdragsbrevet at

all tildelt støtte skal være innenfor bestemmelser for de såkalte gruppeunntakene i statsstøtteregulene. (...) Støtte vil i hovedsak bli gitt etter regler for støtte til utvikling, innovasjon, innovasjonsklynger, SMB-støtte og bagatellstøtte.

I 2020 ble målet om at tiltakene skal bidra til «økt samspill mellom kultur og reiselivsaktører» ikke videreført i oppdragsbrevet. Som omtalt over ble bedriftsnettverk overført til fylkeskommunene som en følge av regionreformen, og dermed ble ordningen «bedriftsnettverk og klyngeprogram» kun videreført som «klyngeprogram». Rammen for denne ordningen ble redusert med åtte millioner kroner sammenlignet med 2019. Samtidig ble rammen for investorprogrammet økt fra 0,6 til 2,2 millioner kroner.

4.1.1 Innovasjon Norges ordninger innenfor KKN-satsingen

Tilskuddet til Innovasjon Norge innenfor KKN-satsingen fordeles på fem tiltak og administrasjon og gjennomføring av satsingen, se tabell 4.1.

Innsatslogikken

Som nevnt ovenfor er de overordnede målene for Innovasjon Norges innsats i KKN-satsingen å bidra til å oppfylle Innovasjon Norges mål om flere gode gründere, og flere vekstkraftige bedrifter og innovative næringsmiljøer i tråd med selskapets målstruktur. Det er videre spesifisert at satsingen i Innovasjon Norge skal bidra til økte investeringer, økt kunnskap om kultur som næring, flere vekstkraftige bedrifter, samt et økt samspill mellom kultur og reiselivsaktører. Man ønsker å øke norske bedrifters og investorers investering i kulturelle og kreative produkter og tjenester, rettigheter og talenter, samt utvikle vekstkraftige virksomheter som omsetter kulturelt og kreativt innhold nasjonalt og internasjonalt.

Figur 4.1 Innsatslogikk for Innovasjon Norges arbeid med kulturell og kreativ næring.

Tilskudd	Tiltak	Forventet resultat	Overordnet formål
Årlig tilskudd på ca. 32 mill. kr for utvikling av KKN, inkl. utvikling av samspill mellom kultur og reiseliv	- Låneordninger - Eksportprogram (fokus på en næring) - Investorprogram - Bedriftsnettverk og klyngeprogram (herunder kultur og reiseliv) - Internasjonal profilering av Norge som kunst- og kulturdestinasjon	- Flere vekstkraftige bedrifter - Avlastet risiko / økte private investeringer - Styrket innovasjonsevne, økt internasjonal konkurransekraft, grunnlag for videre vekst - Økt kunnskap og kompetanse om kulturell og kreativ næring for bedrifter og investorer	- Bidra til IN:s mål om flere gode gründere, flere vekstkraftige bedrifter og innovative næringsmiljøer - Økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester. - Økt kunnskap om kultur som næring - Flere vekstkraftige bedrifter innen KKN - Økt samspill mellom kultur og reiselivsaktører

» **Tabell 4.1** Tiltak innenfor Innovasjon Norges oppdrag, rammer og oppdragsbeskrivelse fra oppdragsbrevene.

Tiltak	2017	2018	2019	2020
Låneordninger	10 mill. kr	10 mill. kr	10 mill. kr	10 mill. kr
Ordningene skal bidra til å få frem flere gode gründere og vekstkraftige bedrifter innen kulturell og kreativ næring, og til å utløse privat kapital til investeringer gjennom å avlaste risiko i slike virksomheter. Midlene skal gå til oppstartslån (innovasjonslån) og garantier.				
Eksportprogram	10 mill. kr	5 mill. kr	8 mill. kr	8 mill. kr
Formålet med eksportprogrammet er å støtte norske bedrifter innen kulturell og kreativ næring som har internasjonale ambisjoner og vekstpotensial, med kunnskap og kapital i et tidsbegrenset program.				
Bedriftsnettverk og klynger	4 mill. kr*	10 mill. kr, hvorav 2 mill. kr er øremerket kultur og reiseliv	10 mill. kr, hvorav 2 mill. kr er øremerket kultur og reiseliv	2 mill. kr
2017: Formålet med bedriftsnettverk er å bidra til profesjonelle strategiske samarbeid som styrker konkurransekraften og gir grunnlag for videre vekst. Midlene skal gå til å understøtte bedrifter innen kulturell og kreativ næring som ønsker å etablere profesjonelle nettverk. (*2017: kun bedriftsnettverk, ikke klynger.)				
2018: Klynger ble inkludert etter mønster fra klyngeprogrammet Norwegian Innovation Clusters. Midlene til bedriftsnettverk kunne gå til gjennomføring av for- og hovedprosjekter. Midlene til klyngeprogram kan kun gå til forprosjekt.				
2020: Bedriftsnettverk overføres til fylkeskommunene som en del av regionreformen, slik at ordningen kun er klyngeprogrammet. Dette forklarer reduksjonen i økonomisk ramme fra 2019 til 2020. «Midlene skal gå til gjennomføring av forprosjekter, med mål at flere aktører innen kulturell og kreativ næring kvalifiserer seg for deltakelse i klyngeprogrammet.»				
Investorprogram	0,6 mill. kr	0,6 mill. kr	0,6 mill. kr	2,2 mill. kr
Programmet skal bidra til økt kunnskap og kompetanse om kulturell og kreativ næring for bedrifter og investorer, og formålet er å øke privat investering i næringen. Departementet viser til retningslinjer og vilkår for Fundraising for Startups-programmet, utarbeidet av Innovasjon Norge i samarbeid med Startup Norway (tidligere Angel Challenge).				
Kompetanseprogram	2 mill. kr	-		
Formålet med kompetanseprogrammet er å gi bedrifter innen kulturell og kreativ næring som ønsker å videreutvikle sine virksomheter, økt kunnskap om økonomi og markedsutvikling, samt tilgang til verktøy som understøtter dette. Midlene skal gå til gjennomføring av kompetanseprogrammet Bygg bedrift, et program for kulturbedrifter levert av Lean Business.				
I 2018 ble midlene overført til Kulturrådet.				
Internasjonal profilering	-	3 mill. kr		
Tiltaket skal bidra til å løfte frem kunst og kultur i det internasjonale profileringsarbeidet av Norge som reisemål. Midlene skal benyttes til en åpen konkurranse hvor aktører innen kulturell og kreativ næring kan delta. Utlysningen skal følge samme modell som for eksportprogrammene Spill ut i verden og Arkitektur ut i verden, med bruk av ekspertpanel for utvelgelse.				
<i>Engangstiltak i 2018</i>				
Administrasjons- og gjennomføringskostnader	3,3 mill. kr	3,4 mill. kr	3,4 mill. kr	3,4 mill. kr
Totalt bevilget i oppdragsbrev	29,9 mill. kr	32 mill. kr	32 mill. kr	25,6 mill. kr

4.1.2 Gjennomføring av KKN-satsingen i perioden 2017 til 2020

I årene 2017 til 2020 har Innovasjon Norge etablert og forvaltet de ordninger som ble beskrevet i de årlige oppdragsbrevene fra Kulturdepartementet. Det er også opprettet en egen temaside for kreativ næring på Innovasjon Norges nettsider, hvor det informeres om de ulike tilskuddsordningene m.v.²²

Oppdraget skisserer ulike tiltak årlig, med fire tiltak som er flerårige: låneordninger, eksportprogram, bedriftsnettverks- og klyngeprogram, og investorprogram. Tiltakene blir beskrevet nedenfor.

Låneordninger

Siden 2017 er det årlig satt av ti millioner kroner til å styrke Innovasjon Norges låne- og garantiordninger (jf. Tabell 4.1).²³ Midlene håndteres i tråd med eksisterende ordninger i Innovasjon Norge, uten lemping av kriterier, men er øremerket bedrifter innen kulturell og kreativ næring (Innovasjon Norge, 2020).

Siden satsingen startet i 2017, har Innovasjon Norge jobbet med å informere bedrifter innen kulturell og kreativ næring om lånemulighetene. Dette er blant annet gjort gjennom kundemøter, ulike former for arrangementer og målrettet informasjon på nettsiden særskilt for kulturell og kreativ næring.

I oppdragsgiverrapporten for 2017 ble det pekt på at det er utfordrende for flere bedrifter innen kulturell og kreativ næring å oppfylle lånekriteriene. Dette gjentas i oppdragsgiverrapporten for 2019, noe som peker på at dette kan være en mer langsiktig utfordring som gjør at bedrifter innen kulturell og kreativ næring ikke får nyttiggjort seg dette tiltaket (Innovasjon Norge, 2020; Innovasjon Norge, 2018). Utfordringene er i hovedsak knyttet til at lånene kun gis til bedrifter med tilfredsstillende økonomi og betryggende sikkerhet. Bedriftene må i tillegg til god økonomi ha et betydelig vekstpotensial, innovative produkter eller tjenester, samt dokumentere et betalingsvillig marked. Videre er det et krav om privat kapital (som er 40 prosent for oppstartslån og 50 prosent for innovasjonslån). Innovasjon Norge erfarer også at det

er utfordrende å vurdere verdien av egenkapitalen i en del bedrifter innen kulturell og kreativ næring, spesielt bedrifter innen de rettighetsbaserte bransjene, hvor immaterielle rettigheter er en viktig del av egenkapitalen. Risikovurderingen påvirkes også gjerne av dette, ettersom immaterielle rettigheter er mer krevende å verdsette enn, for eksempel, industrielle rettigheter (Innovasjon Norge, 2020). Innovasjon Norge peker på at fokus bør rettes mot verdivurdering av immaterielle verdier og kompetansebyggende tiltak som bidrar til vekstkraftige bedrifter med en sunn og bærekraftig økonomi (Innovasjon Norge, 2020, s. 222).

Innovasjon Norge fører statistikk over tildeling av lån etter næringskode. Det gis svært få lån til mottakere innenfor de NACE-koder som utgjør kulturell og kreativ næring, men det har likevel vært en økning fra 2015. I 2017 ble det, ifølge Innovasjon Norges rapportering til oppdragsgiverne, bevilget 17 lån til bedrifter innen kreative næringer, fordelt på 15 oppstartslån og to innovasjonslån (ti til designbransjen, tre til bokbransjen, og ett hver til hhv. medier, spill, film og musikk), mot fire lån i 2015 og 15 lån i 2016. Økningen i antallet lån fortsatte til 2018, da det ble innvilget 27 lån til bedrifter innen kulturell og kreativ næring, med en samlet verdi på 42 millioner kroner (Innovasjon Norge, 2019). Antallet og samlet beløp gitt i lån og garantier til bedrifter innen kulturell og kreativ næring gikk derimot ned fra 2018 til 2019 – da ble det innvilget 16 lån til en verdi av 22,1 millioner kroner. Innovasjon Norge peker på flere mulige årsaker til nedgangen i lån i 2019. Ettersom 2018 var et toppår, kan markedet ha vært noe mett i 2019. Antallet lån til bedrifter innen kulturell og kreativ næring er ikke mange, og næringen er relativt liten, noe som også betyr at små forhold eller rene tilfeldigheter kan gjøre relativt store utslag i tallene fra år til år. Videre peker Innovasjon Norge på at interne organisatoriske endringer i 2019 også kan ha spilt inn, ettersom nettverk og oppfølging av kundeporteføljen er svært viktig.

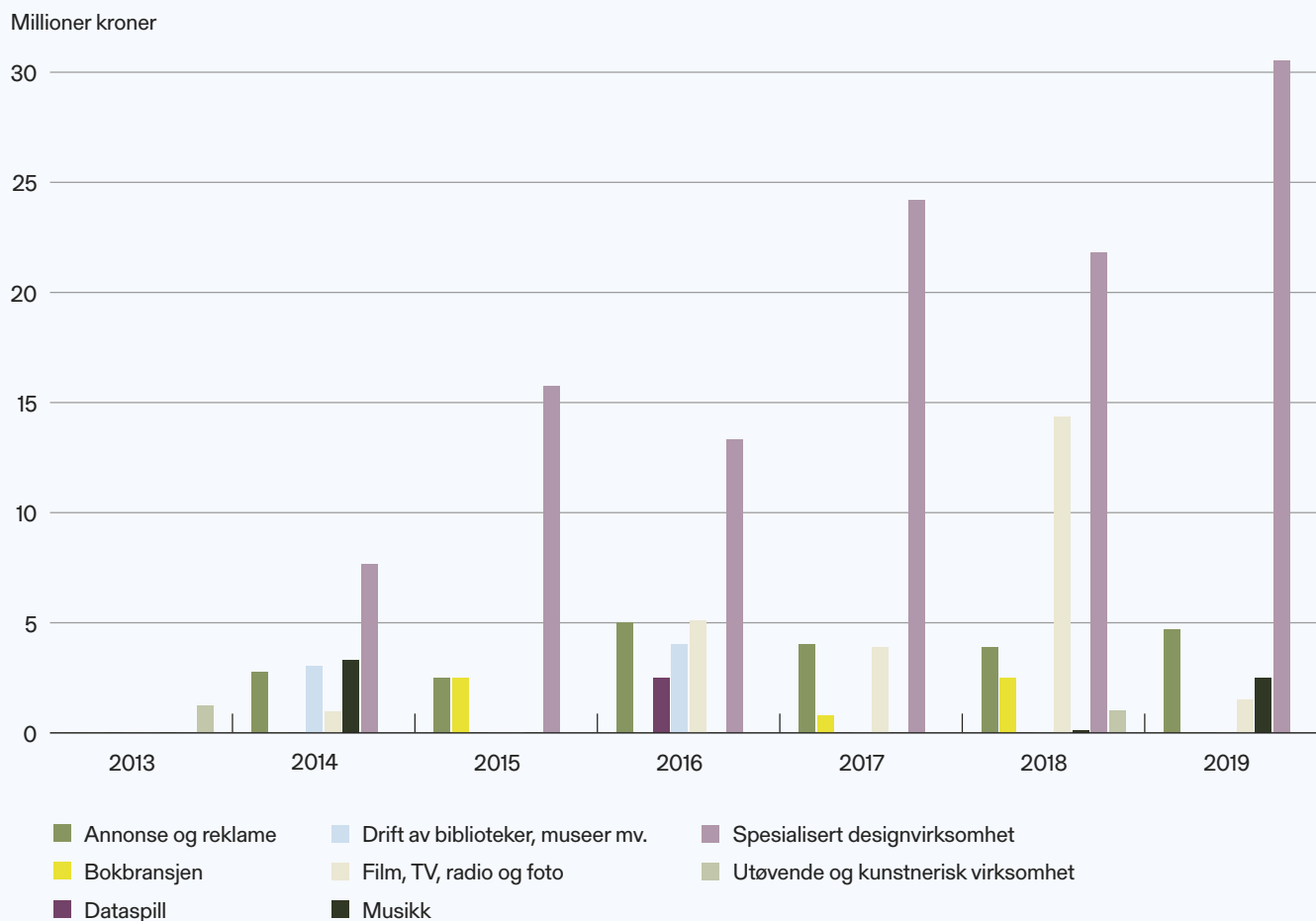
Vi har tatt ut samlet lånebeløp til kulturell og kreativ næring (slik de er definert av oss)²⁴ fra Samspillsdatabasen for perioden 2013–2019 (se figur 4.2). Det var en stor økning i samlet lånebeløp fra 2013 til 2014. Vi ser også en stor økning fra 2015 til 2016, og nok en stor økning fra 2017 til 2018. Fra 2018 til 2019 er det en nedgang, som

22 <https://www.innovasjonnorge.no/no/verktoy/mulighetsomrader/kreativnaring/>

23 Innovasjon Norge har fra 2017 til 2019 eksponert Nærings- og fiskeridepartementets tapsfond med 60 lån, til en verdi av 97 millioner kroner, til bedrifter i kulturell og kreativ næring. Tapsfondsavsetningen knyttet til disse innvilgningene er om lag 33 millioner kroner, når man legger til grunn at risikoen i disse sakene er tilnærmet den samme som i Innovasjon Norges utlånsportefølje for øvrig, og som er 34 prosent.

24 Vedlegg III viser definisjonen av kulturell og kreativ næring som benyttes i denne. Ifølge Innovasjon Norges oppdragsgiverrapport for 2019 ble det i 2019 gitt rundt 20 millioner i lån til kreativ næring. Dette er halvparten av lånebeløpet vi finner i Samspillsdatabasen for 2019.

Figur 4.2 Lån til kulturell og kreativ næring fra Innovasjon Norge. Millioner kroner, løpende priser, 2013–2019.
 Note: Næringene som inngår i de like banskene følger vår næringsinndeling av kulturell og kreativ næring, som beskrevet i vedlegg III.
 Kilde: Samspillsdatabasen



allerede omtalt. 2018 er foreløpig altså toppåret når det gjelder lån til kulturell og kreativ næring. Det er designvirksomheter som står for den absolutt største andelen av lånene i alle år unntatt 2013, mens det for de øvrige bransjene er store variasjoner fra år til år. De store variasjonene mellom bransjene er knyttet til at det er få bedriftslån som innvilges pr. år, og at det dermed kan være litt tilfeldig hvilken bransje disse tilhører.

Eksportprogrammene

Eksportprogrammene «Ut i verden» er utviklet i samarbeid med Kulturdepartementet. Bransjene som velges, er gitt i oppdraget fra Kulturdepartementet. Begrunnelsen for hvert enkelt program er å svare på bransjens utfordringer med et skreddersydd eksportrettet program, og å bidra til at bransjen får økt omsetning og konkurransekraft i

utlandet. Innovasjon Norge har søkt om gruppeunntak i ESA for eksportprogrammene i samarbeid med Kulturdepartementet og Nærings- og fiskeridepartementet.

Hvert program lyses ut offentlig. Aktuelle bedrifter blir – etter en søknadsprosess – invitert til å presentere sin eksportstrategi for et panel med nasjonale og internasjonale fageksperter, hvor de beste vinner frem. Programmodellen bygger på langsiktige tiltak på tre nivåer: bedrift, gruppe og bransje, og gjennomføres i samarbeid med respektive bransjeorganisasjon i NAA-nettverket.

Ut i verden-programmene skiller seg fra andre virkemidler i Innovasjon Norge ved at de er flerårige og bidrar med både tilskudd og kompetanse til bedriftene som vinner frem, samt kompetansetilbud til bransjen. Programmet tar utgangspunkt i bedriftenes behov og består av fagsamlinger og markedsbesøk. Enkelte komponenter i programmet henter inspirasjon fra eksisterende

kompetanseprogram i Innovasjon Norge. Hvert program varer i to år (Innovasjon Norge, 2020).

Pilotprogrammet *Spill ut i verden* var det første av eksportprogrammene for kreativ næring. Programmet var basert på et initiativ og en samfinansiering mellom Kulturdepartementet og Innovasjon Norge som startet i 2016, og ble gjennomført som et samarbeid mellom Innovasjon Norge og Norsk Filminstitutt. Programmet ble gjennomført i perioden 2016–2018, og er dermed ikke en del av KKN-satsingen som denne evalueringen omfatter. Det har allikevel vært viktig for de påfølgende eksportprogrammene og kanskje for å forme Innovasjon Norges rolle i hele satsingen.

I 2017 ble det bevilget 10 millioner kroner til eksportprogrammet *Arkitektur ut i verden*, som pågikk i perioden 2017–2019. Det var 13 bedrifter som søkte om deltakelse, og av disse ble syv plukket ut.²⁵ Samlet ble det satt av 7,5 millioner kroner til tilskudd til bedriftene og 2,5 millioner kroner til gjennomføring av et kompetanseprogram for disse bedriftene, og til enkelte bransjetiltak. Det ble gjennomført to frokostseminarer for bransjen og totalt syv samlinger for gruppen. Blant disse var en to-dagers fagsamling i København med bedriftsbesøk og mottakelse i samarbeid med den norske ambassaden i København, samt deltakelse på World Architecture Festival i Amsterdam og mottakelse i samarbeid med den norske ambassaden i Haag. Avslutningskonferansen ble avholdt i mai 2019. Programmet ble gjennomført i samarbeid med DOGA, hvor DOGA har bistått med arkitekturfaglig kompetanse.

Eksportprogrammet i oppdraget for 2018 var rettet mot litteraturbransjen, og ble gjennomført i samarbeid med NORLA. Her ble det satt av fem millioner kroner til norske litterære agenter, som alle arbeider med en strategisk målsetning om internasjonalt salg av norsk litteratur, og som jobber med å representere forfattere og litterære rettigheter internasjonalt. I alt syv agenturer fikk tildelt støtte gjennom programmet. Det ble satt av 3,9 millioner kroner i tilskudd til de utvalgte bedriftene og 1,1 millioner kroner til gjennomføring av kompetanseprogrammet. Tilskuddet til bedriftene kunne benyttes til innkjøp av nødvendig eksportkompetanse, herunder økonomisk og juridisk rådgivning; PR & markedsføringsekspertise; varemerkebeskyttelse/IPR; reise som følge av eksportarbeidet; produktjemmesider og mentor. Det ble gjennomført

ett frokostseminar for bransjen og i alt åtte samlinger i perioden 2018–2020. Blant disse var en fagsamling i New York i samarbeid med bokmessen i Frankfurts New York-kontor i januar 2019 for å møte amerikanske agenter og andre bransjeaktører, erfaringsutveksling i Oslo i august og en fagsamling i Frankfurt i oktober i samarbeid med bokmessen i Frankfurt, hvor Norge var gjesteland i 2019. Avslutningskonferansen var planlagt våren 2020, men ble utsatt som følge av koronapandemien, og ble gjennomført på Sentralen i Oslo 25. september, da i en mer nedskalert versjon enn opprinnelig planlagt, hvor kun deltakerne i programmet deltok fysisk, mens øvrige deltok digitalt.²⁶

I 2019 ble musikk lansert som bransje for eksportprogrammet. Her samarbeider Innovasjon Norge med Music Norway. Programmet skal styrke aktørenes internasjonale konkurransekraft, bidra til økt tilfang av oppdrag og talenter og til at flere aktører bruker Norge som utgangspunkt for sine produksjoner. Det ble satt en ramme på åtte millioner kroner til programmet, hvorav 1,4 millioner kroner var øremerket gjennomføringen av kompetanseprogrammet, og 6,6 millioner kroner til tilskudd til bedriftene. Etter søknadsfristen i oktober 2019 var det kommet inn 19 søknader, hvorav tolv ble plukket ut til intervjuer, og åtte ble til slutt valgt ut som deltagere i programmet. Programmet hadde oppstart i januar 2020, da presenterte bedriftene sine eksportstrategier, og deltok i en workshop. Som følge av koronapandemien ble resterende fem samlinger i 2020 gjennomført digitalt. Det var planlagt en utenlandssamling til Los Angeles i august 2020, som måtte utsettes, og det er for tiden usikkert om man får til en internasjonal samling innenfor programmet. De deltakende bedriftene fikk i tillegg individuell og gruppevis oppfølging, med spesielt fokus på pandemien og hvilken påvirkning nedstengingen har hatt for de enkelte bedriftene. Programmet fortsetter i 2021, og er forlenget med ett år.

Ifølge Innovasjon Norge viser erfaringen med utvikling og gjennomføring av programmene så langt at det å følge bedriftene over tid er avgjørende for deres utvikling (Innovasjon Norge, 2020). Bedriftene har meldt tilbake at kombinasjonen av kompetanse og tilskudd gir rom til å fokusere på kompetanseoverføring innad i egen bedrift, og på denne måten bidrar til en bevisstgjøring og endret strategi på sikt. I tillegg er tilbakemeldingen at programets form fører til økt samarbeid og kompetansedeling mellom bedriftene.

25 De deltakende bedriftene ble valgt ut av en ekspertgruppe, bestående av en representant fra hhv. Innovasjon Norge og DOGA, og en internasjonal og en nasjonal fagekspert.

26 Les mer om dette her <https://norla.no/nb/activities/385>

Bedriftsnettverk og klynger

Bedriftsnettverk er et godt etablert virkemiddel i Innovasjon Norge. For å bidra til at flere bedrifter innen kulturell og kreativ næring benytter seg av og kvalifiserer for midler til bedriftsnettverk, ble det i 2017 åpnet for at bedrifter innen næringen kunne søke om midler til forprosjekt, og det ble satt av fire millioner kroner til dette. I 2018 ble dette tiltaket utvidet til å gjelde også klynger, i tillegg til bedriftsnettverk. Ordningen ble utvidet til ti millioner kroner, hvorav fire millioner kroner var avsatt til bedriftsnettverk. Av de resterende seks millioner kronene som var avsatt til klynger, var to millioner kroner øremerket kultur og reiseliv. Dette ble videreført i 2019. I 2018 og 2019 kunne bedrifter dermed søke om forprosjektmidler både til bedriftsnettverk og til klyngeprogram (Innovasjon Norge, 2020). I 2019 ble det også innført løpende mottak og behandling av søknader.

I 2020 er hele ordningen for bedriftsnettverk overført til fylkeskommunene som en del av regionreformen.²⁷ For KKN-satsingen betyr dette at Innovasjon Norge nå kun gir forprosjektmidler til klynger innenfor ordningen. Rammen for dette tilskuddet var på to millioner kroner i 2020. Målet er at flere aktører innen kulturell og kreativ næring skal kvalifisere seg for deltakelse i klyngeprogrammet.

Når det gjelder bedriftsnettverk, ble det i 2017 gitt tilskudd til ti forprosjekter og tre hovedprosjekter, som til sammen fikk en støtte på 3,6 millioner kroner (Innovasjon Norge, 2018). Selv om erfaringene fra 2017 var positive, sies det i oppdragsgiverrapporten for 2017 at det gjenstår en del arbeid, og da spesielt «kunnskap om etablering av profesjonelle næringsnettverk som på sikt blir stabile».

I 2018 ble ti forprosjekter bedriftsnettverk innvilget, hvorav fire var forlengelse fra 2017. Videre ble fem bedriftsnettverk hovedprosjekter innvilget, hvor tre var en videreføring fra 2017. Ett klynge-initiativ fikk innvilget forprosjektmidler, en musikk-klynge i Bergen. Videre var det i 2018 to klynger innen kulturell og kreativ næring med Arena-status og en med NCE-status i det ordinære klyngeprogrammet. Fra 2018 ble 5,7 millioner kroner i restmidler overført til 2019 (Innovasjon Norge, 2019).

I 2019 var det 13 bedriftsnettverk forprosjekt og seks bedriftsnettverk hovedprosjekt som fikk innvilget til sammen 4,7 millioner kroner. Videre ble to forprosjekter innen klyngeprogrammet innvilget med 0,5 millioner

kroner hver, og restmidler på fem millioner kroner ble overført til 2020. Innovasjon Norge peker på at det er utfordrende for bedrifter innen kulturell og kreativ næring å nå opp i konkurransen om å bli tatt opp i klyngeprogrammet, og at forprosjektmidler dermed er viktig for å utvikle nye og sterke klynger (Innovasjon Norge, 2020). I 2020 mottok Innovasjon Norge ingen søknader om forprosjekt klynge, hvilket mest sannsynlig er knyttet til koronapandemien.

Investorforum

I 2017 ble 0,6 millioner kroner avsatt til investorforum. Midlene ble brukt til å gjennomføre programmet Angel Challenge, spesielt rettet mot bedrifter innen kulturell og kreativ næring. Programmet ble gjennomført som et samarbeid mellom Innovasjon Norge og Startup Norway. Hensikten med Angel Challenge var å øke kunnskapen om kulturell og kreativ næring hos potensielle investorer, og øke bedriftenes kompetanse om hvordan innhente kapital.

Det ble i 2018, i samarbeid med Angel Challenge, utviklet et nytt kompetanseprogram for gründere i tidlig fase, Growth Challenge. Programmet er spesielt rettet mot å øke gründeres kompetanse på å innhente kapital. Det ble derfor besluttet, etter avtale med Kulturdepartementet, å utsette gjennomføringen av et nytt investorprogram for kulturell og kreativ næring til våren 2019, i påvente av det nye programmet. Dette var ifølge Innovasjon Norge også en fordel med tanke på rekruttering av selskap, da det tar tid å bygge opp en base med et tilstrekkelig antall kvalifiserte bedrifter til denne type program.

Growth Challenge Creative ble arrangert våren 2019, dekket av overførte midler fra 2018 samt rammen for 2019. Ni selskaper deltok, og over en periode på to måneder ble det gjennomført seks samlinger med ulike temaer, inkludert hvordan finne nye kunder og hvordan hente privat kapital. Growth Challenge endret i 2020 navn til Fundraising for Startups (Innovasjon Norge, 2020).

Fundraising for Startups består av to moduler, en startup og en investormodul. Til den første modulen var det 25 søkere hvorav tolv vant frem, og i tillegg deltok fem investorer på i alt tre workshops i starten av 2020. I mai ble det arrangert en Creative Startups Roundtable, med de tolv bedriftene og 15 investorer, i form av et to-dagers digitalt program.

27 Innovasjon Norge fortsetter å forvalte Bedriftsnettverk, men nå på oppdrag fra hver enkelt fylkeskommune, og det er ikke lenger noen øremerking av disse midlene til kulturell og kreativ næring.

Kompetanseprogram – Bygg Bedrift

I 2017 ble det satt av to millioner kroner til kompetanseprogrammet Bygg Bedrift for bedrifter innenfor kulturell og kreativ næring. Det ble gjennomført i alt tolv programmer i perioden 2017–2018. Hvert program bestod av to samlinger, hvor deltakende bedrifter fikk tilgang til forretningsutviklingskompetanse (mentorer), opplæring og et web-basert verktøy for økonomisk planlegging (Innovasjon Norge, 2018). Totalt deltok 93 bedrifter i Bygg Bedrift.

Kompetanseprogrammet var en videreføring fra satsingen på kulturnæringen i 2013–2016, hvor til sammen 275 bedrifter deltok. I 2018 ble dette tiltaket overført fra Innovasjon Norge til Kulturrådet og videreføres under navnet Ovasjon (se også kap. 5.1.2).

Internasjonal profilering av Norge som kunst- og kulturdestinasjon

Dette tiltaket var en del av oppdraget for 2018 med en ramme på tre millioner kroner. Tiltaket fikk navnet «Powered by Culture» og hadde som mål å sikre at kulturell og kreativ næring ble en relevant del av den fremtidige plattformen for Merkevarer Norge.

Programmet ble lyst ut som en offentlig konkurranse, og det var tre aktører som vant frem av i alt 44 søkere. Midlene som bedriftene fikk i tilskudd kunne brukes til utvikling av materiell som bilder, film, tekst, musikk eller lignende, til bruk i profileringen av Norge som reisemål. Aktørene hadde selv ansvaret for gjennomføringen, men fikk i løpet av perioden oppfølging og veiledning fra Innovasjon Norge.

4.1.3 Administrasjon og organisering i Innovasjon Norge

I bevilgingen fra Kulturdepartementet er det satt av 3,4 millioner kroner til administrasjon og forvaltning av oppdraget pr. år. I 2019 hadde man imidlertid et overforbruk på 0,4 millioner kroner, noe som vil si at de ble brukt totalt 3,8 millioner kr.²⁸ Bevilgingen brukes til to heltidsstillinger på Innovasjon Norges hovedkontor samt det arbeidet som gjøres på regionskontorene tilknyttet KKN-satsingen. Innovasjon Norge er organisert slik at bedrifter som søker om lån, tilskudd, rådgivning og/eller deltakelse i programmer, først henvender seg til sitt regionskontor. Det har derfor vært viktig for Innovasjon Norge å bidra til intern kompetansedeling

mellom hovedkontor og regionskontor for å øke kompetansen om næringens potensial samt muligheter som ligger i oppdraget fra Kulturdepartementet. Det ble derfor i 2017 etablert et internt fagnettverk for kreativ næring som møtes hver måned. Dette har medført at tiltakene nå er bedre kjent både internt og eksternt. De regionale kunderådgiverne følger også «sine» bedrifter i eksportprogrammene, og kan gjennom dette bygge opp kompetanse både om den enkelte bedrift og den aktuelle bransjen.

I oppdragsrapporten for 2019 pekes det på at de begrensede midlene til administrasjon og gjennomføring gjør at det er strenge føringer på antallet timer regionskontorene kan føre på KKN-satsingen, og at dette påvirker regionskontorenes innsats. Ifølge regionskontorene begrenser dette muligheten for å følge opp bedrifter etter avsluttet program. For 2021 har imidlertid Kulturdepartementet økt avsetningen til administrasjon og forvaltning med 580 000 kroner sammenlignet med 2020, nettopp for å forsterke Innovasjon Norges innsats for kulturell og kreativ næring.

På hovedkontoret er de to ressursene som er dedikert til KKN-satsingen for tiden organisatorisk plassert i Gründerteamet i Divisjon Entreprenørskap, vekst og eksport. Gjennom dette er man en del av et større faglig fellesskap, som må antas å komme KKN-satsingen til gode. Selv om disse stillingene primært skal arbeide med KKN-satsingen, har det i forbindelse med koronapandemien vært nødvendig med en ekstraordinær innsats, slik at disse har måttet bruke noe tid på andre områder.

Innovasjon Norge har to dialogmøter med Kulturdepartementet pr. år, og ellers løpende dialog ved behov. Innovasjon Norge leverer årlige innspill til alle oppdragsgivere/-departement, også til Kulturdepartementet. Innspillet for 2021 inkluderte et forslag om et nytt tiltak, mentortjenesten. Dette innspillet er imøtegått i statsbudsjettet for 2021, og det er lagt inn en økning i bevilgningen fra Kulturdepartementet med fem millioner kroner.

Innovasjon Norge samarbeider med de andre virkemiddelaktørene innenfor KKN-satsingen. Når det gjelder samarbeid med NAA-ene, er dette først og fremst knyttet til gjennomføringen av eksportprogrammene, hvor DOGA, NORLA og Music Norway har vært/er viktige samarbeidspartnere for hhv. arkitektur, litteratur og musikk, slik som Norsk Filminstitutt var samarbeidspartneren for Spill ut i verden. Med Kulturrådet har man et mer løpende samarbeid, med jevnlig kaffemøter for erfaringsutveksling og diskusjoner om gråsoner/grenseoppgang mellom de ordninger som hver av de forvalter. Innovasjon Norge

28 Ifølge oppdragsrapporten for 2019 dekkes merkostnaden i 2019 av restmidler for denne type arbeid fra tidligere år.

og Kulturrådet har imidlertid ikke noen konkrete prosjektsamarbeid, men man kan henvise kunder til hverandre ved behov. Det er heller ikke noen koordinering av oppdrag mellom Innovasjon Norge og Kulturrådet, da det legges til grunn at arbeidsdelingen gjøres gjennom oppdrags- og tildelingsbrev fra Kulturdepartementet. Samtidig deltar man på hverandres relevante arrangementer, for eksempel har Innovasjon Norge deltatt på de fagseminarer som Kulturrådet har arrangert over hele landet, og høsten 2020 arrangerte man et felles webinar for bedrifter fra kulturell og kreativ næring.²⁹

4.1.4 Innovasjon Norges vurderinger så langt

Ifølge oppdragsrapporteringen for 2019 og intervjuer med representanter for Innovasjon Norge er deres foreløpige erfaringer og vurderinger av oppdraget fra Kulturdepartementet:

- Man ser allerede nå positive resultater, mye grunnet en bredde av tiltak, både innen kapital og kompetanse, og at dette møter behovene til et bredt spekter av aktører, i ulike faser og med ulike behov.
- Innovasjon Norge får mange henvendelser fra gründere innen kulturell og kreativ næring som er interessert i virkemidler i oppstartsfasen. Flere av disse har vekstambisjoner og potensial, men det er likevel utfordrende for dem å kvalifisere til mange av virkemidlene. Lav innovasjonshøyde og beskjedent markedspotensial og/eller lite skalerbar forretningsmodell er noen av de vanligste avslagsbegrunnelsene. Bedriftene i kulturell og kreativ næring oppfattes av Innovasjon Norge å være mer produktorientert enn kundeorientert, og mange mangler innsikt i hvem de retter seg mot, dvs. hvem som er kunden/markedet. Mange i bransjen er vant til å tenke offentlig finansiering, men kan ha utfordringer med å tenke finansiering i et bredere perspektiv, for eksempel mot private investorer. For mange av de små aktørene opplever Innovasjon Norge også at det kan være en utfordring at man krever egenfinansiering som ikke bare kan bestå av egeninnsats i form av timer.
- Intern kompetansedeling på tvers av hovedkontor, distriktskontor og utekontor er viktig for å nå

målsettingene med oppdraget. Et ledd i denne prosessen har vært å etablere faste møtepunkter i fagnettverket for kreativ næring. Ordningene er bla. gjennom dette nettverket bedre markedsført og har blitt mer kjent internt – kunderådgiverne vet hva de kan tilby og hvem de skal henvende seg til om de har spørsmål til ordningene.

- Samarbeidet med Kulturrådet og organisasjonene i NAA er en viktig del av det helhetlige oppdraget. I dag møtes Innovasjon Norge og Kulturrådet jevnlig og oppgis å ha en god dialog, mens samarbeidet med NAA-ene i større grad er begrenset til NAA-enes rolle i eksportprogrammene m.v.
- Det å forvalte programmer/ordninger som løper over litt lengre tid er en fordel, da har man mulighet for å utnytte den læring som gjennomføringen gir, og har en mulighet for å tilpasse ordningene. For KKN-satsingen mener Innovasjon Norge at man har klart å utforme et mer eller mindre strømlinjeformet opplegg, som «har satt seg», og som det ikke stilles spørsmål ved internt.
- De tilbakemeldinger Innovasjon Norge får fra deltakende bedrifter, er stort sett positive.

4.2 Tilskuddsmottakere gjennom Innovasjon Norges KKN-satsing

4.2.1 Beskrivelse av bedriftene som har fått støtte

I 2019 fikk Innovasjon Norge totalt bevilget 18,6 millioner kroner³⁰ til kulturell og kreativ næring innenfor KKN-satsingen, og av dette ble 10,7 millioner kroner gitt som direkte tilskudd til bedrifter, mens 2,6 millioner kroner gikk til gjennomføring av kompetanse- og investorprogrammene. Det betyr at Innovasjon Norge kun brukte opp 13,3 millioner kroner, og at resterende 5,9 millioner kroner ble overført til 2020 (tabell 4.2).

Av totalen på 12,7 millioner kroner gikk 6,2 millioner kroner til etablerte bedrifter (tre år og eldre) og 6,5 millioner kroner til gründere (yngre enn 3 år).³¹ 8,5 millioner kroner gikk til internasjonale satsinger, 3,6

29 Webinaret kan ses her.

30 Dvs. bevilgningen minus det som ble avsatt til låneordning og til administrasjon.

31 I 2017 er det fire deltakere i investorprogrammet (Angel Challenge) som vi ikke har selskapets alder for, da har vi antatt at de er et gründerelskap.

millioner kroner til innovasjon på nasjonalt nivå, og 3,6 millioner kroner til annet (samarbeidsprosjekter og kompetanse). Totalt ga Innovasjon Norge tilsagn om støtte til kulturell og kreativ næring på drøyt 78,5 millioner kroner i 2019, noe som vil si at KKN-satsingen kun utgjør en mindre andel (22 prosent)³² av den totale støtten til disse næringene.

Tabell 4.2 viser hvordan støtten fordelte seg mellom de forskjellige programmene i 2017–2020. Bevilgede tilskudd er lavere enn bevilget ramme fra Kulturdepartementet (også om man ser bort fra avsetning til låneordninger og administrasjon), men ettersom oppdraget fra Kulturdepartementet er et utviklingsarbeid, er midlene overførbare. Dette er også viktig med tanke på at dette skal være en langsiktig satsing. Eksempelvis er det å etablere profesjonelle nettverk og klynger et langsiktig arbeid. Derfor er det som forventet at det er restmidler knyttet til disse tiltakene.

I 2017 var det syv arkitektkontorer som ble tatt opp som deltakere i Arkitektur ut i verden, av disse er fem lokalisert i Oslo, ett i Rogaland og ett i Finnmark. Det er stor variasjon både i omsetning og alder for deltakende bedrifter, med en omsetning fra 3,2 til 105 millioner kroner i 2017 og hvor det eldste kontoret ble etablert i 1990 og det nyeste i 2015.

I 2018 var det syv litterære agenter som ble tatt opp som deltakere i Litteratur ut i verden. Av disse er fire lokalisert i Oslo, én hver i hhv. Akershus, Østfold og Telemark. To av disse er agenturvirksomhet innenfor store forlag (Cappelen Damm og Aschehoug), mens de øvrige er relativt nystartede virksomheter (den eldste ble etablert i 2007) og er enten enkeltpersonsforetak eller AS med en til to ansatte.

I 2019 var det åtte musikkbedrifter som ble tatt opp som deltakere i Musikk ut i verden (forlag, management og studio). Seks av de åtte bedriftene holder til i Oslo, mens de to øvrige holder til henholdsvis i Bergen og Giske. Alle de åtte bedriftene er organisert som AS, hvorav seks er nye virksomheter etablert i 2016 eller senere. Syv av bedriftene har to eller færre ansatte, mens ett hadde elleve ansatte i 2019. Blant de åtte bedriftene er det stort spenn i omsetning, fra i underkant av 200 000 kroner til nesten 20 millioner kroner i 2019.

I 2017 fikk tolv virksomheter innvilget tilskudd gjennom Bedriftsnettverksordningen over rammen fra Kulturdepartementet. Ti av disse var forprosjekter og to

hovedprosjekter. Bedriftsnettverkene omfattet i alt 81 bedrifter, dvs. at det deltok i gjennomsnitt syv bedrifter pr. nettverk. Blant søkerne er tre nettverksorganisasjoner (næringshager, coworking-steder). Bransjer som er representert er mote, design, musikk og kunst. I 2018 var det ti aktører som fikk tilskudd, alle som forprosjekter. Av disse var det fire prosjekter som fikk forlenget støtte fra 2017, noe som også vil si at fire virksomheter som fikk støtte i 2017 også fikk støtte i 2018. Utover disse fire virksomhetene som fikk støtte både i 2017 og i 2018, har ingen andre virksomheter fått støtte mer enn en gang gjennom Innovasjon Norges ordninger i KKN-satsningen. De fem hovedprosjektene i kulturell og kreativ næring som fikk tilskudd i 2018, fikk dette over Innovasjon Norges generelle ramme for denne type tiltak. I 2019 var det 13 virksomheter som fikk støtte til forprosjekt, og ytterligere seks som fikk støtte til hovedprosjekt, sistnevnte over Innovasjon Norges generelle ramme. Av de 13 som fikk støtte til forprosjekt var to nettverksorganisasjoner, mens andre bransjer inkluderer film (2), musikk (3), mote (3), design (1), arkitektur (1) og utøvende virksomhet (1). I 2019 fikk også to virksomheter tilskudd til forprosjekt klynge, innenfor henholdsvis mote og scenekunst. Forprosjektmidlene ble blant annet benyttet til å jobbe strategisk i arbeidet for å nå opp i konkurransen om Arena Pro-status.³³

Innenfor investorprogrammene deltok det i 2017 (Angel Challenge) 19 bedrifter og 18 investorer, i 2019 (Growth Challenge) ni bedrifter og fire investorer, og i 2020 (Fundraising for Startups Creative Industries, FFSC) tolv bedrifter og fem investorer. For tiden (start 2021) pågår en ny runde med FFSC med 14 bedrifter.

I 2018 var det tre aktører som mottok tilskudd til utvikling av konsept for å løfte frem kultur i det internasjonale profileringsarbeidet som en del av Powered by Culture.

Bransjefordelingen

Tabell 4.3 sammenstiller tilskuddsbeløp og antall tilskudd/deltakere pr. bransje, hvor bransjen er hentet fra den næringskoden som hver bedrift er registrert med i Enhetsregistret. Alle bransjer, med unntak av drift av biblioteker, museer m.v., er representert, om enn med en viss overvekt på designvirksomheter.

32 38 prosent hvis man også inkluderer avsetningen til låneordningen

33 Se <https://www.nfta.no/arena-pro-status> og <https://doga.no/aktuelt/nytt-kompetansesenter-skall-fa-fart-pa-eksport-av-norsk-design/>

» **Tabell 4.2 Tilskudd innenfor Innovasjon Norges del av KKN-satsingen, antall mottakere av tilskudd og bevilget samlet beløp pr. ordning, 2017–2020. Millioner kroner**

Virkemiddel		2017	2018	2019	2020
Ut i Verden, tilskudd til bedrifter	Antall	7	7	8	–
	Beløp	5,45	3,7	6	–
Ut i Verden, kompetanseprogram	Beløp	2,5	1,1	1,4	
Bedriftsnettverk Forprosjekt	Antall	10	101	13	
	Beløp	2,65	2,8	3,7	
Bedriftsnettverk, Hovedprosjekt	Antall	2			
	Beløp	1			
Klynger, forprosjekt	Antall		1	2	–
	Beløp		0,3	1	–
Powered by culture	Antall		3		
	Beløp		3		
Investorprogram	Antall	20		9	12
	Beløp	0,6		1,2	2,2
Bygg bedrift	Antall	63	30		
	Beløp	2			
TOTALT	Antall	102	51	32	12
	Beløp	14,2	10,9	13,3	2,2

Note: Kontrollert opp mot rapporteringen i oppdragsgiverrapportene for 2017, 2018 og 2019 er det enkelte avvik fra hva vi finner i data med oversikt over mottakere. Da har vi konsekvent brukt funn fra dataene. I tillegg har vi data for 12 deltakere i investorprogrammet i 2020, men disse er ikke vist i tabellen. Dette gir totalt antall mottakere på 104, hvorav fire har mottatt støtte to ganger. Antallet unike mottakere fra 2017 til 2020 er dermed 100.

- 1 Inkluderer 4 prosjekter som også fikk støtte i 2017 (forlenget forprosjekt).
- 2 Programmet ble ikke gjennomført i 2018, og midler ble derfor overført til 2019.
- 3 Inkluderer ikke bedrifter som har deltatt i Bygg Bedrift.

Kilde: Innovasjon Norge (data over mottakere), Innovasjon Norges oppdragsgiverrapporter for 2017, 2018 og 2019

» **Tabell 4.3 Bransjefordelte tall: antall tilskudd/deltakere og beløp pr. bransje, millioner kr (antall unike mottakere)**

Bransje	Bedriftsnettverk og klynger		Investorprogram	Eksportprogram		Powered by culture	
	Mill. kr	antall	antall	Mill. kr	antall	Mill. kr	Antall
Annonse og reklame						1,9	2
Arkitektur	0,3	2	1	6	7		
Bokbransjen	0,3	1	1	4	7	1,1	1
Dataspill			9				
Designvirksomhet	3,5	9	7				
Film, video, TV, radio og foto	1,1	4	2				
Musikk	1,7	5	2	6	8	1,9	2
Tverrfaglig, annet	1,5	6					
Utøvende og kunstnerisk virksomhet:	2,4	7	4				

Kilde: Innovasjon Norge

Utvikling i nøkkeltall for bedriftene

Det er 193 unike støttemottakere (dvs. som har fått tilskudd eller deltatt i et kompetanseprogram) innenfor de ordninger som Innovasjon Norge forvalter, og for 99 av disse har vi regnskapsdata som kan brukes for å følge utviklingen i for eksempel omsetning og verdiskaping. Øvrige mottakere er enten ikke pliktige til å levere regnskap til Brønnøysundregistret (dvs. er enkeltpersonforetak eller forening) eller er ikke lenger aktive. Vi har også utelatt tre tilskuddsmottakere som inngår i konsern hvor det i regnskapsdata ikke er mulig å skille ut den enheten som har fått støtte, hvilket betyr at vi sitter igjen med regnskapsdata for 96 bedrifter.

Figur 4.3 viser utvikling i gjennomsnittlig omsetning for de bedriftene som fikk tilskudd eller deltok i et kompetanseprogram i et av årene 2017–2019, for perioden 2014–2019. De bedriftene som deltok i 2017 har i gjennomsnitt hatt en positiv utvikling etter det, selv om det er altfor tidlig å si om dette er et resultat av støtten. Det kan også være interessant å notere at den gjennomsnittlige omsetningen hos bedriftene som har deltatt i de tre årene har blitt redusert, dvs. at det ser ut som om Innovasjon Norge i økende grad har nådd mindre bedrifter over tid. Sysselsettingen i bedriftene følger i veldig stor grad omsetningen, og for de som fikk støtte i 2017, har gjennomsnittlig antall årsverk økt fra 5,6 i 2014 til 6,9 i 2019, mens tilsvarende tall for de som fikk støtte i 2018 er hhv. 3,4 og 5,1.

Når det gjelder lønnsomheten i bedriftene, kan dette blant annet måles med driftsmarginen (driftsresultatet som andel av driftsinntektene) eller med egenkapitalens rentabilitet (driftsresultatet som andel av egenkapitalen). Utfordringen er at vi har forholdsvis få observasjoner, og relativt store svingninger spesielt i egenkapitalen pr. år som gjør at enkeltbedrifter kan få uforholdsmessig stort gjennomslag i gjennomsnittstallene. Tallene blir dermed vanskelige å tolke. Vi har derfor valgt å ikke presentere disse tallene for tilskuddsmottakerne i midtveisevalueringen.

Hvis vi bryter ned tallene for de enkelte ordningene, får vi følgende bilde:

- **Bygg Bedrift:** Her har vi regnskapsdata for forholdsvis få bedrifter, da mange av deltakerne er enkeltpersonforetak e.lign. Av de 93 deltakerne har vi kun regnskapsdata for 21. Dette er gjennomgående små selskaper (gjennomsnittlig omsetning på drøye fem millioner kroner), som sliter med lønnsomheten

(lav eller negativ driftsmargin og lav egenkapitalrentabilitet). Det er ikke mulig å spore noen effekter av deltakelsen i regnskapsdata for bedriftene.

- **Bedriftsnettverk og klynger:** Utfordringen her er at vi har regnskapsdata for den bedriften som koordinerer nettverket eller klyngen (og som står som søker hos Innovasjon Norge). I flere tilfeller er dette en av bedriftene som inngår i selve nettverket, men det kan også være en næringshage eller lignende som i større grad kun har den koordinerende rollen. Den gjennomsnittlige omsetningen for alle bedrifter som har vært/er koordinatore i et nettverk, uansett når man fikk støtten, har økt fra 7,1 millioner kroner i 2014 til knappe elleve millioner kroner i 2019.³⁴ Det er spesielt de bedriftene som fikk støtte til bedriftsnettverk forprosjekt i 2017 som har hatt en positiv utvikling.
- **Eksportprogrammene:** De bedriftene som deltok i programmet som ble startet opp i 2017 (Arkitektur ut i verden), har hatt en vekst i både omsetning og verdiskaping på godt over 40 prosent i perioden 2016–2018, hvilket er vesentlig høyere enn bransjen totalt (14 prosent). Denne veksten fortsatte i 2019, om enn i en lavere takt. Det kan (selvsagt) ikke tolkes som at deltakelsen i eksportprogrammene gir en høy vekst, men kan like gjerne bero på at de bedrifter som søkte og etter hvert ble med i programmet ikke er helt representative for bransjen.
- **Investorprogrammene:** Her er bedriftene i gjennomsnitt små, noe som kan forventes blant oppstartsbedrifter som denne ordningen primært retter seg mot. Disse bedriftene har også hatt en høy vekst, og hvis man ser på alle bedrifter som har deltatt i perioden 2017–2020, har den gjennomsnittlige omsetningen doblet seg fra 2016 (450 000 kr) til 2019 (knappe en million kroner). Både verdiskaping og lønnsomhet er lav, eller negativ, men det er som ventet for denne type bedrifter.

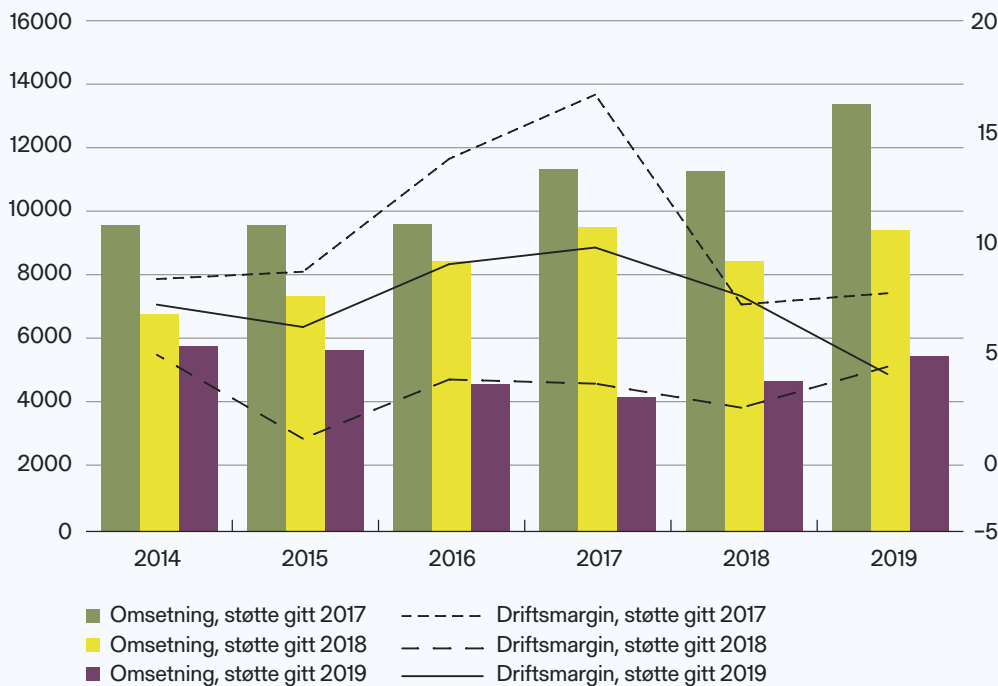
Bedriftenes tidligere bruk av virkemidler

Informasjonen om støttemottakerne innenfor Innovasjon Norges ordninger klyngeprogram (forprosjekt), investorprogram, ut i verden-program og bedriftsnettverk er sammenstilt med data i Samspillsdatabasen, hvor all bruk av næringsrettede virkemidler er registrert. Til sammen har 100 unike virksomheter deltatt i og mottatt støtte gjennom

34 Noe av dette kan også forklares av at vi for 2014 har data for 21 bedrifter og for 2019 27 bedrifter, og at et par av bedriftene som vi kun har data for de siste årene har en høyere omsetning enn gjennomsnittet av de som har data for alle år.

» Figur 4.3 Utvikling i gjennomsnittlig omsetning og driftsmargin fra 2014 til 2019 i gjennomsnitt for virksomheter som har fått støtte gjennom Innovasjon Norges ordninger innen satsingen på kulturell og kreativ næring, i millioner kroner. Etter år da støtten ble innvilget.

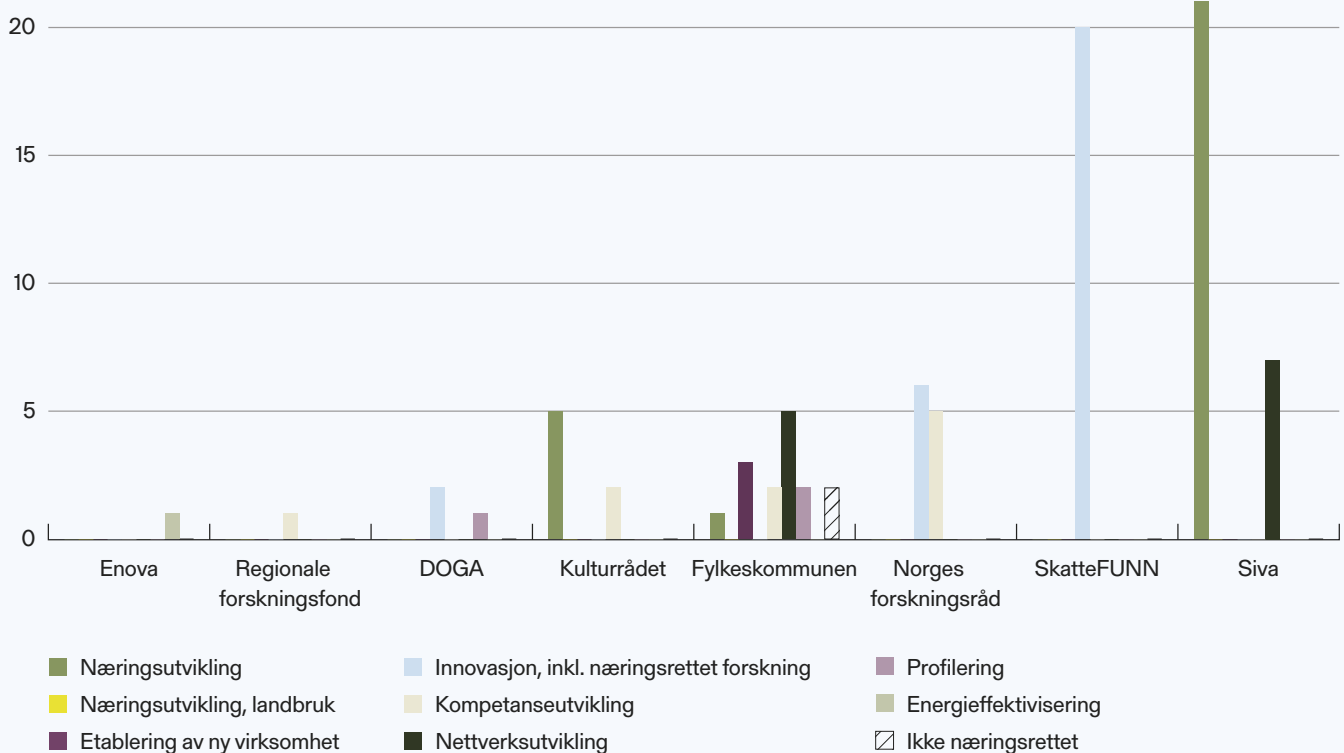
Kilde: Innovasjon Norge, Samfunnsøkonomisk Analyse AS



» Figur 4.4 Mottakere av støtte fra Innovasjon Norges tilskudd til kulturell og kreativ næring som i tillegg har mottatt støtte fra andre virkemiddelaktører, 2000–2020.

Note: 100 unike virksomheter har fått støtte fra Innovasjon Norge gjennom satsingen på kulturell og kreativ næring. To av deltakerne i investorprogrammet i 2017 har vi ikke organisasjonsnummer for, dermed var det ikke mulig å finne dem i Samspillsdatabasen, og de er dermed ikke inkludert i analysen av virksomheter som har mottatt støtte fra andre aktører. De ulike søylene pr. virkemiddelaktør kan summere seg til mer enn totalt antall virksomheter når en eller flere virksomheter har fått støtte flere ganger i løpet av perioden til ulike aktiviteter.

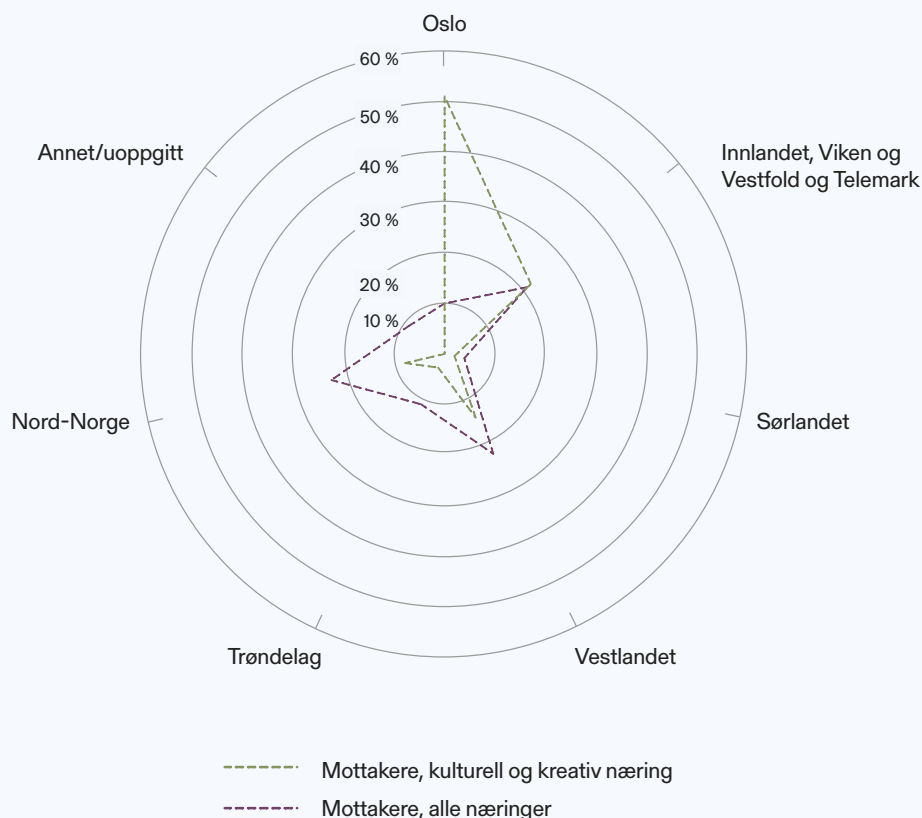
Kilde: Samfunnsøkonomisk Analyse AS og Innovasjon Norge



Figur 4.5 Geografisk fordeling av mottakere av tilskudd fra Innovasjon Norge til nærings- og kompetanseutvikling samlet sett og fra KKN-satsingen, 2013–2019. Prosent.

Note: For programmene bedriftsnettverk (for- og hovedprosjekt), eksportprogram, internasjonal profilering (Powered by Culture) og klyngeprogram (forprosjekt). For mottakere i alle næringer er informasjonen hentet fra Samspillsdatabasen, for mottakere innen kulturell og kreativ næring er data fra Innovasjon Norge benyttet.

Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse AS og Innovasjon Norge



disse Innovasjon Norge-ordningene i årene 2017 til og med 2020 (for 2020 har vi kun data for Investorprogram). Fire virksomheter har mottatt støtte to ganger fra Innovasjon Norge gjennom satsingen på kulturell og kreativ næring, da først Bedriftsnettverk forprosjekt, og neste gang forlenget Bedriftsnettverk forprosjekt. Utover disse fire har ingen mottatt støtte flere ganger gjennom ordningene i KKN-satsingen.

Det er spesielt SkatteFUNN som brukes av mange bedrifter; dette er en generell, rettighetsbasert ordning hvor det gis skattefratrekk for forsknings- og innovasjonsaktiviteter. Ordningen er enkel å bruke, siden det ikke kreves noen omfattende søknad eller rapportering. Dette funnet er også i samsvar med en kartlegging av kulturell og kreativ nærings bruk av næringsrettede virkemidler fra 2015, hvor dette var den eneste ordningen hvor næringen brukte et næringsrettet virkemiddel i samme omfatning som andre

næringer (Ibenholt mfl., 2015). At relativt mange også har vært innom Siva kan skyldes at det er mange nystartede bedrifter som befinner seg i Sivas målgruppe.

Geografisk fordeling

Når det gjelder den geografiske fordelingen av tilskuddene fra Innovasjon Norge innenfor KKN-satsingen, er det en stor konsentrasjon til Oslo (se figur 4.4). For Innlandet, Viken, Vestfold og Telemark, Sørlandet og Vestlandet er andelen nokså lik mellom KKN-satsingen og Innovasjon Norges øvrige virkemidler, mens det er få eller ingen tilskudd til Trøndelag og Nord-Norge, hvor Innovasjon Norge ellers er relativt sterkt til stede. Konsentrasjonen til Østlandet for KKN-satsingen henger nok i stor grad sammen med lokaliseringsmønsteret for disse næringene som ble beskrevet i kapittel 3.1.

4.2.2 Resultater fra spørreundersøkelsen til bedriftene

Det ble sendt ut et elektronisk spørreskjema til alle aktører som har fått støtte gjennom ordningene for KKN-satsingen i Innovasjon Norge i perioden 2017 til 2020, til sammen 189 virksomheter. Det var 40 virksomheter som svarte på spørreskjemaet, og disse ble senere komplettert med ytterligere 18 intervjuer på telefon, noe som gjør at vi til sammen har en svarprosent på 31. Hvis man imidlertid ser på svarprosent pr. tilskuddsordning, så er den relativt lave totale svarprosenten ikke nødvendigvis et problem. For de to største tilskuddsordningene, bedriftsnettverk og eksportprogrammene, er svarprosenten 55 (17 av 31 mottakere av Bedriftsnettverk, og tolv av 22 deltakere i eksportprogrammene), og for klyngeprogrammet har samtlige tilskuddsmottakere besvart spørreundersøkelsen. For investorprogrammet er svarprosenten 27 og for Bygg Bedrift kun 13. At sistnevnte ordning har en lav svarprosent er ikke uventet, da denne ordningen ble avsluttet i 2018.

Det er en mulig svakhet at lav svarprosent (og små populasjoner) har medført at vi har få enheter i det realiserste utvalget, og få enheter er isolert sett en større svakhet enn lav svarprosent.³⁵ Få enheter innenfor hver av de undersøkte støtteordningene gjør det imidlertid likevel vanskelig å avdekke eventuelle forskjeller mellom ordningene.

Blant de som har besvart spørreundersøkelsen, har den største andelen fått tilskudd til bedriftsnettverk og utgjør 30 prosent av prosjektene som omfattes av undersøkelsen. Programmene Bygg Bedrift³⁶, Ut i verden og Fundraising for StartUps står for ca. 20 prosent hver, mens Klyngeprogrammet og Powered by Culture til sammen har om lag ti prosent av de støttede prosjektene (figur 4.6).

Virksomheter inkludert i tverrfaglige prosjekter og prosjekter innenfor musikk utgjør flest av dem som har fått støtte, henholdsvis 24 prosent og 21 prosent. Der det støttede prosjektet omfatter mer enn én bransje, er det som regel oppgitt enten to eller tre bransjer, men kun unntaksvis flere enn tre bransjer (figur 4.7). At prosjektene i stor grad er bransjeoverskridende, er en naturlig følge av at det i flere av programmene er en forutsetning for tildelingen at prosjektet skal være nærings- og/eller bransjeoverskridende. Dette gjelder for eksempel Bedriftsnettverk og Klyngeprogram.

Kjennskap til ordningene og status for prosjektet
Den viktigste informasjonskanalen for å få kjennskap til disse støtteordningene synes å være gjennom bekjentskaper og direkte kontakt (jungeltelegrafen). Det er hele 40 prosent som sier at de har fått kjennskap til ordningen(e) gjennom kolleger eller bransjeorganisasjoner. Direkte kontakt med Innovasjon Norges kunderådgivere eller bransjekontor er også viktig, og nevnes av 28 prosent. Innovasjon Norges egne nettsider og andre nettsider eller sosiale medier er deretter omtrent like viktige kanaler med rundt 20 prosent hver. Omtale i medier eller andre kanaler er ikke av stor betydning for dem som har svart på spørsmålene (figur 4.8). Materialet er litt lite til å se store forskjeller mellom de ulike programmene, og det er ingen åpenbare forskjeller i viktigheten når det gjelder informasjonskanaler. Det går likevel fram at de fleste er gjort kjent med ordningene gjennom flere kanaler, gjennomsnittlig er det brukt 1,7 kanaler.

Innovasjon Norges ordninger ser framfor alt ut til å bli kjent gjennom direkte kontakter, både i eget bransjenettverk og med Innovasjon Norge. Digitale medier er noe mindre framtrædende her, i motsetning til Kulturrådets ordninger som virksomhetene særlig fanger opp via Kulturrådets hjemmeside eller andre digitale medier.

De fleste prosjektene som inngår i undersøkelsen er allerede avsluttet – det gjelder i alt 63 prosent. For ordningene Bedriftsnettverk og Ut i verden er det imidlertid henholdsvis 60 prosent og 42 prosent av prosjektene som fortsatt pågår (figur 4.9).

Vurdering av søknadsprosess og støtteordning

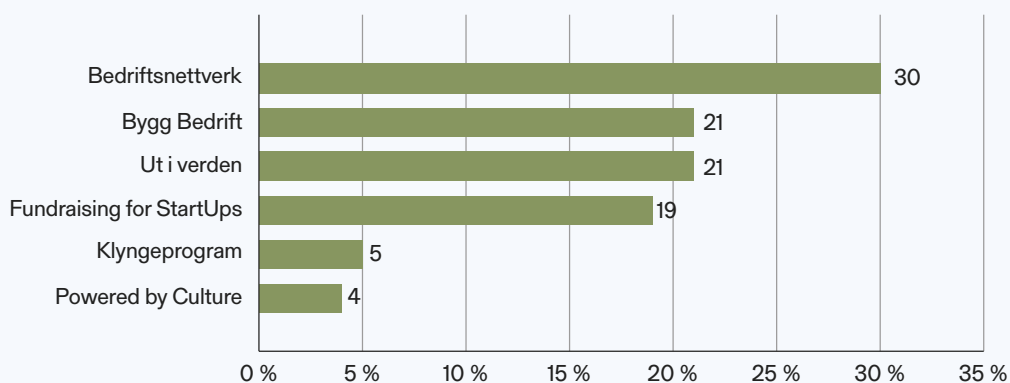
Det er stor enighet om at søknadsprosessen har gått bra, og særlig at kontakten med saksbehandler har vært bra. Det kan være en viktig bidragende årsak til den positive vurderingen av søknadsprosessen. Det er også relativt stor enighet om at søknadsbehandlingen ikke har tatt særlig lang tid. Selve prosessen har også til en viss grad vært nyttig for prosjektutformingen, og i den forbindelse er det jo særlig viktig at det er god kontakt med saksbehandler (figur 4.10).

Vi ba også om en vurdering av hvordan virksomhetens behov har vært imøtekommet gjennom den støtteordningen man har fått tilgang til. De fleste mener at ordningen

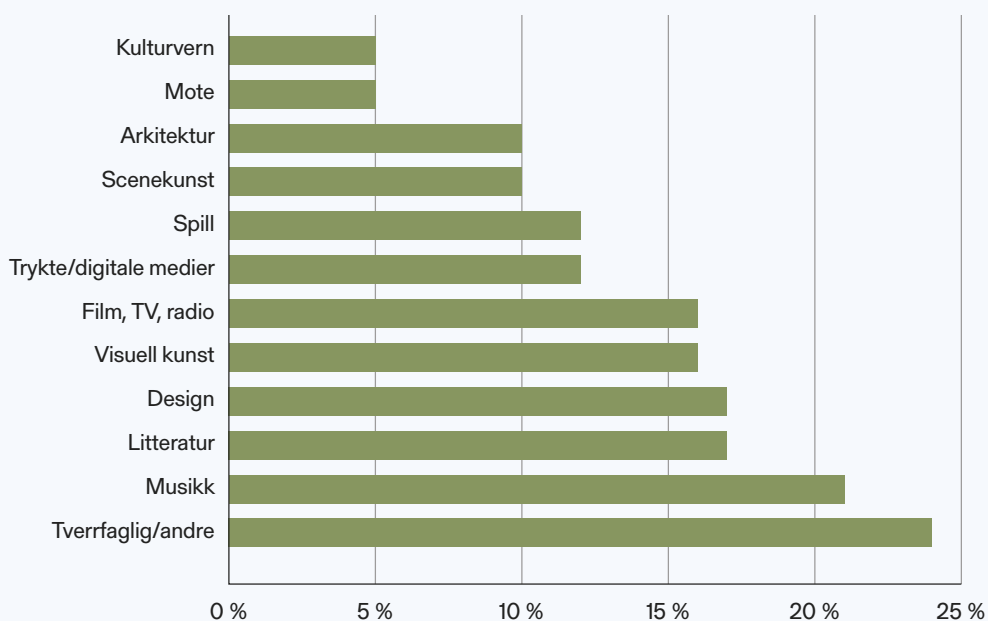
35 Det er dessverre en trend at man i mange undersøkelser nå oppnår lavere svarprosent enn man kunne regne med før uten at det nødvendigvis medfører «dårlige resultater» (Hellevik, 2015 og 2016). Når det er sagt, er det også rimelig å tro at vår svarprosent i denne delen av materialet ble lavere enn forventet, på grunn av at det brukte verktøyet («Nettskjema», UiO) ikke ga full fleksibilitet til å sette opp relevante meldinger i avsender- og emnefelt.

36 Kompetansemidlene som under Innovasjon Norge ble utført i Bygg bedrift-programmet, ble i 2018 overført til Kulturrådet.

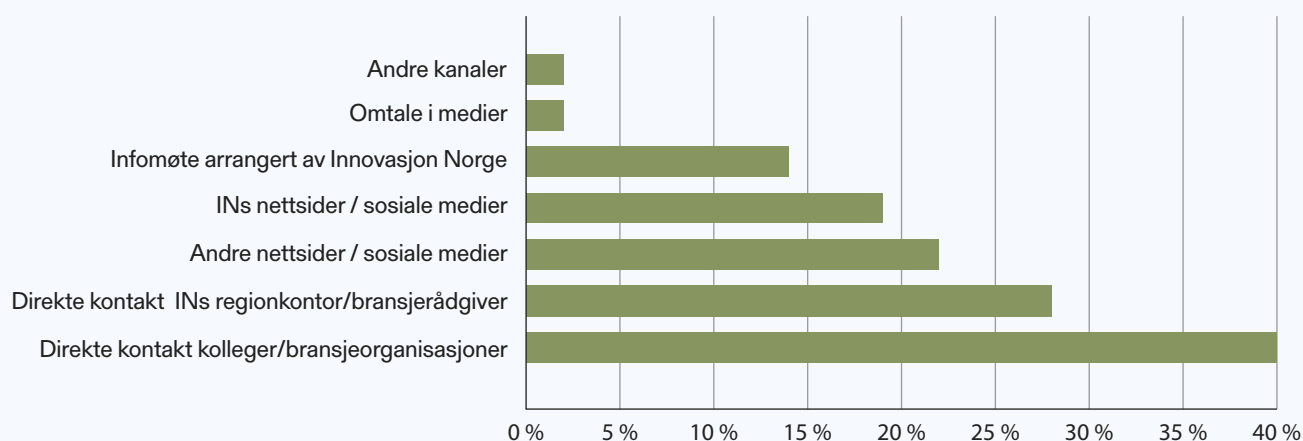
Figur 4.6 Svarfordeling etter støtteordning. Innovasjon Norges KKN-støtteordninger. (n=58)



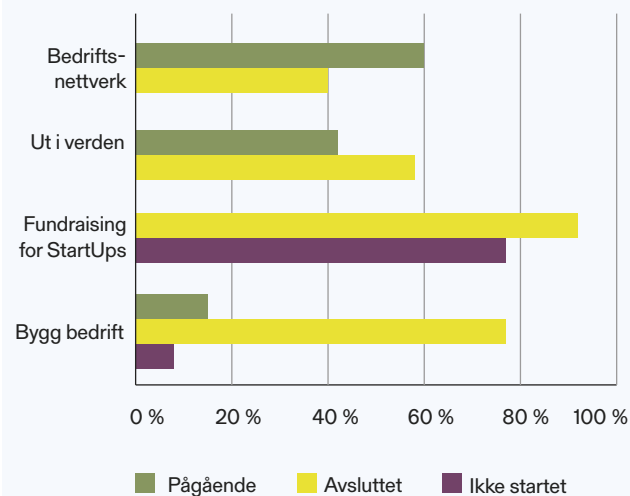
Figur 4.7 Brutto bransjefordeling (inkludert bransjeoverskridende). Innovasjon Norges KKN-støtteordninger.



Figur 4.8 Hvordan man har fått kjennskap til ordningene. Innovasjon Norges KKN-støtteordninger. (n=73)



Figur 4.9 Prosjektstatus etter støtteordning. Innovasjon Norges KKN-støtteordninger. (n=57)



var godt tilpasset virksomhetens behov og egnet til å løse sine utfordringer. Meningene er noe mer delte når det gjelder krav til både hvordan prosjektet skal utformes og rapporteringen. Om lag 60 prosent mener at rapporteringen kan være krevende, mens 40 prosent ikke er enig i dette. Det er likevel ingen av dem som har svart som sier at rapporteringen er lett (figur 4.11).

Det kan synes som en motsetning at ordningen passer bra og er godt egnet til å løse utfordringene, samtidig som kravene til prosjektutforming og hvordan støtten skal brukes er for strenge. Det er ca. 30 prosent som har svart slik. Slik vi tolker materialet, er det et uttrykk for at man mener ordningene i Innovasjon Norge ikke er så godt tilpasset det mangfoldet i driftsformer og uttrykk som finnes i kulturelle og kreative næringer.

Halvparten mener det har vært krevende å gjennomføre prosjektet, og halvparten ikke. Dette er nok til dels et resultat av at koronapandemien har skapt uforutsette problemer og forsinkelser i gjennomføringsplanene, og det er derfor (foreløpig) er uklart i hvilken grad prosjektet kan gjennomføres som planlagt, men utsatt i tid. Man mener imidlertid kun i begrenset grad å ha blitt bedre rustet økonomisk til å klare effektene av koronapandemien.

Det er enighet om at deltakelsen i prosjektet har tilført deltakerne «ny og nyttig kunnskap som vil fremme synlighet og salg», noe som forhåpentligvis vil bidra til bedre økonomi på litt lengre sikt. I materialet gjelder det særlig for ordningene Bedriftsnettverk og Ut i verden. Det er indikasjoner på at det er forskjeller mellom de ulike ordningene, uten at materialet sier noe sikkert om det. Tendensene er imidlertid i tråd med målene for de enkelte ordningene: Bedrifter som har deltatt i ordningene

Bedriftsnettverk og Ut i verden mener i større grad at prosjektene har bidratt til økt synlighet, og at man har utvidet sitt faglige nettverk, og til dels også til økonomisk robusthet. Det samme finner vi ikke hos bedrifter som har deltatt i Fundraising for StartUps eller Bygg bedrift (figur 4.12).

Viktigste effekter så langt ser ut til å ha vært økt kompetanse om bedriftsutvikling og økt innovasjonsaktivitet. Fordelingen av de ulike utsagnene etter «viktighet» er samtidig et resultat av svarfordelingen mellom de ulike ordningene. At for eksempel både investeringsinnsikt og eksportpotensial ikke skårer bedre, har sammenheng med at deltakerne i Ut i verden og Fundraising for StartUps utgjør et mindretall i materialet (figur 4.13).

Addisjonalitet

I underkant av 30 prosent av deltakerne oppgir at tiltaket sannsynligvis ikke ville blitt gjennomført i det hele tatt hvis det ikke hadde vært for støtten fra Innovasjon Norge. Kun 15 prosent oppgir at det neppe ville blitt endringer i verken omfang eller tidsplan uten støtten (figur 4.14).

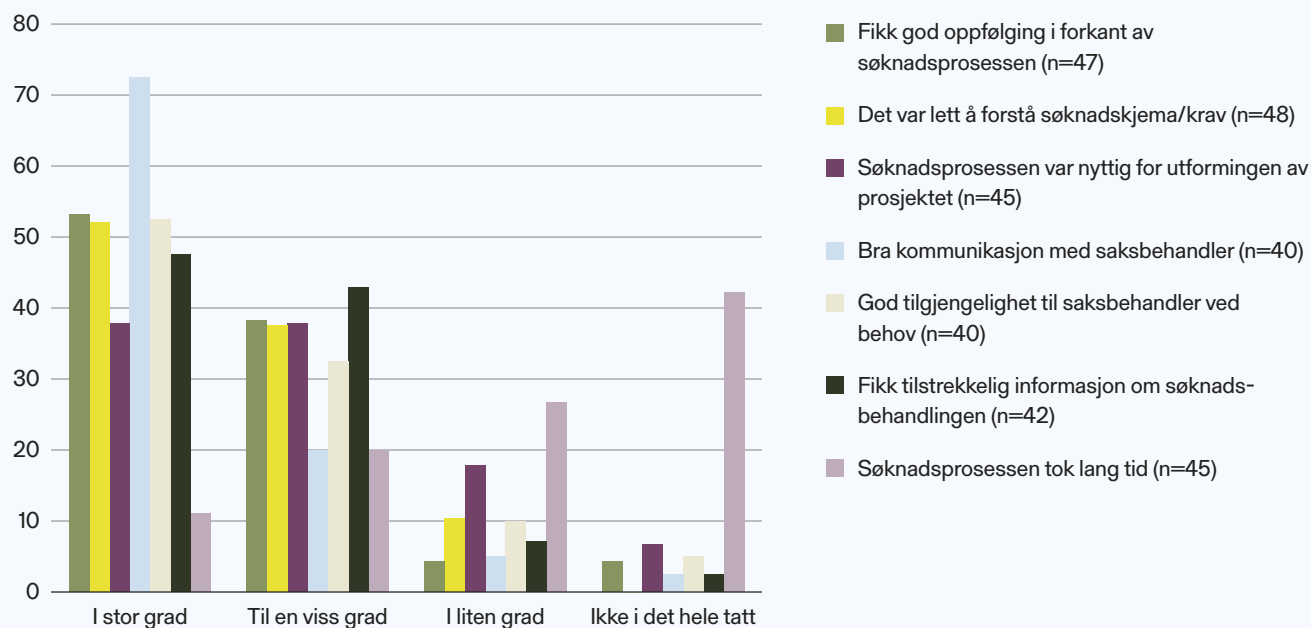
4.2.3 Resultater fra intervjuer med bedriftene

I midtveisevalueringen har vi gjennomført intervjuer med seks virksomheter som har fått tilskudd fra Innovasjon Norge innenfor KKN-satsingen. Tre av virksomhetene har deltatt i eksportprogrammene (en pr. bransje), en har deltatt i et investorprogram og to i bedriftsnettverk (for-prosjekt). Grunnet et relativt lite utvalg av bedrifter må alle svarene fra intervjuene tolkes med forsiktighet.

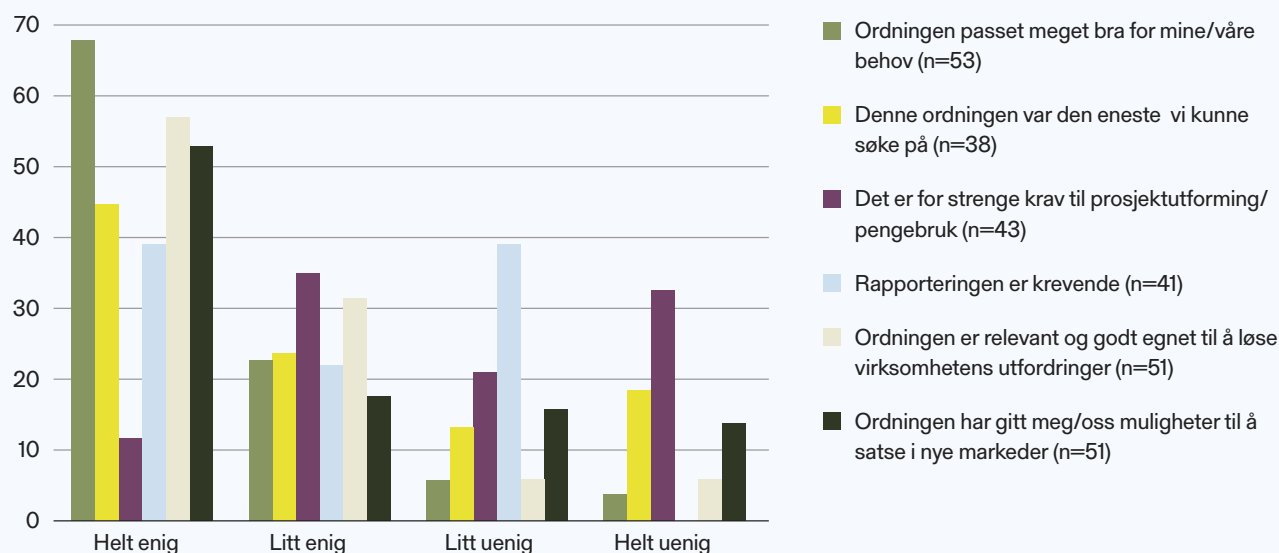
I denne kvalitative vurderingen har vi også tatt med svar på åpne spørsmål i spørreundersøkelsen for å kompletttere svarene fra intervjuer.

Om søknaden: begrunnelse og bedriftenes modenhet
Virksomhetene som har deltatt i eksportprogrammene, har vært på et stadium hvor man enten hadde begynt å etablere kontakter utenlands og/eller var i en oppstarts- eller vekstfase. Det meldes om behov for kompetanse på mer forretningsmessige forhold, blant annet om «hvordan jobbe smartere når man befinner seg i rask vekst». I denne fasen kan små selskaper med begrensede ressurser fort bli noe ustrukturert og miste oversikt. Dette gjelder spesielt finansielle forhold. En av informantene meldte om at støtte til oppfølging av utenlandske kontakter og for å bygge et marked for artister utenfor Norge var veldig godt timet for deres del.

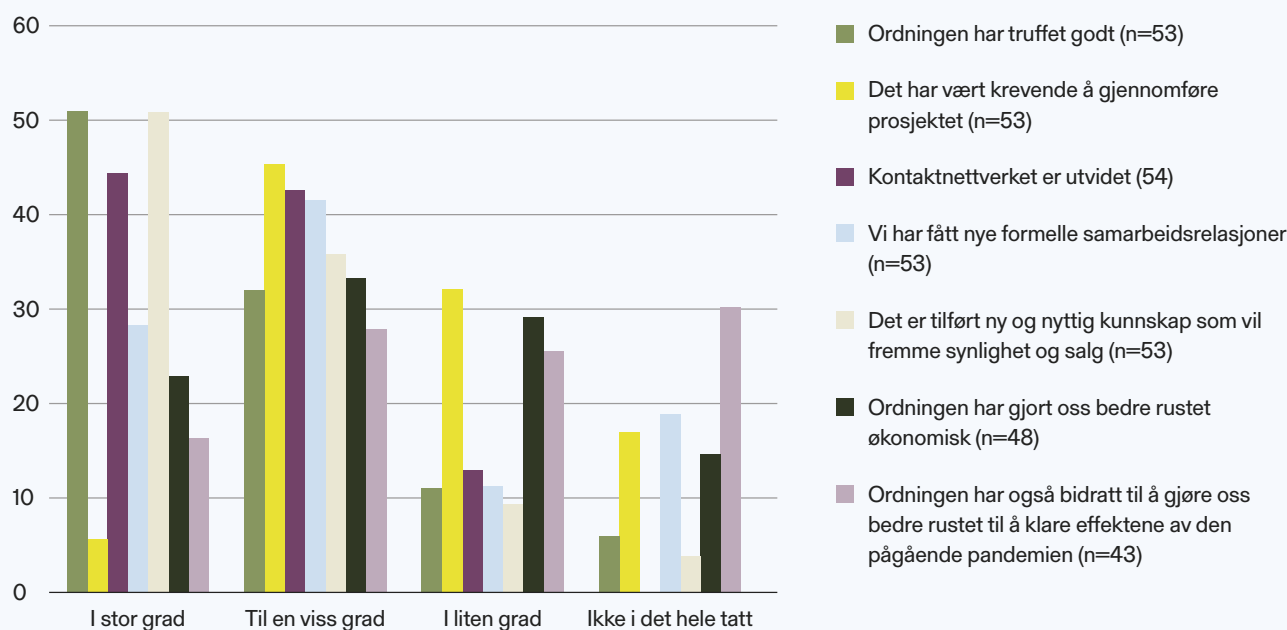
Figur 4.10 Vurdering av søknadsprosessen. Innovasjon Norges KKN-støtteordninger.



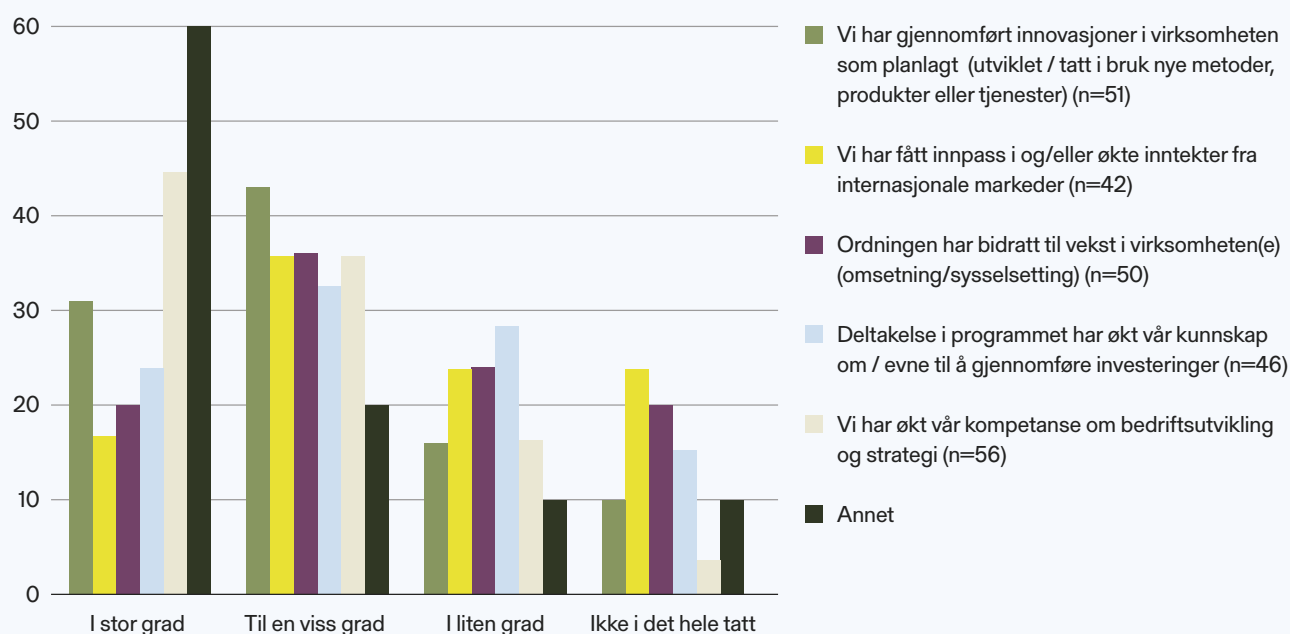
Figur 4.11 Vurdering av ordningen i lys av virksomhetens behov. Innovasjon Norges KKN-støtteordninger.



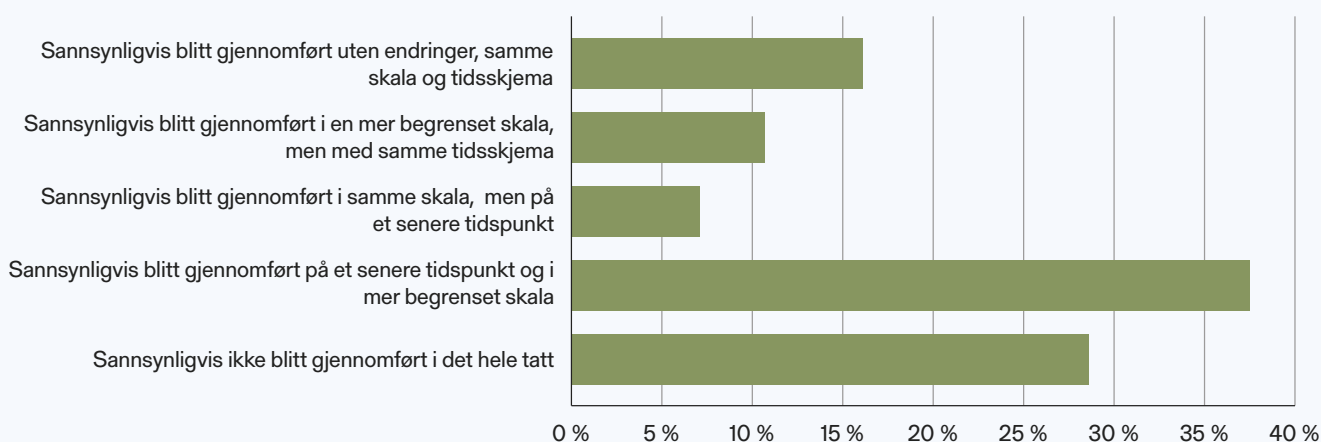
Figur 4.12 Vurdering av gjennomføring og resultater. Innovasjon Norges KKN-støtteordninger.



Figur 4.13 Viktigste effekter av prosjektet. Innovasjon Norges KKN-støtteordninger.



Figur 4.14 Addisjonalitet: Innovasjon Norges KKN-støtteordninger. (n=55)



Også virksomheten som deltok i investorprogrammet melder at programmet kom nesten som bestilt, i en fase hvor bedriften var på vei å etablere seg for alvor i sitt marked.

For bedriftene som har fått tilskudd til bedriftsnettverk var den ene et helt nytt initiativ, hvor man ønsket å kartlegge interessen for å starte et nettverk eller klynge innenfor den berørte bransjen, mens den andre i større grad bygget på allerede eksisterende nettverk.

Litt av vår motivasjon for å gå inn i dette: en bransje som endrer seg fort pga. digitalisering, globalisering. Det taler for at det kan være smart med nettverks- eller klyngestruktur. Vanskelig for små bedrifter å få innflytelse over store globale aktører. Lettere å representeres i en klynge.

Kilde: Spørreundersøkelsen

Et par av virksomhetene har vært i kontakt med Innovasjon Norge tidligere (dvs. før de fikk det tilskuddet vi har spurt om) for å undersøke muligheten for å søke tilskudd, men det er kun en som tidligere har søkt og fått tilskudd (etablerertilskudd).

Hvordan man fant frem til ordningen

Noen har funnet programmet gjennom sosiale medier og noen gjennom kontakter i bransjen. En av virksomhetene forteller at de selv tok kontakt med Innovasjon Norges regionskontor for å forhøre seg om mulighetene for å søke om støtte og i møte med kunderådgiver fikk opplyst om det aktuelle eksportprogrammet som akkurat da var under lansering.

Erfaring med søknadsprosessen, administrasjon av tilskuddet og kontakten med Innovasjon Norge

Alle mener at selve søknadsprosessen og administrasjonen av tilskuddet stort sett har gått greit. Prosessen er som forventet med tydelige krav, som er lette å forholde seg til.

Direktelinje, tett dialog og bra info; Innovasjon Norge har bra hjemmeside.

Kilde: Spørreundersøkelsen

For søknaden til investorprogrammet var det en høyere terskel, med søknad og gjennomføring på engelsk. Søknadsskjemaet på engelsk hadde begreper som ikke er kjent for mange, og ble oppfattet som unødvendig vanskelig. Ifølge vår respondent var det flere som kjente seg litt utrygge på å måtte pitche på engelsk.

En av informantene mente det var litt utfordrende å skulle forholde seg til en lokal saksbehandler i Innovasjon Norge for søknaden m.v., samtidig som programmet ble drevet av Innovasjon Norge sentralt. Vedkommende opplevde at den interne kommunikasjonen i Innovasjon Norge ikke fungerte helt optimalt.

Stort sett meldes det imidlertid om gode erfaringer med å søke støtte fra Innovasjon Norge, og flere mente det var fint med et møte med saksbehandler i forkant. Dette gjør terskelen for å søke lavere og gir bedre søknader med høyere sannsynlighet for å få støtte.

Noen tilbakemeldinger dreier seg om uklare retningslinjer om hva støtten kunne brukes til, for eksempel at den ikke kunne brukes til å betale for egen timebruk, kun til å betale for konsulenter.

BoldBooks

BoldBooks tilbyr en markeds plass med ulike tjenester som gir uavhengige forfattere tilgang på de samme ressursene som tradisjonelle forlag. Tjenesteleverandørene på markeds plassen inkluderer blant annet redaktører, korrekturlesere og coverdesignere. BoldBooks er ikke et forlag, og eier ingen rettigheter til bøker: De er en fasilitator for at kundene kan utgi bøker på eget forlag, og BoldBooks tar 20 prosent av alle økonomiske transaksjoner på deres plattform.

– Selvpublishing har et dårlig rykte, og assosieres med dårlig kvalitet. Vi jobber med å bevisstgjøre rundt at man kan ha høy kvalitet også med selvpublishing, men da må man investere i kvalitet. Vi kvalitetssikrer tjenesteleverandører gjennom blant annet intervjuer, testing og arbeidsprøver, og vet at våre kunder jobber med flinke fagfolk, sier Kristin Over-Rein, daglig leder i BoldBooks.

I 2017 deltok BoldBooks i Innovasjon Norges investorprogram Angel Challenge Creative Industries Edition i 2017 med 19 andre StartUps, og kom til finalen.

– Det var en Idol-aktig konkurranse. Vi lærte blant om hva investorer ser etter når de investerer i StartUps, sier Over-Rein.

I 2017 mottok BoldBooks også 300 000 kroner gjennom Kulturrådets ordning Næringsutvikling. Midlene ble benyttet til å utvikle plattformen innen digital markedsføring av bøker. Prosjektet ble gjennomført i samarbeid med ti forfattere, som fikk sine bøker markedsført gratis, samtidig som de bidro med tilbakemeldinger og ideer. Det ble også gjennomført en spørreundersøkelse. Gjennom prosjektet lærte BoldBooks om målgruppens behov for markedsføring.

– Prosjektet ga oss veldig god innsikt i hva forfatterne ønsker. Resultatet er blant annet en nyopprettet tjeneste på plattformen hvor forfatterne har mulighet til å leie en eller flere timer med en egen markedsrådgiver, som gir råd eller utfører markedsføring for forfatterne, sier Over-Rein.

Fakta om BoldBooks

Ansatte: fem

Stiftet: 2016

Selskapsform: AS

Omsetning i 2019: 2,7 millioner kroner

Deltakerne i eksportprogrammene opplever at det har vært en fleksibilitet både om hva man kunne bruke det egne tilskuddet til og selve gjennomføringen av programmet. Med et program som går over to år, er det selvsagt viktig med en fleksibilitet og mulighet for å justere de aktiviteter som gjennomføres, da forutsetninger og rammevilkår som regel endrer seg i løpet av disse årene. Dette har vært ekstra tydelig i koronapandemien, hvor det har vært helt nødvendig å kunne endre på gjennomføringen.

Gjennomførte eller planlagte aktiviteter

Bortsett fra eksportprogrammet for musikk er de støttede prosjektene avsluttet.

Tilskuddsdelen i eksportprogrammene har bl.a. blitt brukt til:

- oppfølging av konkrete prosjekter utenlands, bl.a. til juridisk bistand og til reiser
- etablering eller redesign av hjemmeside og visuell profilering
- studietur for utenlandske kunder til Norge
- kartlegging av relevante samarbeidspartnere i utvalgte land, inkludert å etablere kontakt med disse.

Eksportprogrammene består også av en felles del, med kompetanseheving og nettverksbygging. Programmet for dette er utviklet av Innovasjon Norge, men har også vært basert på ønsker fra deltakerne om hva man ville ha mer

kunnskap om, for eksempel knyttet til jus, avtaler, nettverk, salgs- og presentasjonsteknikk m.v. Deltakerne har også kunnet velge mellom noen ulike typer av fellesaktiviteter. Tilbakemeldingen fra deltakerne er at akkurat det var bra, dvs. at man hadde mulighet for å selv velge hvilken type kompetanse man ønsket å videreutvikle.

De tre som har deltatt i eksportprogrammene, melder at nettverket som etableres har vært svært nyttig, og en god arena for dialog om felles saker og for å dele erfaringer.

Felles seminarer oppfattes stort sett som nyttig og vellykket, men for de tilfellene hvor det er en blandet målgruppe (som i Musikk ut i verden), oppleves dette ikke nødvendigvis som helt hensiktsmessig. Da blir det fort noen seminarer som ikke treffer helt. Samtidig ville en større tilpasning til de enkelte deltakerne være mer ressurskrevende, og det er jo også en risiko at man mister noe av det som er hensikten med de felles samlingene, dvs. nettverksbyggingen.

Resultater så langt

I eksportprogrammene har fokus vært på utlandet, men deltakerne melder at det også har gitt fordeler som kan brukes i Norge. For eksempel at man har blitt kjent med utenlandsk ekspertise som også kan benyttes i norske prosjekter. Noen melder at man opererer mer spisset mot utlandet og er bedre rustet for en utenlandssatsing. Eksempler på resultater og nytte kan handle om juridiske spørsmål ved eksport, avtaler m.v., etablering av lokale samarbeidspartnere og økt kjennskap til lokale forhold.

Nytten som bedriftene som har deltatt i eksportprogrammene har hatt, er knyttet spesielt til tre forhold:

- 1) nytten av det konkrete egne prosjektet som ble delfinansiert gjennom tilskuddet
- 2) kompetansebygging hvor spesielt presentasjons- og salgsteknikk trekkes frem, og godt organiserte studieturer som ga faglig påfyll
- 3) nettverket i bransjen, hvor deltakerne møttes «på likefot», i et faglig fellesskap og nettverk. Utfordringen er å holde på nettverket etter avsluttet program. Også om man har hatt ambisjoner om det, så ser det ikke ut til å skje i en formalisert form, men deltakerne har framfor alt kontakt med enkelte av de andre deltakerne, men ikke nødvendigvis med gruppen «som gruppe».

Det å få støtte og delta på et program (eksport eller investor) kan også i seg selv brukes til en form for markedsføring. Det at man har gjort seg «fortjent» av tilskudd

og kommet langt i et investorprogram kan gjøre at man enklere kan få med eksterne finansører, for eksempel lån i en privat bank og nye samarbeidspartnere og/eller kunder.

For bedriftsnettverk er nytten av prosjektet for eksempel økt bevissthet om nødvendigheten av å tenke større og arbeide sammen, og man oppgir å ha klart å etablere et engasjement i bransjen knyttet til samarbeid. Midlene fra Innovasjon Norge har selvsagt også vært viktige for å etablere nettverket. Dette er et ressurskrevende arbeid, men gjennom tilskuddet fra Innovasjon Norge fikk et av nettverkene også med andre sponsorer, slik at man samlet sett fikk tilstrekkelig finansiering.

Ville man ha gjennomført prosjektet også uten støtte
Inntrykket er at de prosjekter som er delfinansiert gjennom eksportprogrammene, mest sannsynlig ikke ville ha blitt gjennomført uten støtten. I vanlig drift må de fleste av disse bedriftene, som regel små bedrifter, prioritere innteksbringende arbeid hvor man ikke tar seg tid til kompetansebygging knyttet til bedriftsutvikling: «vi har kunnet prioritere egen utvikling og kjøpe inn tjenester fra konsulenter – støtten gjorde det mulig å prioritere denne type arbeid» (kilde: intervju).

Samtidig er det noen som gir uttrykk for at man ville ha gjort en del av det man har fått tilskudd til uansett, men sannsynligvis i en mindre skala og med lengre tidshorisont.

Suksessfaktorer eller utfordringer som har betydning for resultatene

I intervjuene nevnes bl.a. eksportprogrammenes kombinasjon av kapital og kompetanse, som en viktig suksessfaktor som har muliggjort en profesjonalisering av egen virksomhet. Innovasjon Norges oppdragsrapport for 2019 nevner også kombinasjonen av kompetanse og tilskudd som avgjørende for å gi bedriftene rom til å prioritere innovasjon, samt mulighet til å fokusere på kompetanseoverføring innad i egen bedrift. Oppdragsrapporten peker også på at programperioden (to år) gjør det mulig å etablere tillit mellom deltakerne og at dette er en avgjørende faktor: «Deltagende bedrifter har vist både evne og vilje til å dele relevant forretningskompetanse og konkrete råd med hverandre, noe som har ført til økt samarbeid og gode resultater» (Innovasjon Norge, 2020). Samtidig er det noen av deltakerne i eksportprogrammene som er litt kritiske til at nettverkene består av deltakere som har forskjellige, eller til og med motstridende, interesser, hvilket kan ha betydning for hvor stort utbytte man faktisk har av nettverket.

Et moment som trekkes fram av det ene nettverk-sprosjektet er at egen bransje er veldig heterogen, og at bedriftene dermed har ulike behov og befinner seg på ulike nivåer. Det er selvsagt en utfordring når man skal prøve å etablere noe felles. Videre trekkes rammen for forprosjektet opp som en utfordring, og at den burde ha vært større.

Om støtten har bidratt til at man har klart koronapandemien bedre

Det er selvsagt vanskelig å svare på betydningen av deltakelsen i et program har hatt for å komme seg gjennom koronapandemien. Dette henger delvis sammen med hvor lenge det er siden programmet ble avsluttet, og om kompetansen om bedriftsutvikling vedvarer over tid. For eksportprogrammet Litteratur ut i verden, som ble avsluttet i 2020, og hvor man relativt nylig møtte mange av de utenlandske potensielle samarbeidsaktørene, kan programmet ha gjort det enklere å holde på denne kontakten gjennom digitale medier. I evalueringen av Norge som gjesteland på bokmessen i Frankfurt 2019 var dette er viktig funn, dvs. at det at agenter og andre aktører i 2019 fysisk møtte mange utenlandske aktører (på selve bokmessen eller på aktiviteter i tilknytting til denne) sannsynligvis har vært en fordel under koronapandemien. Det har vært lettere å etablere en digital kontakt når man nylig har møtt hverandre fysisk (Samfunnsøkonomisk analyse, 2020a). Deltageren i Litteratur ut i verden gir også uttrykk for at dette kan ha vært tilfelle.

En del av tilskuddsmottakerne har brukt støtten til å utvikle digitale presentasjoner m.v., som også har vært svært nyttige for markedsføring under koronapandemien.

Koronapandemien har betydd vesentlig lavere aktivitet for noen av virksomhetene, og dermed en større mulighet, og kanskje også nødvendighet, for å tenke bedriftsutvikling. Dette henger jo ikke automatisk sammen med tilskudd fra Innovasjon Norge, men de som nå deltar i eksportprogrammet, har faktisk hatt større mulighet til å benytte mer tid på programmet.

Korona har gitt en mulighet for å bygge et selskap uten å måtte forklare hva man gjør hele tiden.

Kilde: Spørreundersøkelsen

Videreføring av prosjektet og tilskuddet

Det er få som oppgir at man har helt konkrete planer for videreføring eller annen oppfølging av det prosjektet man fikk støtte til eller den kompetansen man opparbeidet. Med unntak av én respondent er det heller ikke noen som har søkt om andre tilskudd gjennom Innovasjon

Norge, men to av våre respondenter har fått tilskudd til Næringsutvikling fra Kulturrådet etter støtten fra Innovasjon Norge. En av respondentene har etter at det aktuelle prosjektet var avsluttet fått både et innovasjonslån og kommersialiseringstilskudd fra Innovasjon Norge.

Et par av de vi har intervjuet oppgir imidlertid at man har brukt den kompetansen og de verktøy som man utviklet i programmet for å videreutvikle mer avanserte verktøy. En mer systematisk tilnærming til bedriftsutvikling er også noe man tar med seg videre.

Deltakeren i Musikk ut i verden mener at det har vært vesentlig at programmet har blitt utvidet i tid, bl.a. for å få mulighet til de reiser som er en del av programmet. I et eksportrettet program som Ut i verden er reiser for å møte både potensielle kunder og samarbeidspartnere veldig viktig, og denne type kontakt kan være vanskelig å etablere på digitale medier, ref. omtalen av koronapandemien over.

Det ene bedriftsnettverket håper at man på sikt kan kvalifisere til å søke om klyngetilskudd og/eller Arena-status.

Vi er veldig fornøyde. Vi vet at det er muligheter til å søke om midler til videreutvikling av prosjektet fordi dette bare var et forprosjekt. Men vi venter til etter koronaen.

Kilde: Spørreundersøkelsen

Andre momenter knyttet til den støtte man har fått Som nevnt over er noen bransjer så heterogene at et felles eksportprogram for bransjen ikke nødvendigvis er hensiktsmessig. For bokbransjen og arkitektur ser ikke dette ut til å ha vært et problem, her har deltakerne hatt samme «plass» i verdikjeden, også om det selvsagt her også har vært forskjeller i modenhet og størrelse på selskapene. For musikk er det imidlertid trukket frem at det er stor forskjell på manager og musikkforlag – som i noen tilfeller kan hemme utbyttet av seminarer m.v. Her er det mindre ønskelig med «one size fits all».

Hvorvidt prosjektet svarer til de forventninger man hadde når man søkte

De to virksomhetene som har vært med på de to avsluttede eksportprogrammene, mener begge at man fikk igjen det man forventet – og en del til. Deltakelsen har betydd at man har klart å ta et skritt videre i profesjonaliseringen av virksomheten. Blant svarene fra spørreundersøkelsen finner man bl.a. at noen deltakere hadde relativt lave

forventninger, men at man ble positivt overrasket over kvaliteten på ordningen, og at det var en løsningsorientert og dialogbasert oppfølging. Her trekkes også selve nettverket frem som spesielt positivt.

Begge bedriftene som har deltatt i bedriftsnettverk, oppgir at prosjektet har svart til de forventninger man har hatt. Men man må dermed ikke underslå at denne type etableringer er kompliserte og tar tid.

Deltakelse i investorprogrammet gir også en god del nyttig kompetanse, men hvis man ikke vinner, så er det på en måte begrenset hva man får ut – og da er det sannsynligvis også vanskelig å si at deltakelsen har svart til de forventninger man hadde. Svarene fra spørreundersøkelsen tyder på at programmet leverte etter forventningene knyttet til det å lære om hva investorer ser etter og det å presentere sin idé og virksomhet. Men det er en klar skuffelse knyttet til muligheten for å faktisk få investorer til å fatte interesse og investere i virksomheten. Noe som ifølge noen skyldes svært lav risikovilje blant norske investormiljøer, og følgelig ikke er knyttet til gjennomføringen av programmet.

Hvorvidt prosjektet svarer til de utfordringer egen bransje har

For arkitekturbransjen er de største utfordringene ikke nødvendigvis knyttet til manglende bedriftskompetanse, her ligger utfordringene heller i arkitektenes rolle i verdikjeden hvor mange opplever dels tøff konkurranse fra andre fagfelt og lav betalingsvilje for arkitektonisk kvalitet, se bl.a. Ibenholt (2019). Arkitektur er dermed vesensforskjellig fra andre bransjer i KKN. Dette er en kommersiell og konjunkturutsatt bransje hvor man jobber med komplekse prosjekter over lang tid, og hvor arkitekten som regel kun er en del av verdikjeden ved hele byggeprosessen. Samtidig er muligheten for å søke om støtte til bedriftsutvikling og profesjonalisering av driften selvsagt kjærkomment. Alt annet likt kan en anta at en mer profesjonell bedrift, med mer kompetanse om bedriftsutvikling, i større grad er rustet til å møte de utfordringer som bransjen har.

På avslutningskonferansen for Arkitektur ut i verden ble det tatt opp av flere at man hadde støtt på utfordringer i internasjonaliseringen, knyttet til kulturforskjeller og regulatoriske og markedsmessige forhold (Ibenholt, 2019). Vårt intervju med deltakere i Arkitektur ut i verden bekrefter dette til dels, i hvert fall at det prosjektet man opprinnelig hadde med i søknaden ikke utviklet seg som ønsket, og at man dermed måtte «vri» på gjennomføringen. Det er all grunn til å tro at eksport av arkitekturtjenester er

vesensforskjellig fra å eksportere en bok eller musikk. En erfaring fra programmet er også at man kan eksportere arkitekturen, men at selve byggeprosessen i større grad må gjennomføres lokalt, hvilket betyr at arkitekten har mindre kontroll over det ferdige produktet/bygningen.

Når det gjelder Litteratur ut i verden, så har det sannsynligvis vært viktig for å styrke og profesjonalisere den norske agentbransjen, og for etablere en samarbeidsarena for disse. Noen agenturer er medlemmer av Den norske forleggerforeningens eksportutvalg, men mange – spesielt de mindre agenturene – er ikke organisert i en bransjeforening. Et nettverk som det som ble etablert i Litteratur ut i verden kan dermed ha en viktigere funksjon, forutsatt at det kan videreutvikles og kanskje også inkludere de få agenturer som ikke var en del av Litteratur ut i verden. Norsk agenturbransje er svært liten, hvis man ser på søknader til NORLA på de programmer som er direkte rettet mot de litterære agenturene, er det kun tolv selskaper som har søkt om støtte i 2019 og 2020, og to av disse har kun søkt én gang. Det betyr at bransjen kun består av drøyt ti virksomheter, og det kan da eventuelt føles litt «urettferdig» at syv av disse fikk bli med i Litteratur ut i verden, også om alle var invitert til å delta i konkurransen og det selvsagt ikke var noe mål om at alle skulle få være med.

Det er også rettet viss kritikk mot at eksportprogrammene (spesielt Litteratur ut i verden) har vært altfor rettet mot etablerte aktører, og i liten grad har evnet å ta inn innovative aktører. Målet for eksportprogrammet har imidlertid ikke vært å fremme innovasjon, men å fremme norske aktørers satsing i utlandet. For Litteratur ut i verden var det spesifikt å beholde norske rettigheter på norske hender, slik at norske forfattere ikke velger utenlandske agenturer.

Hvordan ordningen kan bli bedre

Den generelle tilbakemeldingen er at eksportprogrammene har fungert godt, men det er allikevel noen forbedringspunkter/utfordringer:

Det pekes på at spissingen mot en bransje har både fordeler og ulemper. Fordelene er knyttet til det «faglige» fellesskapet mellom deltakerne, og at det sannsynligvis er enklere å skreddersy et program tilpasset den aktuelle bransjen. Ulempene er dels knyttet til en for snever definisjon av bransjen i noen tilfeller: Litteratur ut i verden omfattet kun agenturer, men kunne også ha vært interessant for startup virksomheter med innovative forretningsmodeller. Og motsatt for bransjer med større mangfold av aktører: Musikk ut i verden burde kanskje ha vært mer spisset mot et segment i musikkbransjen.

Når det gjelder investorprogrammene trekkes det frem at det er viktig med erfarne investorer, som kanskje heller har erfaring med flere forskjellige bransjer enn akkurat kulturell og kreativ næring. Respondentene spør også om ikke Innovasjon Norge burde se på muligheten for å hente inn denne type kompetanse fra utlandet. Noen ønsker også å få litt mer veiledning fra Innovasjon Norge etter at man har fått tilskudd. Sistnevnte gjelder spesielt bedriftsnettverk, og et ønske om tips til oppstart av og hvordan man kan jobbe i nettverk.

Vi skulle gjerne hatt midler til å ta det ett steg videre. Et flerårig program der det gis støtte over flere år for å kunne jobbe med over flere år. At det var en fortsettelse, ikke bare en starthjelp. Eventuelt lån, men med lavere rente. Vi kunne fått en business person fra en annen bransje, som har lyktes med eksport, som man kunne vært en sparringspartner for kulturbedrifter eller som man kunne hatt med i bedriftens styre. Som kan være sparringspartner over tid.

Kilde: Spørreundersøkelsen

Ikke uventet er det noen som trekker frem at tilskuddsbeløpet er for lite, og at man hadde kunnet levere et bedre resultat med mer midler. Videre er kravet om egen finansiering med penger, og ikke bare egen arbeidsinnsats, krevende for mange av bedriftene:

Egenfinansieringskrav (kontanter – ikke arbeidsinnsats) for små aktører (ENK og 1–3 ansatte i AS) innen kulturell og kreativ næring i bedriftsnettverk og klyngeprosjekt må senkes for at bedriftene skal kunne makte å delta. De er åpenbart interessert, og koblingene til internasjonale partnere ligger klare. Åpenbart et stort potensial også i en pandemi etter som mange av bedriftene produserer og distribuerer digitalt allerede.

Kilde: Spørreundersøkelsen

Det nevnes også at Innovasjon Norge bør se mer på oppbyggingen og strukturen i kulturell og kreativ næring. Her er det mange små bedrifter med andre drivkrefter enn mange av bedriftene i de tradisjonelle næringene i Innovasjon Norge. Bransjene og behovene er annerledes, hvor økonomi og vekst ikke nødvendigvis er viktige «drivere».

Når vi begynte med prosessen for to år siden, var spesielt de mindre organisasjonene skeptiske til Innovasjon Norge, «er ikke for oss, for mye business og corporate». Folk i kulturell og kreativ næring har ikke noen anknytning til Innovasjon Norge. Følelser og selvrealisering er viktig for individene.

Generelt sett burde Innovasjon Norges ordninger være litt mer åpne og ikke så veldig ferdigspikret og definert. Mange har ulike behov, men man må ofte styre dette inn i de rammer og båser som er satt av Innovasjon Norge. Ikke alltid de passer; spesielt er kreative næringer nok bygget opp med større variasjon enn tradisjonell næring.

Kilde: Intervju

Vi har ikke intervjuet noen som har deltatt i Bygg Bedrift i regi av Innovasjon Norge³⁷ men i spørreundersøkelsen svarer deltakere at de hadde ønsket en lenger, tettere og bedre mentorordning i tilknytning til programmet og en mulighet til å delta på et tilsvarende program etter noen år – for å friske opp kompetansen og for å lære enda mer («så rekker det å synke inn litt mer»).

4.3 Måloppnåelse: Innovasjon Norge

Målene for KKN-satsingen i Innovasjon Norge er å øke norske bedrifters og investorers investering i kulturelle og kreative produkter og tjenester, rettigheter og talenter, samt utvikle vekstkraftige virksomheter som omsetter kulturelt og kreativt innhold nasjonalt og internasjonalt. Tiltakene som Innovasjon Norge iverksetter skal bidra til økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester, økt kunnskap om kultur som næring og flere vekstkraftige bedrifter innen kulturell og kreativ næring.

For å måle hvorvidt Innovasjon Norge når disse målene har vi brutt dem ned til et antall indikatorer, basert på informasjon om de bedrifter som har fått tilskudd og annen dokumentasjon fra Innovasjon Norge. Det er allikevel flere av målene som det ikke er mulig for oss å vurdere, for eksempel investorers investeringer i kulturelle og kreative produkter og tjenester.

Når det gjelder hva man har gitt tilskudd til, ser vi av tabell 4.4 at tilskuddsbeløpet som gis til gründere, dvs.

37 Blant intervjuerne til mottakere av tilskudd fra Kulturrådet var det et selskap som hadde deltatt på Bygg Bedrift i 2017, men med en annen person enn den som vi intervjuet.

» **Tabell 4.4** Indikatorer over tilskuddene fra Innovasjon Norge

Indikator	2017	2018	2019	2020
Antall unike bedrifter som har fått tilskudd	39	21	32	-
Antall unike bedrifter som har fått lån	21	26	24	a)
Antall nettverk og klynger som har fått tilskudd	12	11b)	15	-
Antall bedrifter som har deltatt i investorprogram	20	-	9	12
Antall bedrifter som har deltatt i kompetanseprogram	63	30	-	-
Totalt bevilget beløp som tilskudd, mill. kr	9,1	9,8	10,7	-
Totale tilskudd til gründere (andel av totalt tilskudd)	2,1 mill. kr (23 %)	1,7 mill. kr (17 %)	5,9 mill. kr (55 %)	-
Gjennomsnittlig beløp pr. tilskudd	479 000	466 500	465 200	-

Note: Informasjonen i tabellen er hentet fra data fra Innovasjon Norge over de spesifikke støttemottakerne/deltakerne i KKN-satsingen, med unntak for unike lånemottakere, hvor det er gjort åpent søk på næringskodene etter vår definisjon (vedlegg 1) på Samspillsdatabasen. Ordningen Bygg bedrift inngår ikke i tabellen. Antallet unike bedrifter i oversikten fra Innovasjon Norge er til sammen 100, inkludert deltakere i Investorprogrammet i 2020 (til og med 2019 er det 88 unike mottakere, hvorav fire har mottatt tilskudd to ganger). Gründere er bedrifter som er yngre enn 3 år.

a) Tall for 2020 mangler.

b) Fire virksomheter som fikk støtte til bedriftsnettverk forprosjekt i 2017, fikk forlenget prosjektet i 2018.

Kilde: Innovasjon Norge og Samspillsdatabasen/Samfunnsøkonomisk Analyse AS

» **Tabell 4.5** Oversikt over indikatorer for tiltakene

Indikator	
Antall søknader og tilsagn	Innovasjon Norge fører ikke oversikt over antall søknader pr. bedrift. Gjennom individuell veiledning er hensikten å få så få søknader som mulig som ikke går gjennom. Det er noen få av de vi har intervjuet som oppgir at de har søkt tidligere og fått avslag, men de aller fleste som har vært i kontakt med Innovasjon Norge før de fikk det aktuelle tilskuddet, kom da ikke så langt at de søkte.
	Innovasjon Norge har dermed en høy tilslagsprosent.
Andel nye tilskuddsmottakere	For 2017 nådde Innovasjon Norge gjennom KKN-satsingen åtte bedrifter som tidligere ikke har benyttet noen av de virkemidler som er registrert i Samspillsdatabasen (dvs. næringsrettede virkemidler) siden år 2000, i 2018 nådde man elleve nye bedrifter, og i 2019 16. Som andel av alle unike støttemottakere utgjør de nye 21, 52 og 50 prosent for disse årene.
	Det er tydelig at Innovasjon Norge over tid har klart å nå ut til en ny målgruppe.
Geografisk fordeling: søknader, tilskudd og beløp pr. region	Til forskjell fra Innovasjon Norges geografiske profil generelt er det stor konsentrasjon av tilskudd til Oslo-regionen. Dette henger sammen med at KKN-næringen i stor grad er konsentrert i dette området.
	For Innlandet, Viken, Vestfold og Telemark, Sørlandet og Vestlandet er andelen nokså lik mellom KKN-satsingen og Innovasjon Norges øvrige virkemidler.
	Det er gitt få tilskudd innenfor KKN-satsingen til Trøndelag og Nord-Norge, hvor Innovasjon Norge ellers er relativt sterkt til stede.
Bransjemessig fordeling	Innovasjon Norge har støttemottakere i alle de kulturelle og kreative bransjene med unntak av drift av biblioteker og museer. Det er en overvekt av støttemottakere innenfor design, men ellers er fordelingen mellom bransjer nokså lik – men selvsagt med store variasjoner mellom de ulike ordningene. Innenfor bedriftsnettverk er det en relativt stor andel utøvende og kunstnerisk virksomhet.

bedrifter som er tre år eller yngre, har økt fra 2017 til 2019, noe som må sies å være i tråd med målene (i 2020 ble det ikke bevilget noen tilskudd gjennom satsingen). Andelen av tilskuddene til gründere har økt fra 23 prosent i 2017 til hele 61 prosent i 2019. Antallet bedrifter, uansett alder, som får tilskudd har imidlertid ikke økt, hvilket sannsynligvis henger sammen med at rammene for de enkelte ordningene har vært nokså konstante. Dette viser seg også i at gjennomsnittlig beløp pr. tilskudd er nokså konstant over tid.

Det er utfordrende å måle i hvilken grad man har oppnådd målet om vekstkraftige bedrifter, både fordi det har gått relativt kort tid fra tilskudd ble gitt, og fordi regnskapsdata kun finnes fram til og med 2019 (dvs. at det for de som fikk støtte første året, 2017, kun finnes to år med regnskapsdata etter det). Av de bedrifter som vi har regnskapsdata for (96 stk.), er det kun seks som ikke har regnskapsdata for 2019, dvs. at det er sannsynlig at bedriften er lagt ned. Det betyr at nærmere 94 prosent av bedriftene som har fått støtte har overlevd til og med 2019.

5 Kulturrådet

Kulturrådet har som formål å stimulere samtidens mangfoldige kunst- og kulturuttrykk og å bidra til at kunst og kultur skapes, bevares, dokumenteres og gjøres tilgjengelig for flest mulig. Kulturrådet gir tilskudd til kunst og kultur over hele landet, driver utviklingsarbeid og er pådriver for nye kunst- og kulturprosjekter samt rådgiver for staten i kulturspørsmål. Organisasjonen er underlagt Kulturdepartementet og forvalter Norsk kulturfond, Statens kunstnerstipend, Fond for lyd og bilde, og andre statlige støtteordninger til kulturformål. Kulturrådet er den viktigste finansieringskilden for det frie kunstfeltet. I 2019 tildelte Kulturrådet drøye 1,6 milliarder kroner i de forskjellige støtteordningene man forvalter, hvorav 24,8 millioner kroner gikk til kulturell og kreativ næring (Kulturrådet, 2020).

5.1 Kulturrådets oppdrag og ordninger i KKN-satsingen

Kulturrådets oppdrag i forbindelse med KKN-satsingen ble i tildelingsbrevet fra Kulturdepartementet for 2017 formulert slik:

Norsk kulturråd får i oppdrag å etablere kontoret Kreativt Norge utenfor Oslo med mål om å styrke enkeltkunstnernes muligheter for økte inntekter og legge til rette for mindre virksomheter som utgjør støtteapparatet rundt utøvende og skapende virksomhet regionalt.

Kreativt Norge skal tilby rådgivning og virkemidler som bidrar til at norsk kunst og kultur oppnår økte inntekter basert på kunstnerisk virksomhet. Tiltak skal knyttes opp mot enkeltkunstneres egeninntekter, markedsarbeid tilknyttet kunstproduksjoner og tiltak som skal bidra til å forsterke støtteapparatet rundt kunstnere og de regionale miljøene utenfor det etablerte institusjonsfeltet. Målgruppen for tiltakene er kunstnere og mindre virksomheter som jobber med formidling og salg av kulturelle uttrykk, samt regionale kompetansemiljøer som støtter opp om disse. Formålet er at økt forretningskompetanse, entreprenørskap og nytenkning vil bedre kunstnerøkonomien og at flere kan livnære seg av kunstnerisk virksomhet. For å sikre en helhetlig og målrettet kunstnerpolitikk skal virkemidlene ses i sammenheng.

I 2018 ble oppdraget utvidet:

Satsingen på kulturell og kreativ næring trappes opp i 2018 med et utvidet oppdrag til Norsk kulturråd som også retter seg til kulturinstitusjonene og inkluderer kulturarv. Den økte bevilgningen skal bl.a. nyttes til kunnskapsutvikling, kompetanseprogram og møteplasser.

Bevilgningen til Norsk kulturråd er for dette formål økt med 12 mill. kroner, jf. kap. 320, post 01. Bevilgningen på kap. 325, post 71 videreføres, jf. tildelingsbrevet for 2017.

For 2019 videreføres bevilgningene fra 2017 og 2018, men

som en konsekvens av utvidelsen av satsingen mot institusjonsfeltet overføres 5 mill. kroner fra kap. 320, post 01 til kap. 325, post 71 til etablering av ny tilskuddsordning under Kulturrådets fagadministrasjon.

Den nye tilskuddsordningen skal være rettet mot etablerte kulturinstitusjoner til testing av nye metoder/modeller med vekt på digitale markeder. For 2020 ble de tre ordningene videreført.

Kulturdepartementets tildelingsbrev til Kulturrådet er mindre detaljerte enn oppdragsbrevene til Innovasjon Norge. Det betyr at Kulturrådet har større frihet til selv å disponere hvordan denne delen av midlene brukes. Dette gjelder for eksempel den økte bevilgningen av såkalte 01-midler i 2018, dvs. tolv millioner kroner. Det er dermed ikke sikkert at hele beløpet brukes på tiltak eller ordninger innenfor KKN-satsingen, og de kan i tillegg disponeres over flere år.

5.1.1 Kulturrådets ordninger i KKN-satsingen

Innenfor KKN-satsingen forvaltet Kulturrådet i 2017 17,5 millioner kroner for tilskudd med mål om å bidra til vekst, verdiskaping og arbeidsplasser via økt investering i og omsetning av kunst- og kulturprodukter, pluss at man fikk midler til å etablere kontoret i Trondheim. For 2018 var tilsvarende sum 18,4 millioner kroner. For 2019 og 2020 ble satsingen utvidet til også å omfatte utviklingsprosjekter for kulturinstitusjoner, og rammen for de to årene var

henholdsvis 24,9 og 25,3 millioner kroner. I tillegg bruker Kulturrådet midler fra kap. 320 post 01 til kompetansehe- vende tiltak m.v. Kulturrådets totale støtte til kulturell og kreativ næring fordeles på seks tiltak, se tabell 5.1. Grun- net at noen av tildelingene kun er rammer som strekker seg over flere år, har vi ikke valgt å summere bevilgnin- gene pr. år.

Innsatslogikk

Kulturrådets tiltak og ordninger innenfor KKN-satsingen skal bidra til at kunstnere og mindre virksomheter får økte inntekter basert på kunstnerisk virksomhet. Hovedgrep er å styrke bransjeorganisasjoner og profesjonalisere støt- teapparatet. Kulturrådet har også ordninger som støtter etablerte kulturinstitusjoner.

» Tabell 5.1 Tiltak innenfor Kulturrådets oppdrag, rammer i tildelingsbrev og beskrivelse.

Tiltak	2017	2018	2019	2020
Næringsutvikling	7,4 mill. kr	8,3 mill. kr	8,8 mill. kr	8,9 mill. kr
Tilskudd som har som formål å styrke det profesjonelle apparatet rundt utøvende aktører i det frie feltet, og bidra til at kunstproduksjoner får et større marked eller bredere publikum. Støtte gis til tiltak som bidrar til økt publikumsoppslutning om kunstproduksjoner, gjennom for eksempel økt distribusjon, markedsføring eller formidling (støttefunksjoner). Ordningen gir tilskudd på inntil 400 000 kroner, og kan som hovedregel kun gis én gang. Målgruppen er kunstnere i samarbeid med mindre virksomheter i mellomleddet mellom kunstner og marked, for eksempel agenter, managere, gallerister, produsenter, arrangører og liknende.				
Regional bransjeutvikling	10,1 mill. kr	10,15 mill. kr	11 mill. kr	11,4 mill. kr
Formålet er å utvikle bransjestrukturer og profesjonalisere verdikjeden i region og bransje. Støtte gis til bransjebyggende tiltak, kompetanseheving, videreføring av kompetanse fra én region til en annen m.m. Tilskuddene skal fordeles likt i fem regioner (Nord-, Midt-, Vest-, Sør- og Øst-Norge). Målgruppen er etablerte regionale kompetansesentre og andre bransjebyggende aktører med større nedslagsfelt i en eller flere regioner.				
Kompetanseprogrammet Ovasjon		1	2,1 mill. kr	2,1 mill. kr
Dette er et utviklingsprogram for kunstnere og mindre virksomheter innen kulturell og kreativ næring, med det formål å videreutvikle bedrifter i mer bærekraftig og profesjonalisert retning gjennom å bygge og utvikle forretnings- og entreprenørskapskompetanse hos deltakerne. Målgruppen er bedrifter innen produksjon, distribusjon, markedsføring eller formidling av kunstneriske og kulturelle uttrykk innen kulturvern, musikk, design, mote, scenekunst, film, spill, visuell kunst, arkitektur og litteratur. Programmet består av fysiske fagsamlinger, en digital arbeidsplattform, e-læring og veiledning, samt tilbud om mentor i ti måneder.				
Kuraterte møteplasser			0,3 mill. kr ¹	
Dette er en pilot for det visuelle kunstfeltet som ble etablert våren 2019. Formålet er å legge til rette for dialog, diskusjon, samarbeid og kreativ problemløsning på problemstillinger som aktørene typisk møter i sitt felt. Ordningen vil videreføres til andre felt dersom formatet anses som nyttig for deltagerne. Tiltaket består i organisering av møteplasser i fem byer våren 2019 for til sammen 80 spesielt inviterte deltagere.				
Utviklingsprogram for kulturinstitusjoner		-	5 mill. kr	5 mill. kr
Ordningen retter seg mot etablerte kulturinstitusjoner og prosjekter som tester nye metoder med vekt på det digitale markedet, for markedsføring, effektivisering av inntektsmodeller og tilrettelegging av informasjon til publikum. Institusjoner som mottar tilskudd, blir en del av et nettverk hvor erfaringer skal deles underveis og etter prosjektperioden.				
Etablering av kontor	7 mill. kr			

1 Beløp i ramme er kontraktsfestede beløp for de to ordningene Ovasjon og Kuraterte møteplasser. Tildelingsbrevene fra Kulturdepartementet omtaler ikke rammen for disse.

» Figur 5.1 Innsatslogikk for Kulturrådets arbeid med kreative næringer.



Det overordnede målet er å bidra til at flere skal kunne leve av sin kunstneriske virksomhet, hvilket skal realiseres gjennom økt forretningskompetanse samt økt entreprenørskap. Her nevnes også resultater som økt kompetanse, bedre tjenester fra støttefunksjoner og næringslivsutvikling gjennom bedre distribusjon, markedsføring m.v.

Dette skal nås gjennom hovedsakelig tre innsatsområder: tre tilskuddsordninger til henholdsvis distribusjon, formidling, markedsføring og bedriftsutvikling rettet mot kunstnere og mindre bedrifter, til utvikling av regionale kompetansemiljøer som kan støtte kunstnere og mindre bedrifter og til kulturinstitusjoner for utvikling av digitale løsninger; et kompetanseprogram som retter seg mot kunstnere og mindre kulturbedrifter, samt kuraterte møteplasser (i første omgang for det visuelle kunstfeltet).

5.1.2 Gjennomføring av KKN-satsingen i 2019 og 2020

I 2019 og 2020 har de to tilskuddsordningene Næringsutvikling og Regional bransjeutvikling blitt videreført uten endringer. Kulturrådet melder om en økt interesse for disse tilskuddsordningene, og da spesielt for Næringsutvikling. I 2019 kom det inn 127 søknader med et omsøkt beløp på 46 millioner kr, men med bare 28 tildelinger på totalt 8,8 millioner kr blir tilslagsprosenten 19 prosent. Kulturrådet oppgir å ha jobbet aktivt ut mot bransjer som spill og design, dvs. bransjer som ikke omfattes av

Kulturrådets andre ordninger, og man har fått et godt nivå på søknader fra disse bransjene. I 2019 var det 79 søknader til Regional bransjeutvikling på totalt 60 millioner kr, og her ble det gitt tilsagn til 26 søkere og elleve millioner kroner, hvilket gir en tilslagsprosent på 18 prosent. I 2020 kom det totalt inn 201 søknader på disse ordningene, hvorav 147 til næringsutvikling og 54 til regional bransjeutvikling, og av disse fikk hhv. 29 og 26 bevilget tilskudd. Samlet søknadsbeløp for begge ordningene var 99,1 millioner kroner, hvorav 62 millioner kroner på næringsutvikling og 37 millioner kroner på regional bransjeutvikling. Bevilget beløp var hhv. 8,9 og elleve millioner kroner. Det gir en tildelingsprosent basert på søkt og tildelt tilskuddssum på 14 prosent for næringsutvikling og 31 prosent for regional bransjeutvikling. Ifølge Kulturrådet viser søknadene til Næringsutvikling at alle kunstuttrykk ser muligheter innen teknologi. Søknadene omfatter for eksempel prosjekter innen digitalisering, nye distribusjons- og formidlingsløsninger, nye lanseringsplattformer, app-er og nettbutikker.

I tillegg til disse to tilskuddsordningene fikk Kulturrådet tolv millioner kroner i 2018 til ulike kompetanseprogram og tiltak rettet mot mindre kulturbedrifter og etablerte kulturinstitusjoner.

Den utvidede rammen i 2018 er bl.a. brukt til å utvikle et kompetanseprogram, dvs. det oppdraget som ble overført fra Innovasjon Norge samme år. Programmet har fått navnet Ovasjon, og det er inngått en avtale med Entreprenørby (tidligere Lean Business) om gjennomføring av

Tabanka Dance Ensemble

Tabanka Dance Ensemble er et profesjonelt dansekompani som trekker på estetikk og bevegelsestradisjoner fra Afrika og Karibia for å lage samtidsaktuell dansekunst. Til vanlig har de rundt 15 aktive medlemmer. Tabanka har over mange år bygget et stort publikum, og har blant annet fullfinansiert tre forestillinger på Operaen selv.

I 2018 fikk Tabanka 200 000 kroner gjennom Kulturrådets ordning Næringsutvikling til å gjennomføre en studie for å øke kunnskap om økonomien for dansere/ensembler på sitt felt, og for å videreutvikle egen virksomhet. Som et ledd i kartleggingen gjennomførte de en stor publikumsundersøkelse.

– Vi fant blant annet at forestillinger som markedsføres som «kunstnerisk» heller enn «flerkulturelt» gir høyere betalingsvillighet, sier Thomas Talawa Prestø, kunstnerisk leder ved Tabanka.

Tabanka har gjort flere grep som følge av den nye kunnskapen om feltet og egen virksomhet. Blant annet har de laget ulike pakker som tilbys ved forespørsler fra kunder, heller enn å måtte lage et skreddersydd opplegg hver gang. De har også laget helt nytt materiell, som filmer av opptredener, som både trygger potensielt nye kunder ved at de kan få en smakebit av forestillinger, og kan selges som de er for eksempel til pauseinnslag i digitale møter.

– Ved å gjennomgå tidligere år har vi redusert kostnader med nesten 30 prosent ved at vi nå kan være mer i forkant og planlegge bedre. Vi har blitt mer profesjonelle på bedriftsstyringen, sier Talawa Prestø.

Fakta om Tabanka Dance Ensemble
Medlemmer: 15 (før koronapandemien)
Stiftet: 2007
Selskapsform: Forening

dette innenfor en ramme på 4,6 millioner kroner for to år (2019 og 2020). Hvert kurs består av to fagseminarer, hvor deltakerne lærer å utvikle forretningsideen og forretningsmodellen og hvordan man kan involvere kundene og publikum i sitt arbeid. I 2019 ble det gjennomført ni samlinger rundt i hele Norge, hvor 98 personer fordelt på 87 bedrifter deltok. 50 av deltakerne har fått videre rådgivning/mentoring etter gjennomført program. For 2020 var det planlagt elleve fysiske samlinger, men noen av disse har måttet bli gjennomført digitalt pga. koronapandemien. Den digitale gjennomføringen har også gitt økt mulighet for deltakelse og økt fleksibilitet ned tanke på gruppesammensetning. Gjennom de elleve programmene i 2020 deltok 131 deltakere fra 120 bedrifter, hvorav 85–90 deltakere støttes av mentor eller deltar aktivt i en lengre oppfølgingsyklus. Ovasjon videreføres i 2021.

Videre ble den utvidede rammen i 2019 brukt til å arrangere kuraterte møteplasser, som i 2019 ble gjennomført i fem større byer.

I 2019 etablerte Kulturrådet et eget program for etablerte kulturinstitusjoner, hvor de kan søke om midler til utvikling av (digitale) verktøy, metoder og modeller for markedsføring, effektivisering og tilrettelegging. Programmet hadde en ramme på fem millioner kroner i 2019, og Kulturrådet fikk inn 36 søknader, hvorav tolv fikk tilskudd. De finansierte prosjektene i 2019 omfatter 66 samarbeidende institusjoner/aktører. I 2020 fikk man inn 34 søknader, og 14 av disse fikk bevilget tilskudd. Etablerte kulturinstitusjoner er definert som institusjoner som har helårsdrift og fast ansatte, og de skal i tillegg være programmerende, produserende og formidlende. Det er først og fremst museer som har fått tilskudd, men også større utstillingsvirksomheter og noen festivaler/festspill som har aktiviteter gjennom hele året. Kulturrådet oppgir at man hadde en tett dialog med aktørene i utviklingen av programmet, for eksempel Norsk teater-sentrum, Virke og Spekter.

I 2019 etablerte Kulturrådet et 3-årig utviklingsprosjekt, Kulturøkonomi, som skal levere et kunnskaps- og erfaringsgrunnlag om arbeidet med salg, distribusjon og formidling i kunst- og kultursektoren og følge opp Kulturrådets arbeid med kulturell og kreativ næring. Det overordnede målet med prosjektet er å styrke verdikjedene i hele kulturøkonomien, bidra til at kunst- og kulturuttrykkene når et større marked og et bredere publikum, utvikle apparatet rundt utøvende og skapende kunstnere og øke kunnskapen om kulturell og kreativ næring. Prosjektet er etablert basert på en erkjennelse av nødvendigheten av få bedre kjennskap til de verdikjeder som de kunstnere, institusjoner og andre

aktører som tilskuddsordningene retter seg mot er en del av. Verdikjedene er forskjellige i de ulike kunstfeltene, hvilket har betydning for utforming av virkemidler som skal bidra til profesjonalisering av og innovasjon i formidling, distribusjon og salg i hvert enkelt kunstfelt. I tillegg til å levere faktagrunnlag gjennomføres det også prøveprosjekter med aktører i kunst- og kultursektoren for å gi dem mulighet til å utvikle inntektsmodeller, forretningsmodeller eller forretningsområder. Formålet med disse prøveprosjektene er å utvikle aktørenes arbeid med salg, distribusjon og formidling av kunst og kultur, for derigjennom å styrke deres inntektsgrunnlag. I 2020 ble det gitt tilskudd til fem aktører innenfor visuell kunst, som hver har fått 250 000 kroner for å utvikle metoder og modeller for synliggjøring og markedsføring av visuell kunst.

5.1.3 Administrasjon og organisering i Kulturrådet

Arbeidet med KKN-satsingen har vært plassert forskjellige steder i Kulturrådets organisasjon. Opprinnelig var arbeidet plassert i Seksjon for kreativ næring i Kulturavdelingen, som ble etablert samtidig med satsingen. I 2019 ble Seksjon for kreativ næring slått sammen med Seksjon for sekretariatene, som arbeider med Fond for lyd og bilde og Statens Kunstnerstipend. Den nye seksjonen ble kalt Seksjon for kunstnerøkonomi, ble plassert i Kunstavdelingen, og omfattet et større fagmiljø (og har med det gått fra tre til 16 ansatte i seksjonen pr. dags dato). Som følge av omorganisering av Kulturrådet i 2020 er Seksjon for kunstnerøkonomi og kreativ næring en del av nyopprettet avdeling «Innovasjon og partnerskap», fra 01.01.2021. Gjennom disse organisatoriske endringene har de som arbeider med satsingen fått en sterkere rolle som kompetanseaktør. Seksjonen inkluderer også de som arbeider med prosjektet Kulturøkonomi, og gjennom denne endringen har det blitt en tettere kobling mellom forvaltningen av tilskuddsordningene og dette prosjektet. Med denne organiseringen håper man å styrke arbeidet med kulturell og kreativ næring internt i Kulturrådet.

Seksjonen er saksbehandler for de tre tilskuddsordningene (Næringsutvikling, Regional Bransjeutvikling og Utviklingsprogram for kulturinstitusjoner). Innstillingene fra fagadministrasjonen orienteres til Kulturrådets

ledergruppe, og vedtak fattes av Kulturrådets direktør. Vurderingene gjøres med bistand fra de ulike kunstseksjonene i Kulturrådet, og det kan også innhentes ekspertvurderinger fra aktørene i NAA-nettverket.

I tillegg til forvaltning av tilskuddsordningene arbeider seksjonen mye med formidling. Eksempler på dette arbeidet i 2019 inkluderer etablering av en rådgivningskalender for de store byene, 200 en-til-en samtaler, og deltakelse på fag- og bransjearenaer.

Seksjonen har jevnlig dialogmøter med Kulturdepartementet og Innovasjon Norge, se omtale av dette i kapittel 4.1.3. Når det gjelder grenseflatene mot NAA-ene, har man en stor kontaktflate med noen, mens det kan være mer ad hoc for andre (for eksempel NORLA i forbindelse med Frankfurt 2019).

5.1.4 Kulturrådets erfaringer så langt

Seksjon for kreativ næring brukte i oppstarten en del tid på intern koordinering og forankring. Den opprinnelige ideen om et eget nasjonalt kontor ble «lagt på is» etter endring i den politiske ledelse i departementet. Med denne endringen, og de endringer som er gjort i Kulturrådets organisasjon i 2020, passer arbeidet også bedre inn i den øvrige organisasjonen i Kulturrådet.

Man arbeider mot ti bransjer (eller «felt» som Kulturrådet benytter som betegnelse),³⁸ som man har brukt mye ressurser på å øke kunnskapen om. Man har brukt søknadene om støtte systematisk for å lære om feltet, både for å bygge opp egen kompetanse om bransjene og for å videreutvikle og forbedre ordningene.

Seksjonen har arbeidet strategisk mot enkelte felt, de første årene spesielt mot visuell kunst og senere mot felt som tidligere ikke har vært en del av Kulturrådets primære målgruppe, som film, spill, mote, arkitektur og design. Dette har gitt seg utslag i form av flere søknader.

Gjennom arbeidet og ikke minst møter med bransjene opplever man at har klart å påvirke sjargongen i næringen, og at de kan se en tydelig endring i «mind set» i bransjene, med et økt fokus på næring. Dette har også blitt ytterligere aktualisert gjennom koronapandemien. Diskusjonen om man virkelig er næringsvirksomhet er ikke like stor nå, det er mer selvsagt at mye av dette faktisk er næringsvirksomhet.

38 Dette er visuell kunst, musikk, scenekunst, litteratur, kulturarv, film, arkitektur, design, mote og dataspill. Sammenlignet med Innovasjon Norges satsing på KKN er Kulturrådet mer rettet mot utøvende aktører.

Kulturrådet selv oppfatter at ordningene er godt mottatt, noe man tror delvis kan skyldes en ny generasjon hvor entreprenørskapet i næringen er mer akseptert. De yngre søkerne er vokst opp med digitalisering, arbeid mot publikum og et opplevelsesstyrt samfunn, og har følgelig et bevisst forhold til dette. Mange av disse tenker internasjonalt helt fra starten. Fra en tredjedel av alle søknader i 2018 utgjør internasjonalisering og eksport en betydelig del for cirka 60 prosent av prosjektene i 2020.

Når det gjelder den nye ordningen Utviklingstilskudd til kulturinstitusjoner, føler Kulturrådet at man treffer feltet, samtidig som museumsfeltet i dag er overrepresentert blant tilskuddsmottakerne, med 14 av totalt 26 tilskudd. Museumssektoren kjenner allerede Kulturrådet godt, og har dermed muligens en lavere terskel for å søke enn andre kulturinstitusjoner. Kulturrådet får inn mange interessante søknader, spesielt om digital formidling. Men de ser også at det er nødvendig med et økt fokus på hva tilskuddet skal føre til, og man har også bedt om spesifisering av dette i søknadene i 2020 for å tvinge frem refleksjon hos de søkende. Ifølge Kulturrådet trenger kulturinstitusjonene å lære å tenke næringsutvikling.

Kulturrådet har også en rolle som kunnskapsutvikler, og for kulturell og kreativ næring er det Kulturøkonomiprojektet som skal sikre utvikling av relevant kunnskap. Prosjektet har relativt frie rammer, og har en mulighet for å utforske metode. Prosjektet er godt forankret i ledelsen, og dermed har man hatt tilstrekkelig med midler til å gjøre en skikkelig innsats. Siden oppstarten i 2019

har man frem til juli 2020 bl.a. bestilt åtte analyser fra eksterne konsulenter, testet et kompetanseprogram om økt publikumsmangfold i kulturlivet, gjennomført tre egne arrangementer og deltatt på tre arrangementer arrangert av andre aktører. I 2020 har imidlertid mer av ressursene i prosjektet gått med til oppfølging av koronapandemien, og man har ansvar for de koronaundersøkelser som Kulturrådet har fått gjennomført (i alt åtte rapporter).

Ifølge Kulturrådets årsrapport for 2019 utfyller tilskuddsordningene Næringsutvikling og Regional bransjeutvikling hverandre, og de treffer de forskjellige bransjene og kunstnerne på en god måte. De peker også på at tilskuddsordningene gir en mulighet for å søke om tilskudd til aktiviteter som ikke er direkte knyttet til et kunstprosjekt, hvilket er et krav i alle andre tilskuddsordninger som Kulturrådet forvalter. Men man ser også at det er et forbedringspotensial for å kunne stimulere kunstnerøkonomien bedre, for eksempel gjennom å kunne tilby tilskudd til etablering for nye bedrifter i deler av verdikjeden. Et mulig virkemiddel kan være å etablere en lånegarantiordning, for eksempel etter samme modell som det svenske Kreatørlånet, og hvor lånene er av mindre størrelse enn det som Innovasjon Norge tilbyr.

Kulturrådet ser også et behov for å utvikle faglige nettverk og etablere tettere samarbeid med fylkeskommunene, Sametinget og de største byene som kan bidra til å bygge gode bransjestrukturer for kunst og kultur. Et samarbeid med fylkeskommunene er spesielt viktig når disse tar over forvaltningen av Regional bransjeutvikling.

» Tabell 5.2 Søknader og tildelinger i de to tilskuddsordningene i Kulturrådet.

Tilskuddsordning		2017		2018		2019		2020	
		Søkt	Bevilget	Søkt	Bevilget	Søkt	Bevilget	Søkt	Bevilget
Næringsutvikling	Antall	159	30	169	30	129	28	147	29
	Mill. kr	66,6	7,4	64,9	8,2	46,6	8,8	61,8	8,9
Regional bransjeutvikling	Antall	79	32	64	27	79	26	54	26
	Mill. kr	65	10,1	42,5	10,2	60,1	11	37,3	11,4
Utviklingsprogram	Antall					36	12	34	14
	Mill. kr					18,3	5	12,3	4,9
SUM	Antall	238	62	233	57	244	66	235	69
	Mill. kr	131,5	17,5	107,4	18,4	124,9	24,8	111,5	25,2

Kilde: Kulturrådet

5.2 Tilskuddsmottakere gjennom Kulturrådets KKN-satsing

5.2.1 Beskrivelse av bedriftene som har fått støtte

Det totale antallet søknader og omsøkt beløp har ligget ganske stabilt over perioden 2017–2020, til tross for at en ny ordning var på plass fra og med 2019 (vi ser en svak økning fra 2018 til 2019). Men i og med introduksjonen av utviklingsmidler til kulturinstitusjoner var det en litt større økning i antall innvilgede søknader og bevilget beløp fra 2018 til 2019.

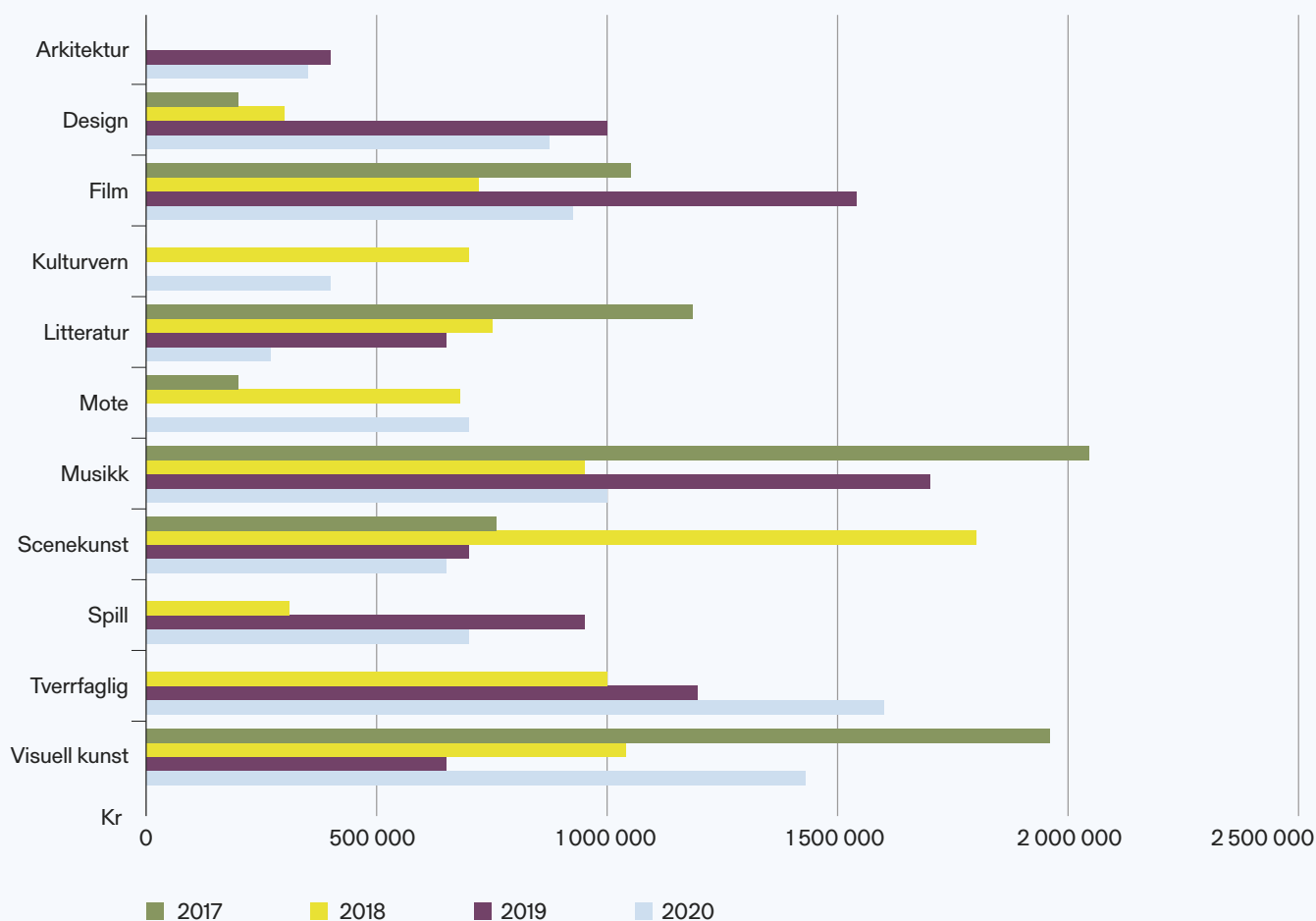
Bransjefordeling

Tilskuddsordningen Næringsutvikling har i perioden truffet bredt med hensyn til de ulike bransjene innen kulturell og kreativ næring, se figur 5.2. De første årene var ordningen dominert av utøvende bransjer (spesielt visuell kunst og musikk), men de siste årene har det vært en økning i de mer kommersielle bransjene, og en sterk vekst i spill og design, i hvert fall fra 2018 til 2019. Hvis man ser på totale tildelninger i hele perioden, er det allikevel musikk og visuell kunst som har fått de største beløpene, med hhv. 17 og 15 prosent av den totale tildelingen på 33,3 millioner kroner.

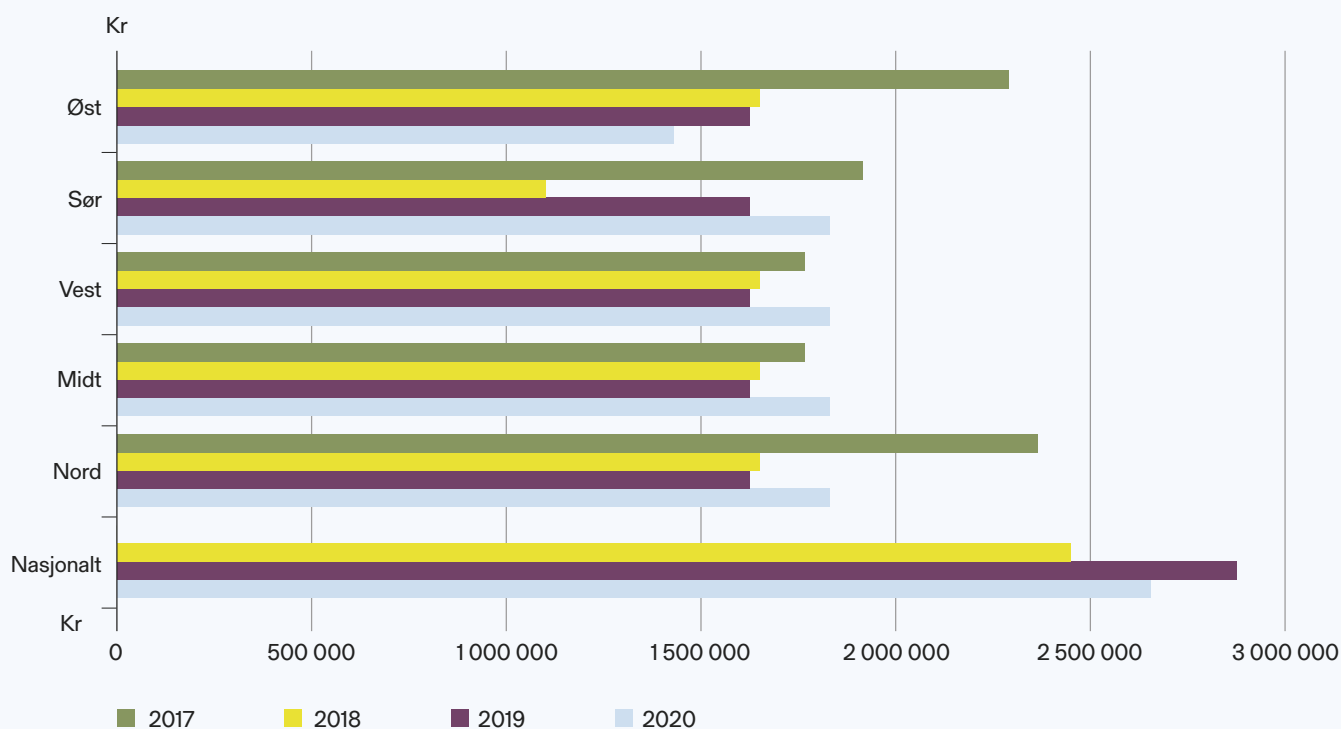
Bransjefordelingen, etter Kulturrådets inndeling, for Regional bransjeutvikling er i stor grad lik den for Næringsutvikling, med unntak av at andelen tverrfaglige

» Figur 5.2 Bevilgninger innenfor næringsutviklingsordningen i årene 2017–2020, fordelt etter bransje, kroner.

Note: Bransje er basert den inndeling som Kulturrådet bruker, og som avviker noe fra den bransjeinndeling etter næringskode som er brukt i kapittel 3.
Kilde: Kulturrådet



Figur 5.3 Bevilgninger innenfor Regional bransjeutviklingsordningen i årene 2017–2020, fordelt etter region, i 1000 kroner.
Kilde: Kulturrådet



prosjekter er mer enn dobbelt så høy, 24 prosent. Dette er som forventet, gitt at ordningen oppfordrer til samarbeid på tvers av bransjer.

Geografisk fordeling

Det er spesielt for Regional bransjeutvikling at det er interessant å se på den geografiske fordelingen av tilskuddene, ettersom midlene her skal fordeles likt mellom Nord-, Midt-, Vest-, Sør- og Øst-Norge.³⁹

Noen av prosjektene har et nasjonalt fokus og fordeles i Kulturrådets oversikter likt over alle regioner. Vi har imidlertid valgt å skille ut dem i figur 5.3, da det er interessant å ha oversikt over hvor mye av bevilgningene som går til nasjonale prosjekter. Som vist i figur 5.3 har det over tid, dvs. perioden 2017–2020, vært en nokså lik fordeling mellom disse regionene, men med noen variasjoner for hvert år. For eksempel var Nord og Øst litt overrepresentert i 2017; dette kan imidlertid skyldes at de to nasjonale prosjektene det året ble fordelt etter søkers adresse og ikke nasjonalt.

Innad i hver region er det imidlertid relativt store forskjeller i tildelninger mellom fylkene, med en stor overvekt av tilskudd til mottakere med adresse i Oslo i Øst og Trøndelag i Midt. Dette kan både skyldes at det er flere aktuelle søkere i disse fylkene (som vist i kapittel 3) og at mange av søkerne har adresse her også om de kan ha virksomhet også andre steder i regionen. Kulturrådet rapporterer ikke tildelinger på fylkesnivå, ettersom målet deres ikke er knyttet til dette nivået, men det er allikevel nyttig å ha med dette, da ordningen i 2021 blir flyttet over til fylkene. Møre og Romsdal er det fylke som har fått minst midler fra Regional bransjeutvikling, fulgt av Vestfold og Telemark og Nordland. Dette skyldes delvis få søknader fra aktører i disse fylkene.

Figur 5.4 viser den geografiske fordelingen for alle tre ordningene til Kulturrådet, etter de samme regioner som Regional bransjeutvikling er delt inn etter. I tolkingen av dette er det viktig å være klar over at målgruppene for de tre ordningene er ulike, og at det kun er en av dem som har geografi som et kriterium. Det er allikevel interessant å se at Næringsutvikling og Utviklingsprogrammet har

39 Øst: Oslo, Viken, Innlandet. Nord: Troms og Finnmark, Nordland. Midt: Trøndelag, Møre og Romsdal. Vest: Vestland, Rogaland. Sør: Agder, Vestfold og Telemark.

» Figur 5.4 Geografisk fordeling av mottakere av Kulturrådets tilskudd til kulturell og kreativ næring (2017–2020).
Kilde: Kulturrådet



en relativt lik geografisk profil, men samtidig er det viktig å være klar over at region Øst inkluderer Oslo, Viken og Innlandet, og det er relativt store forskjeller i fordelingen mellom disse tre fylkene i de to ordningene. Næringsutvikling har en mye sterkere vekt mot Oslo, mens Innlandet har en høyere andel av tilskuddene i Utviklingsprogrammet. Som vist over er Regional bransjeutvikling nesten helt likt fordelt mellom de fem regionene.

Tilskuddsmottakernes bruk av andre virkemidler

Hvis vi ser på støttemottakernes øvrige bruk av næringsrettede virkemidler, dvs. sammenstiller mottakerne med data i Samspillsdatabasen, finner vi at av de totalt 112 mottakerne er det hele 72 virksomheter som ikke har fått støtte gjennom noen andre næringsrettede ordninger (som er registrert i Samspillsdatabasen). Det betyr at 65 prosent av mottakerne er «nye» for Kulturrådets KKN-satsing, hvilket er et tydelig tegn på at man her har klart å nå nye virksomheter. Elleve virksomheter har benyttet seg av støtteordninger/rådgivning fra en annen aktør tidligere, og ytterligere syv virksomheter har benyttet seg av to

støtteordninger. Dette er typisk ulike former for etablererstøtte enten fra Innovasjon Norge eller fylkeskommunen.

Utvikling i nøkkeltall for tilskuddsmottakerne

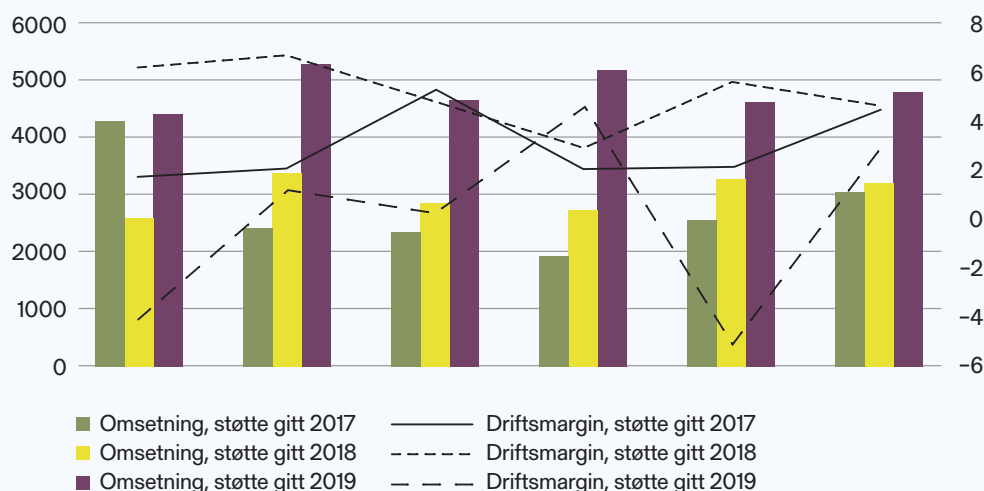
Det er kun Næringsstilskudd og til viss del Utviklingsprogrammet som har som mål å bidra til å styrke enkeltbedrifter/-virksomheter, og følgelig er det kun interessant å følge utviklingen i økonomiske nøkkeltall for de virksomheter som har fått tilskudd gjennom disse ordningene. I og med at Utviklingsprogrammet først ble etablert i 2019, og at midlene først er blitt brukt i 2020, er det for tidlig å se på utviklingen for disse virksomhetene. Det betyr at vi her kun ser på utviklingen i de virksomheter som har fått næringsstilskudd.

Som figur 5.5 viser, har de bedrifter som fikk støtte i 2017 hatt en økning både i gjennomsnittlig omsetning og driftsmargin, mens mønsteret ikke er like tydelig for de som fikk støtte i 2018 – og dette er heller ikke å forvente så fort etter at man har fått støtte. Det kan være interessant å notere at det, i motsatt til Innovasjon Norge, kan se ut til at Kulturrådet når ut til stadig større bedrifter (målt i omsetning).

» Figur 5.5 Utvikling i omsetning og driftsmargin fra 2015 til 2019 i gjennomsnitt for virksomheter som har fått støtte gjennom Kulturrådets ordning Næringsutvikling, omsetning i tusen kroner (venstre akse), driftsmargin i prosent (høyre akse).

Note: Nøkkeltall er funnet ved å slå data over mottakere sammen med SØAs SAFE, tilsvarende foretaksregisteret, og det er ikke alle virksomhetene vi finner igjen i foretaksregisteret.

Kilde: Innovasjon Norge, Samfunnsøkonomisk analyse AS



Hvis man ser på verdiskaping og antall årsverk hos de bedrifter som fikk støtte til næringsutvikling i 2017, vises det samme bilde som utviklingen i omsetning, hvor den gjennomsnittlige verdiskapingen har økt fra 0,7 millioner kroner i 2017 til 1,3 millioner kroner i 2019, og antall årsverk fra 2,3 til 4,1. Det er imidlertid ikke alle som klarer seg like bra. Av de 18 bedrifter som vi har regnskapsdata for fra 2017, er det fire som har forsvunnet i 2019.

5.2.2 Resultater fra spørreundersøkelse til Kulturrådets tilskuddsmottakere

Det er sendt ut et elektronisk spørreskjema til aktørene som har fått støtte i perioden 2017–2020 gjennom Regional bransjeutvikling og Næringsutvikling. Til sammen ble 165 aktører bedt om å svare, og 96 aktører, det vil si 58 prosent, gjorde det. Det er et godt resultat. De som har svart har til sammen fått støtte til 113 prosjekter. Enkelte av støttmottakerne har fått støtte fra flere programmer, gjennomsnitt for alle er 1,2 prosjekt pr. mottaker. 58 prosent av mottakerne har fått støtte til næringsutviklingsprosjekter, og 45 prosent har fått støtte til prosjekter for å utvikle bransjen regionalt. I tillegg har syv prosent deltatt i Kompetanseprogrammet Ovasjon, og åtte prosent har også mottatt annen støtte fra Kulturrådet (figur 5.6).

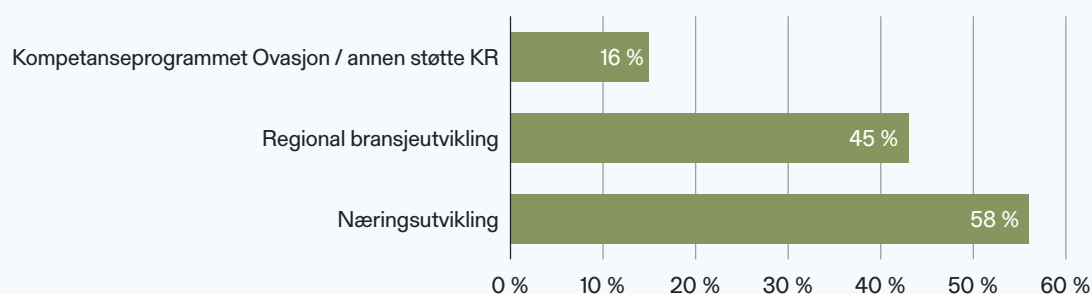
Svarene i spørreundersøkelsen domineres av prosjekter rettet mot visuell kunst, scenekunst, musikk og film,

TV og radio. Disse bransjene utgjør nær to tredjedeler av materialet. Respondentene er bedt om selv å oppgi hvilken bransje man tilhører, og denne inndelingen er i samsvar med bransjeinndelingen som er brukt i følgeevalueringen, og som ikke helt er i samsvar med den bransjeinndeling som Kulturrådet selv opererer med.

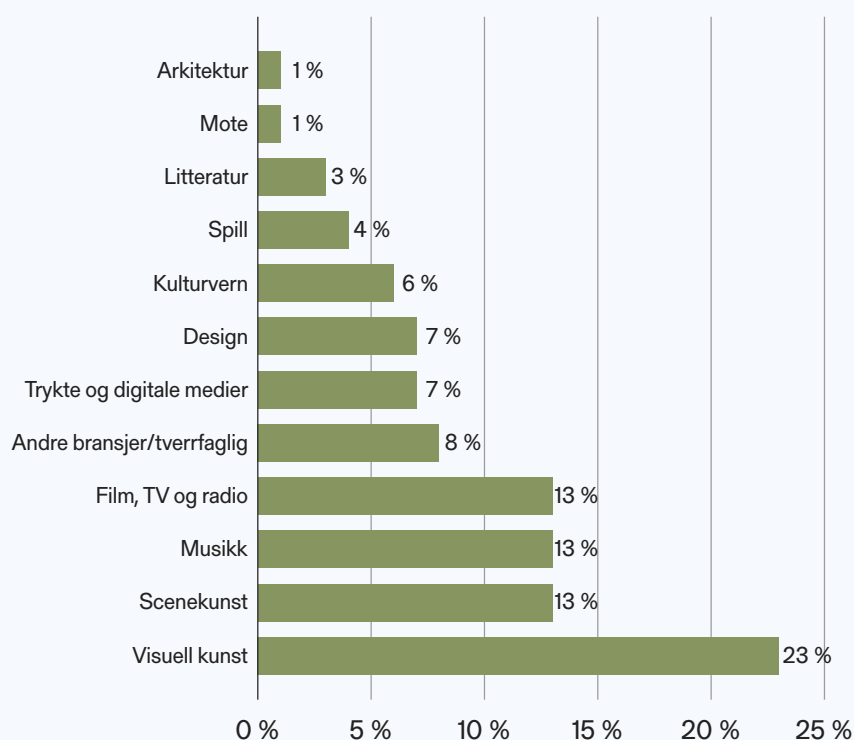
Visuell kunst er den bransjen som har vært involvert i flest av de støttede prosjektene, 23 prosent. Fem prosent har svart at prosjektet har vært tverrfaglig eller omfattet andre bransjer enn de som er nevnt. Det er i tillegg en stor andel som har krysset av for flere av de nevnte bransjene, hele 27 prosent, slik at det er i alt nær en tredjedel (32 prosent) av tildelingene som omfatter virksomheter i flere av bransjene. Arkitektur, litteratur og mote er de bransjene som har hatt færrest virksomheter som har mottatt støtte, og disse har samtlige inngått i prosjekter som omfatter flere bransjer. Film, TV og radio har i dette materialet minst andel av bransjemessig blanding (figur 5.7).

De fleste tiltakene som er vurdert er ennå ikke avsluttet. Av prosjektene som er innvilget støtte til næringsutvikling er det 33 prosent som er avsluttet, og blant prosjekter innenfor ordningen regional bransjeutvikling er 30 prosent avsluttede prosjekter. Status på de tiltakene som er vurdert i materialet er derfor alt vesentlig fortsatt pågående, og det kan derfor i enkelte tilfeller være vanskelig å vurdere det endelige resultatet. Det er kun et fåtall som oppgir at de enten ikke er startet opp eller helt i startfasen.

Figur 5.6 Svarfordeling etter støtte mottatt fra støtteordning. Kulturrådets KKN-støtteordninger. (n=96)



Figur 5.7 Brutto bransjefordeling (inkludert bransjeoverskridende) av KKN-støtteordningene i Kulturrådet. (n=150)



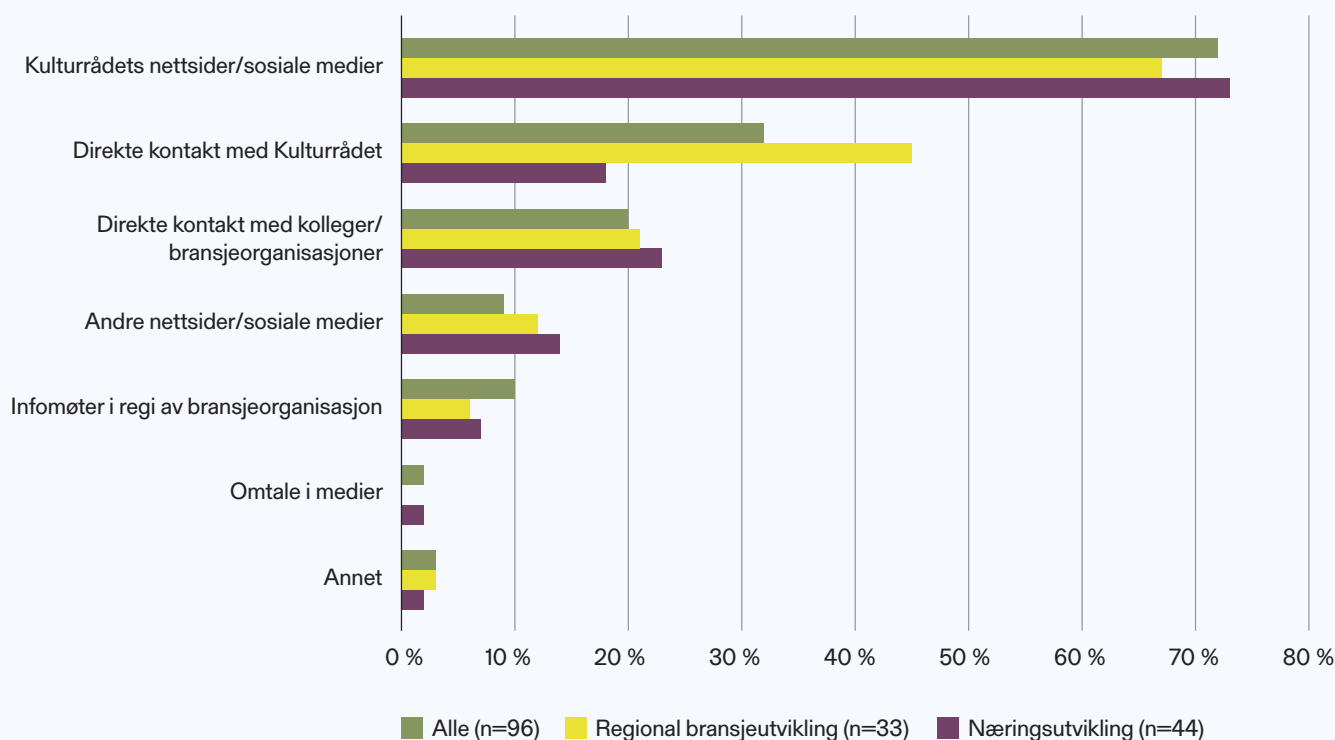
Kjennskap til ordningene og formål med tiltaket
Nettsider og sosiale medier står for mye av informasjonsformidlingen om de aktuelle støtteordningene, og da er Kulturrådets egne sider helt dominerende. Direkte kontakt med særlig Kulturrådet, men delvis også andre bransje-relaterte kontakter, utgjør relativt store kilder til informasjon. Det er ikke store forskjeller mellom ordningene til Kulturrådet når det gjelder hvor man henter informasjon, bortsett fra at virksomheter som har fått støtte til regional bransjeutvikling i langt større grad er blitt kjent med

denne ordningen gjennom direkte kontakt med Kulturrådet (figur 5.8).

To tredjedeler (68 prosent) har bare brukt én kanal, mens 20 prosent oppgir at de har fått informasjon gjennom to kanaler.

Samlet for begge ordningene er det relativt jevn fordeling i det som er oppgitt som hovedmål med prosjektet. Det som er viktig for de fleste (53 prosent) er å utvikle eller nå nye markedssegmenter eller utvide det geografiske nedslagsområdet. Samtidig er det relativt stort

Figur 5.8 Informasjonskanaler brukerne har fått kjennskap til ordningene gjennom etter støtteordning. Kulturrådets KKN-støtteordninger.



sprik mellom de to ordningene i hva som er oppgitt som hovedmål (figur 5.9).

Mange, nær 60 prosent, har oppgitt flere av svaralternativene som var satt opp. Andelen på 42 prosent som kun har oppgitt ett hovedformål med prosjektet er relativt jevnt fordelt med ca. ti prosent på alle alternativer med unntak av nye måter å selge/markedsføre produkter på (distribusjon), som bare fem prosent har oppgitt som eneste mål. Like stor andel, 42 prosent, har oppgitt at to eller tre viktige formål ønskes oppnådd gjennom prosjektet. Selv om ikke distribusjon er et hovedmål alene, utgjør dette målet sammen med økt synlighet og kjennskap til produkt/forestilling (formidling) til sammen viktige mål for dem som har oppgitt flere mål (figur 5.9).

Hva som er hovedmålet med prosjektene varierer imidlertid stort mellom de to støtteordningene. Støtten til regional bransjeutvikling har, slik det er naturlig for ordningen, som hovedmål å styrke det profesjonelle støtteapparatet rundt de enkelte skapende og utøvende kunstnerne. Støtten til næringsutvikling går vesentlig til enkeltvirksomheter, og er mer konsentrert omkring bedriftsøkonomiske mål. Forretningsutvikling og virksomhetsorganisering er like viktige mål innenfor begge ordningene (figur 5.9).

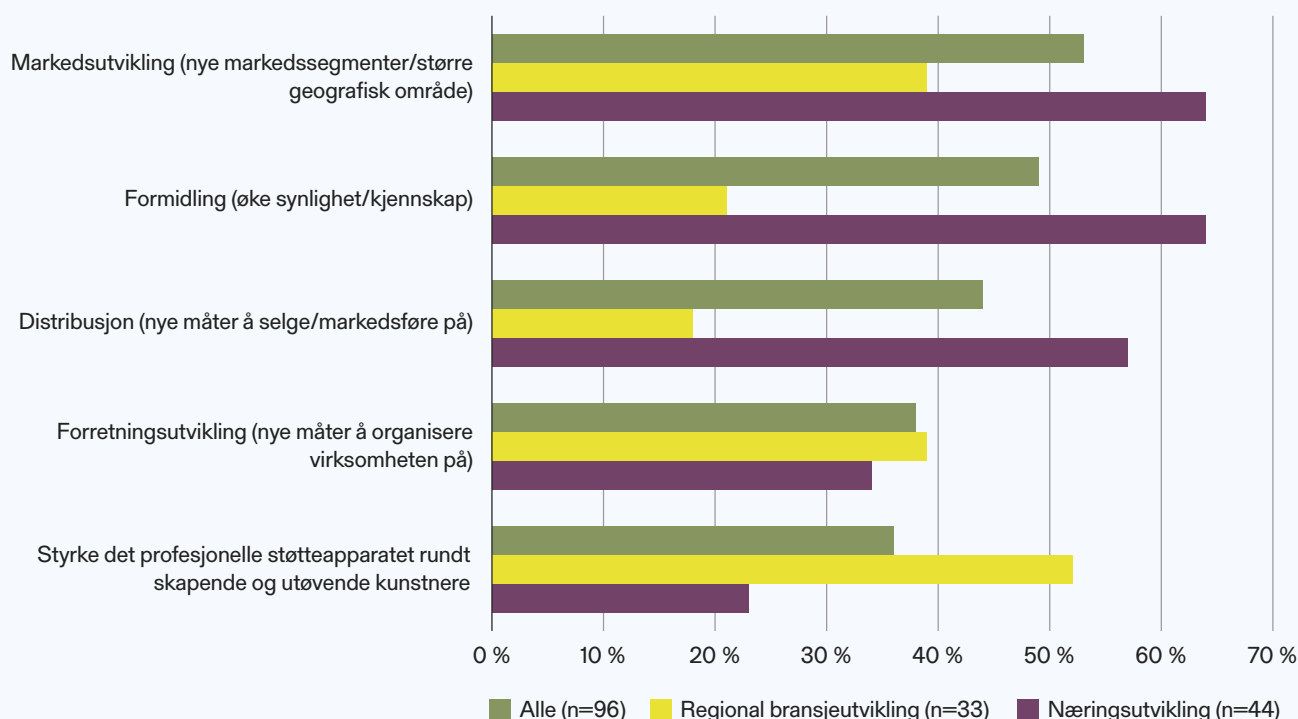
Vurdering av søknadsprosess og støtteordning

Søknadsprosessen er gjennomgående vurdert å ha fungert godt, og særlig kontakten med saksbehandler og informasjon i løpet av prosessen. Det er relativt små forskjeller mellom ordningene, men de som har fått støtte til næringsutvikling, mener i større grad at selve søknadsprosessen var nyttig og viktig for den endelige utformingen av prosjektet. Disse mener også i noe større grad at prosessen tok lang tid (figur 5.10).

Det synes å være relativt stor enighet om at ordningen er godt tilpasset de behov og utfordringer som virksomhetene står overfor, og at støtten har gitt muligheter til å søke seg mot nye markedssegmenter eller geografiske områder. Det er også enkelte som mener at rapporteringen er krevende – det gjelder særlig dem som har fått støtte til næringsutvikling – og at det er liten fleksibilitet når det gjelder hvordan man kan gjennomføre prosjektet og disponere støtten (figur 5.11).

Det er små forskjeller mellom de to støtteordningene når det gjelder vurdering av hvordan den aktuelle ordningen er tilpasset de behovene som virksomhetene har hatt behov for å løse. Det er likevel to av forholdene der vurderingene spriker. Dels gjelder det i hvilken grad ordningen har muliggjort satsing i nye markeder som 70 prosent av

Figur 5.9 Formål med prosjektet etter tilskuddsordning. Kulturrådets KKN-støtteordninger.



dem som har fått støtte til næringsutvikling sier seg helt enig i. Det stemmer godt med hva man har oppgitt som formålet med disse prosjektene (figur 5.11).

Rapporteringen oppfattes *ikke* som krevende av ca. 70 prosent av dem som har fått regional bransjestøtte, mens 40 prosent av dem som har fått støtte til næringsutvikling mener den er krevende. Det kan dels ha sammenheng med at de som søker støtte til regional bransjeutvikling i større grad har administrativ erfaring eller kompetanse, men også at disse søkerne i større grad har fått kjennskap til ordningene og kanskje krav til rapporteringen gjennom direkte kontakt med Kulturrådet (figur 5.11).

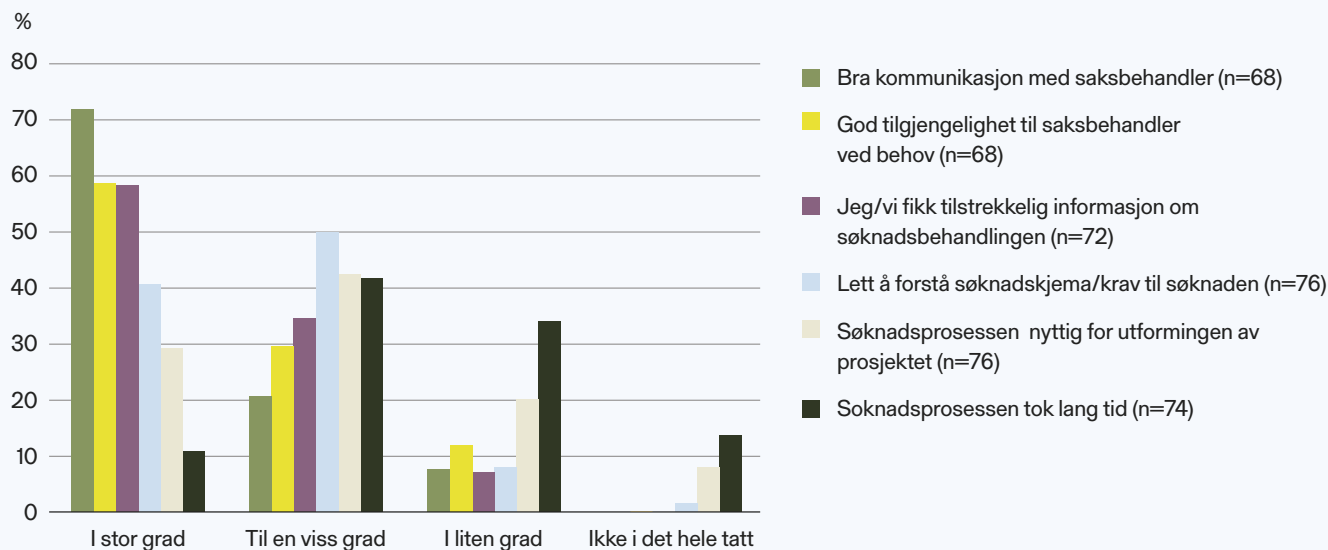
Det er stor enighet om at gjennomføring og resultat så langt har vært vellykket når det gjelder ordningens treffsikkerhet, kunnskapen som er tilført gjennom prosjektet, utvidet kontaktnett og samarbeidspartnere. Selv om det er mange som oppgir at de er blitt bedre rustet økonomisk, har det i liten grad bidratt til å takle konsekvenser av tiltak i forbindelse med koronapandemien. På begge disse utsagnene er det imidlertid noen forskjeller mellom de to ordningene: Det er flere av dem som har fått

støtte til næringsutvikling som sier de i stor grad er bedre rustet økonomisk (43 prosent mot 22 prosent av dem som har fått støtte til regional bransjeutvikling), og også bedre rustet til å takle effekter av koronapandemien (60 prosent mot 41 prosent) (figur 5.12).

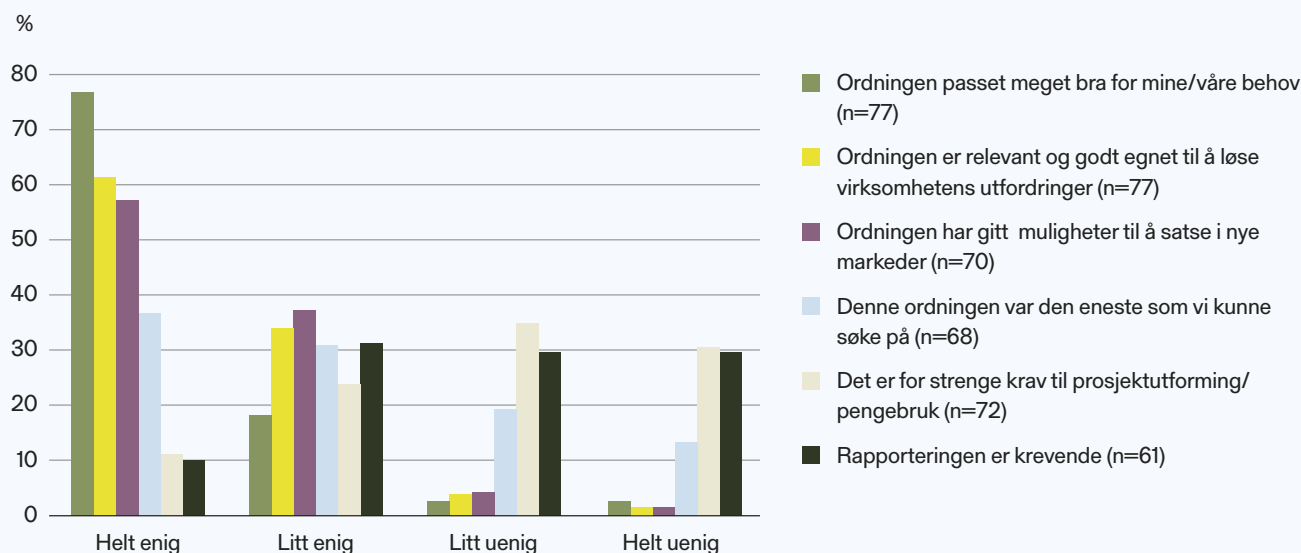
Litt under halvparten har allerede gjennomført de innovasjonene som var planlagt i støttesøknaden, mens de aller fleste er i gang og til en viss grad har gjort det. Støtten har også bidratt til vekst, enten i form av økt sysselsetting eller omsetning. Virksomhetene mener også at de har fått økt forretningsmessig kompetanse i form av strategisk tenkning, forutsetninger for bedriftsutvikling og vurderinger knyttet til investeringsbeslutninger. Det er i mindre grad⁴⁰ oppnådd internasjonalisering og økte eksportinntekter – 65 prosent oppgir at de enten i liten grad (40 prosent) eller ikke i det hele tatt (25 prosent) har gjort det (figur 5.13).

40 De som har svart at dette ikke er relevant eller vet ikke, er holdt utenfor.

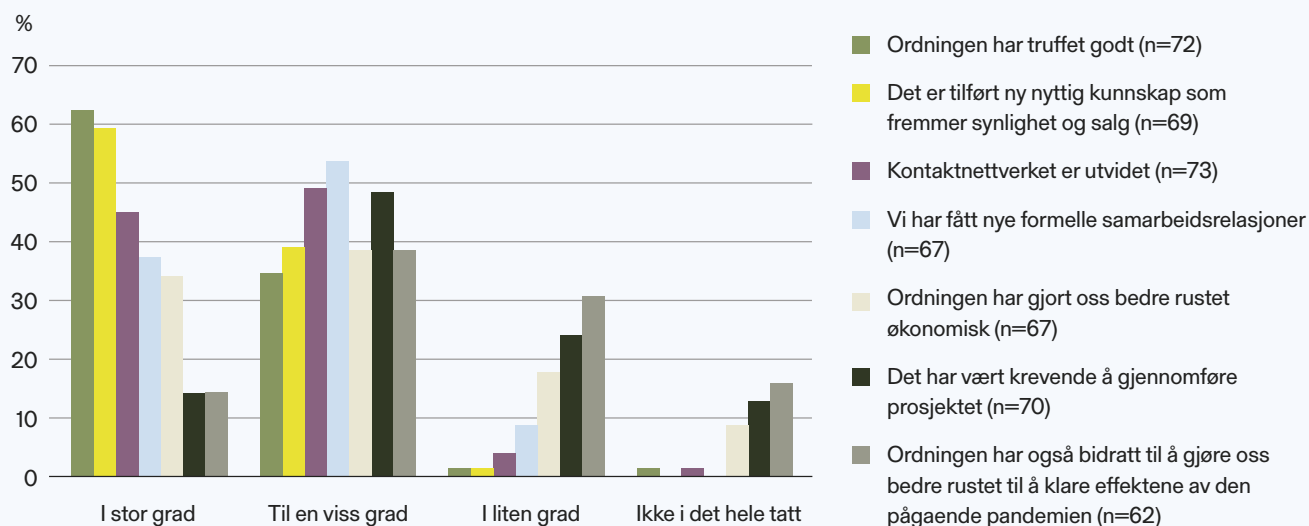
» Figur 5.10 Vurdering av søknadsprosessen. Kulturrådets KKN-støtteordninger.



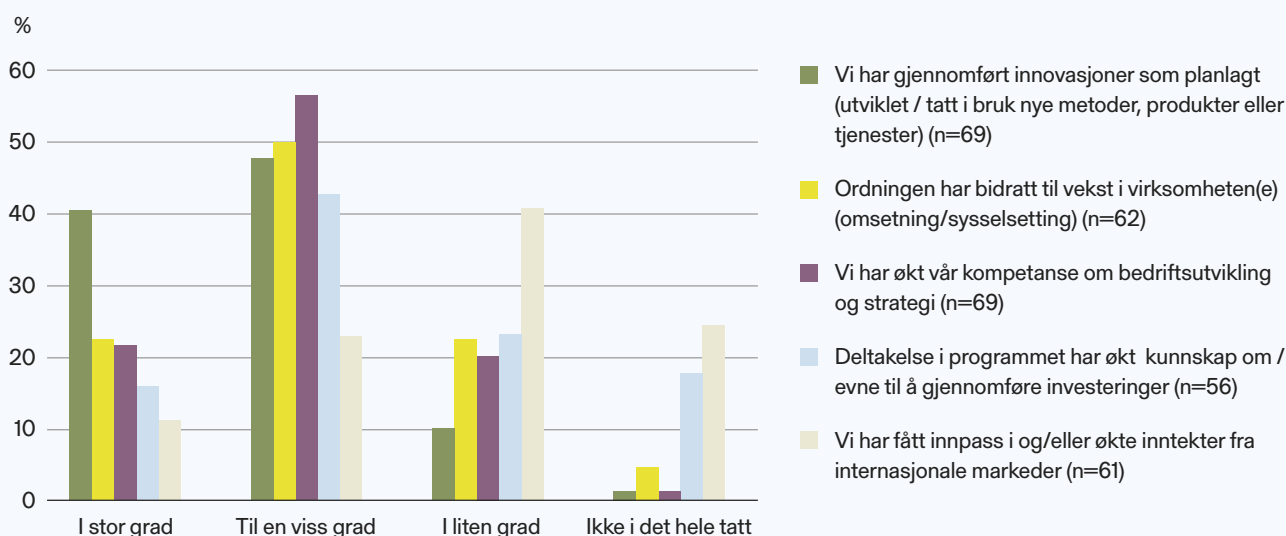
» Figur 5.11 Ordningen vurdert ut fra eget behov. Kulturrådets KKN-støtteordninger.



» Figur 5.12 Vurdering av gjennomføring og resultat. Kulturrådets KKN-støtteordninger.



Figur 5.13 Viktigste effekter av tiltaket så langt. Kulturrådets KKN-støtteordninger.



Addisjonalitet

Et viktig moment når det gjelder tildeling av offentlig støtte er i hvilken grad den eventuelt utløser ny aktivitet eller fortrenger annen (privat) finansiering. Med utgangspunkt i disse svarerne ville en tredjedel av samtlige prosjekter og ca. halvparten av prosjektene med sikte på regional bransjeutvikling ikke blitt gjennomført i det hele tatt. Omlag 45 prosent av prosjektene ville sannsynligvis blitt gjennomført i mer begrenset skala og på et senere tidspunkt, det gjelder særlig prosjektene innenfor næringsutvikling. Det er svært få prosjekter som ville blitt gjennomført uten endringer eller bare med forskyvning ut i tid (figur 5.14).

5.2.3 Resultater fra intervjuer med Kulturrådets tilskuddsmottakere

Vi har intervjuet ni virksomheter som har fått tilskudd til Næringsutvikling, innenfor bransjene arkitektur (2), bøker (2), film (1), visuell kunst/gallerivirksomhet (1), scenekunst (2) og tverrfaglig (1). Tre av virksomhetene fikk tilskudd i 2017, tre i 2018 og tre i 2019. Fem av virksomhetene holder til Oslo, mens resterende har sin virksomhet i Viken (tidligere Buskerud), Telemark & Agder, Rogaland, Trøndelag og Troms-Finnmark, dvs. at hele landet er representert.

Innenfor tilskudd til Regional bransjeutvikling har vi intervjuet totalt elleve tilskuddsmottakere. To av de som er intervjuet er såkalte tverrfaglige nettverk for kulturell og kreativ næring, de øvrige fordeler seg bredt over i prinsippet samtlige bransjer, som arkitektur, litteratur, film,

scenekunst, spill, musikk og håndverk. Også geografisk er det en stor spredning av de som er intervjuet fra Agder i sør til Troms-Finnmark, og med mindre konsentrasjon i Oslo sammenlignet med de som har fått tilskudd til Næringsutvikling. Flere av tilskuddsmottakerne har fått tilskudd fra denne ordningen flere ganger, slik at antall prosjekter som har fått tilskudd totalt er 21. Tre av tilskuddene ble tildelt i 2017, seks i 2018, syv i 2019 og fem i 2020.

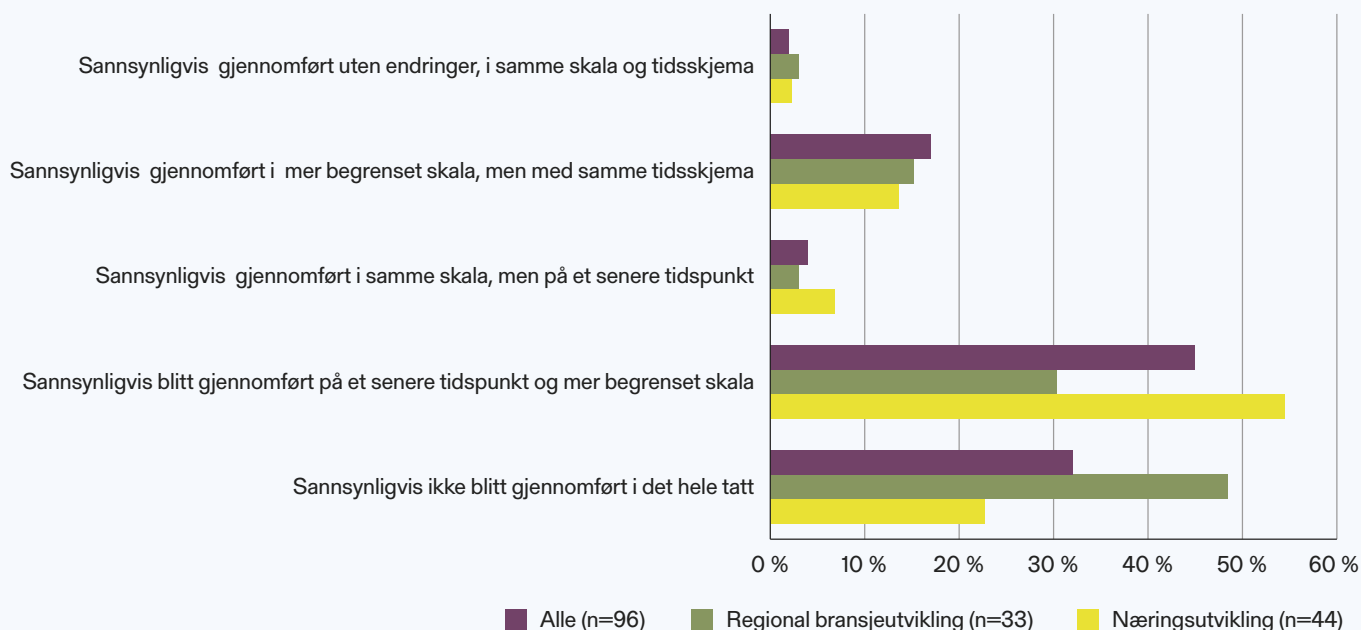
I tillegg har vi intervjuet tre kulturinstitusjoner som har fått tilskudd til utviklingsprosjekter, hvor alle fikk tilskuddet i 2019 (dvs. første året for dette tilskuddet). Kulturinstitusjonene har sin virksomhet innenfor scenekunst, museum og helårs festivalvirksomhet. De tre er spredt geografisk, i fylkene Viken, Trøndelag og Troms-Finnmark.

Søknad og administrasjon

Blant virksomhetene som har fått tilskudd til næringsutvikling er det først og fremst behovet for å profesjonalisere driften som har vært den viktigste grunnen til at man søkte om tilskudd. Profesjonaliseringen kan være drevet av en stadig tøffere markedssituasjon, eller at man har kommet til en fase hvor man har ønsket å ekspandere virksomheten og i større grad å kunne leve på inntekter fra denne.

Noen uttrykker også at man har hatt en ambisjon om å styrke formidling, distribusjon og inntekt fra de produkter man produserer. Andre grunner kan være ønsket om å styrke karrieremulighetene for de kunstnere man samarbeider med, og bidra til å utvikle bransjen (eller

Figur 5.14 Addisjonalitet etter støtteordning. Kulturrådets KKN-støtteordninger.



økosystemet rundt selve kunsten) i samarbeid med andre aktører, inkludert offentlig sektor.

Også om de fleste nok har et norsk perspektiv, dvs. å nå bedre ut i Norge, er det også noen som nevner at man har ønsket å styrke sine muligheter for å arbeide med internasjonale prosjekter, både gjennom eksport av egne produkter eller kunstnere og import av utenlandske til Norge.

Mange av de samme begrunnelsene gjelder også for de som har fått tilskudd til Regional bransjeutvikling, knyttet til det å bli en profesjonell aktør. Det som utmerker seg her, er et ønske om å styrke bransjens/kunstformens/utøvernes posisjoner gjennom å bygge en form for nettverksbasert samvirkning. Målene kan også være mer spesifikke, for eksempel koblet til en spesiell gruppe av aktører. Som det ligger i ordningens utforming handler det om regionale aktørnettverk, med noen form for regionalt avgrenset motiv. Noen oppgir et behov for å sikre seg mot at den kompetansen som finnes regionalt «flykter» til Oslo eller ut av landet, og at man ønsker å tilby en regional støt-tefunksjon for kunstnere og kulturarbeidere.

De kulturinstitusjoner som har fått støtte til utviklingsprosjekter er alle veletablerte virksomheter, som har ønsket å utvikle nye (digitale) løsninger for å bedre nå ut til både eksisterende og nye målgrupper. Å gjøre tilbudet mer tilgjengelig for alle går igjen hos dem, enten dette handler om brukere som er uvant med å konsumere den

typen kulturelt uttrykk man arbeider med, eller brukere med funksjonshindringer. Det handler også om løsninger som gjør at man kan komme tettere på brukerne og få til et tettere samarbeid med målgruppen. For noen større institusjoner har det også handlet om å etablere et større internt fellesskap, for eksempel gjennom samarbeid på tvers i egen organisasjon.

Hvordan man fant frem til ordningen

For næringsutvikling er det tre som oppgir at de fikk en «personlig» henvendelse fra Kulturrådet, enten i form av at Kulturrådet tok direkte kontakt eller gjennom møter i forbindelse med andre arrangementer (bokmesse, studietur) hvor Kulturrådet tipset om muligheten for å søke midler. Ellers er mange av tilskuddsmottakerne vane til å holde seg oppdatert om tilskuddsmuligheter på Kulturrådets hjemmesider eller gjennom sosiale medier, og oppgir at de på denne måten har oppdaget tilskuddsordningen. Noen har også oppdaget ordningen gjennom personlige kontakter og kjennskap eller gjennom at en annen virke-middelaktør har informert om den.

For Regional bransjeutvikling er det omtrent halvparten som har funnet tilskuddsordningen selv og andre halvparten som har fått tips fra andre. Eksempel på tipsere inkluderer prosjektpartnere, men også direkte fra Kulturrådet:

Fikk innbydelse fra Kulturrådet hvor de fortalte om ordningen. Møtet var viktig for å forstå, vi pleier å bli distanserte fra mulighetene her i nord.

Kilde: Spørreundersøkelsen

Samme forhold gjelder for de tre kulturinstitusjonene som har fått utviklingstilskudd, dvs. at det er en kombinasjon av å være en «profesjonell søknadsscanner», personlige kontakter og andre aktører som har tipset om muligheten.

Erfaring med søknadsprosessen, administrasjon av tilskuddet og kontakt med Kulturrådet

Samtlige, dvs. uansett tilskuddsordning, uttrykker at søknadsprosessen og administrasjonen knyttet til søknad og rapportering stort sett har fungert godt. Flere opplever at de har fått god veiledning fra Kulturrådet i søknaden, for eksempel i form av møte med Kulturrådet på forhånd for å sikre at prosjektet man søkte om passet til søknaden. Det er også minst en som oppgir at man fikk avslag på første søknaden, men gjennom oppfølging og tettere dialog med Kulturrådet traff man på neste søknad. Kulturrådet oppfattes som veldig imøtekommende, og dialogen har hele tiden fungert godt. De fleste tilskuddsmottakerne mener at Kulturrådet har kompetanse om og forståelse av hvordan egen bransje fungerer.

Men det er også fremmet noe kritikk, da alle ikke finner det like enkelt å skjønne hva Kulturrådet faktisk har ønsket med disse ordningene, og at man kanskje oppfatter at utvelgelsen av prosjekter som får støtte ikke er helt transparent. Samtidig har alle vi har intervjuet faktisk nådd frem med sin søknad, slik at også de som synes at kriteriene har vært utydelige faktisk har klart å treffe disse.

Når det gjelder formen på rapporteringen, er det litt mer uklart, og flere som oppgir at man har hatt en kommunikasjon med Kulturrådet om innholdet i sluttrapporten, og det er også noen som savner info om hvordan man skal rapportere, for eksempel i form av en mal for dette. For de som har mottatt tilskudd til Regional bransjeutvikling, har det også vært noen utfordringer knyttet til rapporteringen av økonomisk informasjon og det at man er flere prosjektpartnere. Det har også vært noe uklarhet om hvorvidt sluttrapportene er offentlige eller ikke, hvilket har betydning for rapportering av bedriftsinterne forhold. Det er også et par som trekker opp at kravet om revisorgodkjent regnskap i rapporteringen medfører en kostnad som kanskje ikke alle var klar over da man fikk tilskuddet. Det eventuelle problemet ligger i tilfelle i manglende informasjon om dette, og ikke i kravet i seg selv, da et slikt krav er en selvfølge for offentlige tilskudd.

Kulturrådet oppgis å ha vist fleksibilitet når det har vært behov for å endre på prosjektgjennomføring, hvilket har vært spesielt aktuelt under koronapandemien.

Gjennomførte og planlagte aktiviteter

De fleste næringstilskudd som intervjuet har handlet om er avsluttet, men noen har måttet skyve noe på ferdigstillelsen pga. koronapandemien. Omtrent halvparten av prosjektene innenfor Regional bransjeutvikling var pågående ved tidspunktet for intervju, mens resten var avsluttet. Alle Utviklingsprosjektene har blitt forlenget grunnet koronapandemien og skal ferdigstilles i løpet av 2021.

Næringsutviklingstilskuddene har gått til følgende typer av aktiviteter:

- Forretningsutvikling, hvor man for eksempel har brukt en konsulent til å kartlegge nåsituasjonen, forretningspotensial (med hensyn til utfordringer i forskjellige markeder) og scenarioer for hvor man vil være om noen år.
- Økonomiske analyser og utvikling av nye prisingsmodeller. Dette kan inkludere analyser og kartlegginger av hvor man tjener penger, og hvordan man kan forbedre inntjeningen m.v.
- Styrking av distribusjonsarbeidet i selskapet, for derigjennom å styrke egne muligheter for inntjening på de produkter man arbeider med. Dette har kanskje vært spesielt viktig hvis inntektene spres på mange aktører i bransjen og den enkelte dermed sitter igjen med lite når alt er fordelt. Poenget her er ikke å selv ta «en større del av kaken», men heller gjøre kaken større, dvs. klare å ta ut en større verdi av produktet enn hva man klarer i dag, bl.a. gjennom å tilby nye tjenester eller bevege seg inn i markeder med større betalingsevne.
- Kommunikasjon både internt og eksternt, og det er flere som nevner at man har laget en ny nettside.
- Markedsføringsmaterieell, for eksempel kataloger over de produkter/tjenester man tilbyr og filmer som kan brukes overfor potensielle nye kunder. Beveget mye over til sosiale medier, laget småfilmer, skapt prosjekter rundt prosjektet, for eksempel foredragskveld med musikalske innslag som markedsføringsstunt.
- Studiereiser for å møte internasjonale samarbeidspartnere (kuratorer, kunder/kjøpere) og bygge ut sitt internasjonale nettverk.

De gjennomførte aktivitetene innenfor Regional bransjeutvikling handler i stor grad om å identifisere, kartlegge,

møte og skape et mulig samarbeid med andre aktører på området. Det synes å være en viss variasjon i hvorvidt de gjennomførte aktivitetene bør ses som enkelte aktiviteter eller om de istedenfor bør ses som steg i en større strategisk nettverksbygging. Mange har arrangert ulike former for seminarer, samlinger og kurs både for deltakere i det aktuelle nettverket og tilgrensende aktører. Med enkelte unntak har tilskuddet til Regional bransjeutvikling ikke gått til utvikling av konkrete produkter eller verktøy, men det ligger også i ordningens utforming hvor det er nettverksbygging og bransjebygging som står i senter og ikke inntjeningen til en enkeltbedrift.

Tilskuddene til utviklingsprosjekter i kulturinstitusjoner har gått til digitale innovasjonsprosjekter, hvor man har utviklet nye verktøy for å nå bredt ut. Dette omfatter:

- En portal hvor et prøvepublikum noen dager etter at de har vært med på en uferdig forestilling kan respondere på denne gjennom flere forskjellige medier (tegninger, videoopptak m.v.) og gi tilbakemeldinger. Virksomheten kan dermed få innsikt om hvordan målgruppen opplevet dette på en måte som man mener at ikke kan få gjennom en samtale direkte etter forestillingen.
- Utvikling av et digitalt «læringsrom», hvor kunstverk kan vises og beskrives, enten med bilde eller med VR-briller. Disse beskrivelsene skal tilgjengeliggjøres for potensielle tilskuere til et kunstevent som har liten eller ingen tidligere erfaring med denne type kunst for å gi dem mulighet til å lære mer og få et språk for å kunne beskrive det man opplever – og dermed gi en mestringsfølelse.
- Utvikling av verktøy for å gjøre utstillinger tilgjengelige for hørselshemmede og svaksynte.

Koplinger til andre prosjekter og aktiviteter

De fleste som har fått tilskudd har kun fått tilskudd fra en av ordningene innenfor KKN-satsingen, men mange søker om og får støtte gjennom andre tilskuddsordninger. Dette kan for eksempel være de kulturelle tilskuddsordningene i Kulturrådet, prosjektstøtte fra fylkeskommunen eller andre (for eksempel den kulturelle skolesekken, DKS). Fire av de vi har intervjuet har også fått støtte fra Innovasjon Norge innenfor KKN-satsingen (eksportprogram, investorprogram, bedriftsnettverk (forprosjekt) og Bygg Bedrift) og en har fått kommersialiseringstilskudd fra Innovasjon Norge etter at næringsutviklingsprosjektet var ferdig. Fire av de vi har intervjuet har fått tilskudd fra «sin» NAA innenfor de ordninger som retter seg spesielt mot

bransjeutvikling, men det er flere som oppgir at de har fått støtte fra en NAA, men da knyttet til andre ordninger som vi ikke har oversikt over. En av tilskuddsmottakerne samarbeider med et spillskap som deltar i Fundraising for Startups i regi av Innovasjon Norge.

Resultater og betydning

Utover de konkrete verktøyene og produktene som ble utviklet som en del av tilskudd til Næringsutvikling, og som mange har forhåpninger om vil bidra til økte inntekter og økt salg over lengre tid, trekker flere av de som har fått dette tilskuddet frem følgende resultater som viktige:

- en tydeligere strategi med mål og visjon
- kan fremstå som mer profesjonell, for eksempel gjennom å kunne tilby engelske tekster
- fått et nytt perspektiv i det man driver med, og for eksempel blitt «tvunget» til å tenke på fornuftig økonomisk måte. Noen trekker frem denne kompetansen som viktigere enn det produktet eller verktøyet man utviklet.
- en økt selvtillit, som kanskje gjør at man tør å satse større og ta flere sjanser. For de virksomheter som representerer utøvende kunstnere, har dette også i noen tilfeller bidratt til at økte inntekter til disse.

Siste punkt er også noe som blir nevnt i spørreundersøkelsen:

Prosjektet har generert flere nye eksport- og nasjonale suksesser for deltagende artister. Prosjektet har gjort de deltagende artister mer selvstendige og smarte i sin karriereplanlegging og drift. Prosjektet har hjulpet flere artister til ikke å signere dårlige avtaler.

Kilde: Spørreundersøkelsen

Generelt er det tre typer resultater knyttet til Regional bransjeutvikling:

- et rettet mot aktørene/deltakerne selv og som handler om at aktørene/bransjen har fått økt bevissthet om behovet for et tydeligere bedriftsfokus og at man også har begynt å agere mer bedriftsmessig. Deltakerne har lært å tenke mer på business, hvor det har vært en prosess fra at dette for mange føltes fremmed i begynnelsen
- et som handler om hvordan andre ser på disse aktørene, og som viser til at oppmerksomhet på og synligheten for disse har blitt styrket, som kanskje også

bidrar til at aktørene oppfattes som seriøse bedrifter/ næringslivsaktører

- et som handler om mer konkrete resultater, for eksempel i form av nye kontakter og støtte/investeringer fra andre aktører. For eksempel oppgir et av nettverkene at to av de deltagende bedriftene har fått finansiell støtte fra kommersielle aktører i neste steg i verdikjeden, som de har blitt kjent med gjennom prosjektet.

Tilskuddene til utviklingsprosjekter er ikke avsluttet, slik at man så langt ikke har noen helt ferdige resultater.

Hvor viktig prosjektet har vært for virksomheten

Den generelle tilbakemeldingen er at tilskuddet, og de prosjekter som er gjennomført, har betydd mye for deltagende virksomheter. Momenter som trekkes frem er:

- *Økt profesjonalisering:* Tilskuddet har gitt mer fokus på forretningsutvikling, hjelp til å justere retning og få en litt annen driftsmodell på selskapet som har vært mer fornuftig. Hjulpet bedriften med å gå fra idé til bedriftsmodell, tjenestekonsept og prototyp. Heri inngår også det å tenke kunde, marked og målgruppe på en ny og mer profesjonell måte: Hvem er det faktisk man henvender seg til? En del av økt profesjonalisering er også at noen har brukt deler av tilskuddet til å kjøpe konsulenttjenester for eksempel knyttet til markedsføring, spesielt i lys av at dette er et område som hele tiden er i endring, hvor flere opplever at det blir stadig vanskeligere og mer tidkrevende å gjøre dette selv.
- *Egen økonomisk inntjening:* Her er det for eksempel noen som nevner at man for en gangs skyld har hatt forutsigbarhet i arbeidet og kunnet finansiere en del av sine produkter selv, har «ikke trengt å tigge penger» fra andre aktører. Noen har nå også overskudd fra tjenester og produkter som ble utviklet i prosjektet, som har bidratt til å gjøre selskapet mer solid, og genererer inntekter som så kan investeres i selskapet eller tas ut i utbytte.
- *Økt synlighet:* Man har fått økt kjennskap både i og utenfor egen bransje, og tilskuddet har ført til økt anerkjennelse. Det å få en større skala på de aktivitetene man driver med, bidrar også til at man er blitt en mer attraktiv partner for andre å samarbeide med.
- *Ringvirkninger til andre:* De kunstnere man representerer har blitt innkjøpt av store institusjoner, og de har fått en internasjonal tilstedeværelse, hvilket også har gitt dem selv som «distribusjonsledd» en bedre

Indie Film

Indie Film er et produksjonsselskap som jobber med dokumentarfilmer til kino og TV. Blant nyere produksjoner er Munch i helvete, Røverdatter og Natta pappa henta oss. Filmene deres kjenne- tegnes gjerne ved at de er personlige filmer med samfunnsinteresse.

– Dokumentarfilmproduksjon er en bransje med høy konkurranse, og det er mange selskaper som er på omtrent samme størrelse som oss, sier Karianne Berge, regissør og lanseringsansvarlig i Indie Film.

I 2017 fikk Indie Film tilsagn på 300 000 kroner fra Kulturrådet gjennom ordningen Næringsutvikling. Bevilgningen ble benyttet til to forskjellige prosjekter. Det ene var å bygge in-house kompetanse på filmdistribusjon, gjennom selv å stå for kinolanse- ringen av to av deres egne filmer, Natta pappa henta oss og Røverdatter.

– For å bedre salg og distribusjon, og sitte igjen med mer midler selv, ønsket vi å opprette en egen salgsavdeling, sier Berge.

Det andre prosjektet var å bygge en sidevirksomhet for synstolkning, som vil si å lage lydspor med fortellerstemme til kinofilmer, slik gjør at personer med synstap ved hjelp av en app med lydsporet får fylt hullene mellom dialogen. Bevilgningen ble benyttet til å utdanne synstolker tilknyttet selskapet og innkjøp av utstyr. Avdelingen har nå seks-syv produksjoner i halvåret, og bidrar positivt til selskapets økonomi.

– Synstolkningsavdelingen er litt på siden av kjernevirksomheten vår, men er næringsøkonomisk sett et mer stabilt bein, sier Berge.

Fakta om Indie Film

Ansatte: 6

Stiftet: 1998

Selskapsform: AS

Omsetning i 2019:

8,4 millioner kroner

posisjonering i markedet og en mulighet til å tenke mer langsiktig. Dette har allerede ført til økt salg.

- **Anerkjennelse:** Det at man kom gjennom «nåløyet» er en form for anerkjennelse fra Kulturrådet, og flere sit-ter igjen med en følelse av å ha blitt sett. At man har fått tilskudd har også blitt brukt aktivt i markedsfø- ring, da dette kan være viktig for samarbeidspartnere som en form for kvalitetssikring.

Flere trekker også frem at det som har vært nyttig med tilskuddet til Næringsutvikling er at det kombinerer det kulturelle perspektivet (som man normalt har fått støtte fra Kulturrådet til) og det bedriftsmessige, og at man dermed har kunnet bruke ressurser på et kulturelt prosjekt og sam- tidig utviklet egen virksomhet. For Regional bransjeutvik- ling trekkes det for eksempel frem at det er viktig med en ordning hvor det ikke nødvendigvis resulterer i et konkret «produkt», og at det finnes et stort behov i bransjen av denne type støtte som heller bidrar i en utviklingsprosess.

Tusen takk til Kulturrådet – så kjærlig komment!

Kilde: Intervju

Ja, vi er godt fornøyde, og har brukt midlene på en god måte. Det gjorde også at vi kunne ansette en person på deltid mot SoMe og streamere, som var formålet, noe vi ikke ville fått gjort uten støtten. Så dette har vært viktig for oss!

Kilde: Spørreundersøkelse

Addisjonalitet

De aller fleste tilskuddsmottakerne er tydelige på at hvis man ikke hadde fått tilskuddet, hadde man ikke prioritert å jobbe med utvikling av egen bedrift, samtidig som noen er klar over at prosjektet uansett ville ha blitt gjennom- ført, men kanskje i en annen takt og omfang. Sistnevnte gjelder kanskje spesielt for tilskudd fra Regional bran- sjeutvikling, hvilket kan illustreres ved følgende sitat fra spørreundersøkelsen:

Jeg synes ordningen i for liten grad tar hensyn til innovasjon og nytenkning. Jeg er svært overrasket over å se hva som faktisk har fått tilskudd. Sagt på en annen måte – prosjekter har fått tilskudd som verken er innovative eller nye. Man har bare fått penger til noe man skulle gjøre uansett. Jeg har etterstrebet å tenke nytt, men kunne visst også søkt om midler til ting som uansett ville bli satt i gang.

Kilde: Spørreundersøkelse

Samlet sett er allikevel vår vurdering at addisjonaliteten har vært relativt høy, dvs. at mesteparten av det som har blitt gjennomført med støtte fra Kulturrådet ellers ikke ville ha blitt gjennomført.

Suksessfaktorer eller utfordringer som har betydning for resultatene

Ut fra intervjuene er det ikke mulig å finne noen suksess- faktor eller spesiell utfordring som går igjen hos flere tilskuddsmottakere, dvs. at det her først og fremst er pro- sjektspesifikke faktorer som avgjør, for eksempel hvor god man har vært til å planlegge prosjektet og hvilke samar- beidspartnere man har valgt. God planlegging er selvsagt en generell erfaring og noe som alle prosjekter har nytte av, men valg av samarbeidspartner er nok vesentlig mer individuelt, dvs. at det ikke går å si noe generelt om hvil- ken type samarbeidspartner som er den beste. Samarbeid med målgruppen/kunder trekkes imidlertid frem av flere som viktig i prosjektene, uten at det nødvendigvis defi- neres som en suksessfaktor. Den tydeligste felles utfor- dringen for Regional bransjeutvikling handler om å nå ut til små aktører som ikke har så store ressurser å bruke på et strukturert utviklingsarbeid, verken i penger eller i tid, og at dette rår man ikke på bare gjennom en finansiell støtte.

Som for tilskuddsmottakere hos Innovasjon Norge er det noen som trekker frem viktigheten av at midlene man får er øremerket, at «man binder seg til masten» og dermed er nødt til å prioritere prosjektet.

Om støtten har bidratt til at man har klart koronapandemien bedre

Også om det er en del som mener at støtten ikke har hatt noen betydning for hvordan man har klart seg gjen- nom pandemien (så langt) er det flere av de som har fått tilskudd til Næringsutvikling som mener at støtten har hatt noen eller stor betydning. For de som har fått tilskud- det for aktiviteter som gjennomføres i 2020, har selvsagt støtten hatt betydning, og har kunnet kompensere noe for eventuelle tapte inntekter. For de som fikk støtte allerede i 2017 eller 2018, kan det være vanskelig å se at støtten i seg selv har hatt noen betydning.

Det er uventet mange som sier at man faktisk har hatt et godt år økonomisk i 2020, hvorav noe faktisk kan skyl- des støtten man har fått. For noen er det selvsagt også litt tilfeldig, og noen befinner seg i en bransje som ikke har blitt så påvirket av koronapandemien, eller kanskje til og med har hatt en positiv effekt. For eksempel har bok- bransjen hatt et særdeles godt år i 2020, hvilket i hvert

fall hypotetisk kan skyldes at flere har byttet ut «fysiske» konserter og forestillinger med en god bok.

Noen er også veldig tydelige på at støtten har hatt stor betydning, og at man er usikker på om virksomheten hadde «overlevd» hvis det ikke var for dette. Det er spesielt de som har brukt støtten til å utvikle en god forretningsmodell eller til å digitalisere deler av virksomheten – slik at man har kunnet ligge i forkant av den «digitale revolusjon» som pandemien har ført med seg for flere kulturelle uttrykk. Flere har jo også brukt støtten til å opparbeide seg et markedsføringsmateriale som har kommet godt med i pandemien.

De som brukte en del av støtten til å besøke internasjonale samarbeidspartnere før pandemien har hatt nytte av dette under pandemien, da det sannsynligvis har gjort det enklere å holde kontakten det siste året.

Noen oppgir også at koronapandemien medførte en dreining av prosjektet som sannsynligvis vil gi noe som er mye bedre enn den opprinnelige planen.

For tilskudd til Regional bransjeutvikling er det en klar majoritet av de som er intervjuet (åtte) som ikke ser at tilskuddet har hatt noen betydning for hvordan de har klart koronapandemien. Den fremste årsaken til dette er at man ikke har hatt mulighet for å bruke de prosjektmidler som var avsatt til aktiviteter som har blitt avlyst, alternativt at midlene var brukt opp før pandemien brøt ut. Én respondent mener dog at midlene ga mer tid til å utvikle ideer, hvilket var nyttig. En annen oppgir at midlene har blitt brukt til å styrke et nettverk av aktører tidligere, og at dette nettverket i seg selv har hatt betydning for hvordan man har klart seg gjennom pandemien.

Hvorvidt prosjektet svarer til de forventninger man hadde når man søkte

Alle vi har intervjuet mener at tilskuddet og det prosjektet man gjennomførte har svart til forventningene, og for mange mer enn det. At man mener å ha fått igjen mer enn forventet kan både skyldes litt lave forventninger i utgangspunktet og at man har gjort endringer i prosjektet underveis som har vært positive for resultatene.

Vil si vi har oppnådd mer enn vi søkte om, men veien dit ble annerledes.

Kilde: Intervjuer

De fleste er svært fornøyd med å ha fått støtte, og ser det som en anerkjennelse av den virksomhet man driver med. Også de som har pågående prosjekter, er fornøyd med det man har fått til så langt.

Videreføring av prosjektet

Den største utfordringen for de som har fått tilskudd til Næringsutvikling ser ut til å være muligheten for å forvalte resultatene, og mange befarer at dette blir en engangsstøtte som var bra der og da, men at det kanskje ikke gir så mye på lang sikt. Det er mange som ønsker en mulighet for å søke ytterligere støtte. Det finnes imidlertid ikke noen formell hindring for å søke om støtte til Næringsutvikling flere ganger, og det er noen eksempler på virksomheter som har fått støtte to ganger, men det er ikke mulig å søke om støtte for samme prosjekt eller tiltak flere ganger. Det betyr at om man skal få støtte en gang til, må man ha en helt ny prosjektidé. At man ikke har mulighet til å søke om videreutvikling av det prosjektet eller tiltaket man har begynt på, er det flere som opplever som negativt. Men det er også de som oppgir at man er så godt i gang at man ikke kan «stoppe nå», dvs. at man selv vil prioritere å videreutvikle det man har fått til så langt uansett om man får støtte til det eller ikke.

Støttemidlene bidro til å starte opp arbeidet med å synlig- og tilgjengeliggjøre oss overfor nye kundegrupper. At man ikke kan søke igjen svekker muligheten til å følge opp arbeidet, og man står fort igjen med kun grunnmuren til den potensielle utviklingen.

Kilde: Spørreundersøkelsen

Det ligger litt implisitt i hele satsingen at virksomheter som gjennom tilskudd til Næringsutvikling klarer å bli mer profesjonelle, skal kunne klassifisere til å få støtte fra Innovasjon Norge. Av de vi har intervjuet er det, som nevnt over, en som etter ha fått støtte til næringsutvikling har fått tilskudd til kommersialisering fra Innovasjon Norge. Samtidig er det flere som sier at de i hvert fall vurderer hva Innovasjon Norge kan tilby, og for eksempel vurderer å søke om lån til konkrete prosjekter man ønsker å gjennomføre.

For Regional bransjeutvikling finnes det for de prosjektene som er avsluttet litt forskjellig syn på fortsettelse og forvaltning. For noen handler det om å bygge videre og fortsette utviklingen, «vi føler ikke at vi er ferdige», for eksempel at man ønsker å koordinere seg i felles nasjonale prosjekt. Andre oppgir at fortsettelsen begrenses av finansielle ressurser, men også her er det noen som har søkt om tilskudd fra Kulturrådet og/eller søker etter andre som kan finansiere videre utvikling. Samtidig er noen klare på at det i første hand ligger på deltakerne selve å forvalte resultatene, og for eksempel utnytte de kontakter som har blitt etablert innenfor satsingen. Det kan dermed se ut til at en langsiktig bærekraftig utvikling både avhenger av de

finansielle forutsetningene og av andre ressursmessige forutsetninger. Det virker ikke som om alle prosjekter/tilskuddsmottakere har arbeidet like systematisk med å styrke forutsetningene for en fortsettelse. Men i noen prosjekter peker resultatene i retning av en fortsettelse og hvor det også finnes et organisatorisk utgangspunkt for det. En kommentar kan være at hvis det er ønskelig, bør man tenke på fortsettelse allerede i forbindelse med oppstart/søknad.

Også de pågående bransjeutviklingsprosjektene har tanker om fortsettelsen etter at prosjektet er avsluttet. Dette kan handle om å få opprettet det nettverket som man i det pågående prosjektet undersøker forutsetningene for, og at det da kan være aktuelt å søke om ny støtte fra for eksempel Kulturrådet. Blant de pågående prosjektene er det en tydelig bevissthet om utfordringene ved å skape langsiktig bærekraftige prosjekter. Det er vanskelig å si om dette er tilfeldig, om det er et resultat av at finansiererne har utøvd et hardere trykk på dette jo lenger ut i prosjektet man kommer, eller om det kan være slik at man har større planer og forhåpninger om en forlengelse tidlig i prosjektet sammenlignet med senere i prosjektet.

De aller fleste respondentene (syv) oppgir at de har søkt eller har planer om å søke midler igjen fra Kulturrådet eller Innovasjon Norge. Som nevnt er det flere av de som er intervjuet som har fått støtte til bransjeutvikling mer enn én gang, og dermed har hatt en mulighet for å videreutvikle sitt nettverk eller sin bransje. Det er imidlertid en del som uttrykker uro når tilskuddsordningen nå har flyttet fra Kulturrådet til fylkeskommunene, og om fylkeskommunen er tilstrekkelig interessert i prosjektet.

Et annet viktig moment som tas opp spesielt av de kulturinstitusjoner som har prosjekter som omfatter utvikling av digitale tjenester, er hva som skal skje med disse tjenestene etter at de selv er ferdige med sitt prosjekt. Dette er innovasjonsprosjekter hvor man utvikler en teknologi eller tjeneste som bør kunne brukes av flere. Utfordringen her er imidlertid at kulturinstitusjonen (selvsagt) verken har mulighet til eller ambisjon om å være en selger eller distributør av denne teknologien. Spørsmålet er da hvordan disse produktene skal tas videre, hvem er det for eksempel som har rettighetene til dem, og hvordan kan man finne gode modeller for spredning av teknologien. Selve produktet er det som regel et IT-selskap som har gjort, men på oppdrag fra kulturinstitusjonen som da også har rettighetene til produktet.

Spredning av kunnskap og kompetanse som man har opparbeidet gjennom tilskuddet er også noe som tas opp av de som har fått midler til næringsutvikling, hvor

det er noen som gir uttrykk for at de ønsker at flere skal få kjennskap. Dette kan illustreres med følgende sitater fra intervjuene:

Savner også hvordan spre og dele kunnskap – hvordan bruker Kulturrådet kunnskapen de har innhentet her.

Vi kan bidra med å dele vår historie, og dele kompetanse om hvordan skape bedrift innen kunstfeltet.

Kilde: Intervjuer

Om ordningene og virkemiddelbruk

Enkelte andre momenter som de tilskuddsmottakerne vi har intervjuet tar opp er:

Også om det har vært nyttig med 1:1-samtaler med Kulturrådet, kunne også noen av de som har fått støtte til næringsutvikling tenke seg at det også var et nettverk knyttet til denne søknaden, for å få noen å dele erfaringer med og drøfte eventuelle problemer som kan oppstå. Motsatt er det noen av kulturinstitusjonene som har fått Utviklingsstøtte som oppgir at man ikke har hatt så stor glede av fellessamlingene, at man opplever å befinne seg i utkanten av programmet.

Spesielt de som har utviklet en (digital) teknologi ønsker en mulighet for også å få støtte til testing av denne. Denne fasen blir som regel vurdert som drift, og faller dermed utenfor støtteordningene, uten at det nødvendigvis er tilfelle. Det pekes også på at en del av de produkter som utvikles kan være svært dyre å drifte, og at man dermed risikerer å faktisk ikke ha råd å bruke dem (for eksempel kostnader knyttet til serverleie, vedlikehold og support). Dette er kostnader som det kan ha vært vanskelig å anslå på forhånd.

Det tas også opp at innovasjonsprosjekter er kostbare og at midlene som gis derfor i mange tilfeller er for lite, og at Kulturrådet derfor kanskje heller burde gi mer støtte til færre mottakere:

Å få landet innovasjonsprosjekter på under 3 millioner kroner er ikke så lett.

Kilde: Spørreundersøkelsen

Summene som er lyst ut oppfattes som for små hvis man skal jobbe med private aktører innen design og programmering. Dermed ender man opp med en ferdig prototyp, men ikke med et ferdig produkt.

I kultursektoren snakker man ofte om digitalisering som vidundermedisin på mange områder, en problemløser som er svært dyr, tas lite høyde for når

bevilgende myndigheter snakker om ønsket om at sektoren skal digitaliseres, tar ikke inn over seg hva det faktisk koster.

Kilde: Spørreundersøkelsen

Dette er delvis relatert til det poenget som ble omtalt over, dvs. hva som skal skje med produktet etter at prosjektet er avsluttet:

Er poenget at institusjonene skal bygge opp denne kompetansen in house?

Kilde: Intervjuer

Respondentene ønsker at Kulturrådet følger de enkelte prosjektene mer aktivt, for eksempel gjennom en utpekt mentor e.lign., både for støtte til den som gjennomfører prosjektet og for å bidra til kunnskapsoverføring. Det ytres også et ønske om at Kulturrådet hadde mer innovasjonskompetanse, for eksempel om innovasjonsprosessen – hvor er fallgruvene og hvordan kommer man i land.

Hadde vært positivt hvis Kulturrådet hadde skjønnet verdien av å hjelpe et kommersielt nettverk. Stor forskjell på kontakten med Kulturrådet og Innovasjon Norge, vi føler mer kobling til Innovasjon Norge.

Kilde: Spørreundersøkelsen

Som nevnt over er det flere som etterlyser en mulighet for å søke om tilskudd flere ganger, også til videreutvikling av et og samme prosjekt eller tiltak. Her er det vel statsstøtterelementet som forhindrer dette, men en mulighet som noen fremmer, er at man heller får et mindre årlig beløp over en lengre periode enn et litt større beløp én gang. Mange av virksomhetene bruker mye ressurser på å søke om prosjektmidler, og den typen midler er også viktige for å gjennomføre den kunstneriske delen av virksomheten, men de kan ikke brukes på generell bedriftsutvikling. Akkurat det har vært en viktig del av at tilskuddet til Næringsutvikling oppleves som så nyttig – at man for en gangs skyld har fått støtte til å utvikle sin egen bedrift, og ikke bare enkelte (kultur)prosjekter.

Bedre samhandling mellom Kulturrådet, Innovasjon Norge og eventuelle andre aktører etterspørres også. En idé som foreslås, er at Innovasjon Norges regionkontor involveres når det gis støtte til regional bransjeutvikling. Hvis tanken er at de som har fått dette tilskuddet etter hvert skal kunne kvalifisere til tilskudd til bedriftsnettverk gjennom Innovasjon Norge, så kan dette absolutt ha noe for seg. Når nå både regional bransjeutvikling og bedriftsnettverk finansieres av fylkeskommunene (også om

bedriftsnettverk fortsatt forvaltes av Innovasjon Norge), kan det kanskje være hensiktsmessig å legge opp til en slik koordinering.

5.3 Måloppnåelse – Kulturrådet

Målene for KKN-satsingen i Kulturrådet er å styrke enkeltkunstnernes muligheter for økte inntekter og legge til rette for mindre virksomheter som utgjør støtteapparatet rundt utøvende og skapende virksomhet regionalt, dvs. at flere skal kunne livnære seg av sin kunstneriske virksomhet. Målgruppen for tiltakene er kunstnere og mindre virksomheter som jobber med formidling og salg av kulturelle uttrykk, samt regionale kompetansemiljøer som støtter opp om disse. Videre har man som mål å bidra til kunnskapsutvikling hos disse virksomhetene og mer etablerte kulturinstitusjoner.

For å måle hvorvidt Kulturrådet når disse målene har vi brutt de ned til et antall indikatorer, basert på informasjon om de bedrifter som har fått tilskudd og annen dokumentasjon fra Kulturrådet. Det er allikevel flere av målene som det ikke er mulig for oss å vurdere, for eksempel hvordan støtten til de regionale bransjeaktørene spiller over til enkeltkunstnere og mindre virksomheter. Det finnes ikke noen samlet oversikt over hvem som nyter godt av det arbeid som gjøres i de regionale «hubene». Tilbakemeldingene fra intervjuer med tilskuddsmottakerne tyder imidlertid på at man har klart å nå ut til de egentlige målgruppene og bidratt til å spre kompetanse til disse.

Av tabell 5.3 ser vi at tilskuddsbeløpet som gis til gründere, dvs. bedrifter som er tre år eller yngre, har blitt redusert fra 2017 til 2020. Dette skyldes delvis at Utviklingsprogrammet, som ble etablert i 2019, retter seg mot etablerte institusjoner. Kulturrådet har heller ikke noe eget mål om å fremme gründere. Antallet bedrifter som får tilskudd har økt, men ikke i samme takt som økningen i totalramme. Dette skyldes at gjennomsnittlig beløp pr. tilskudd har økt fra 2017 til 2020.

» Tabell 5.3 Informasjon om tilskudd og tilskuddsmottakere

Indikator	2017	2018	2019	2020
Antall søknader	238	233	244	235
Antall tilsagn	62	57	66	69
Antall unike/nye bedrifter som har fått tilskudd	62	52	53	44
Totalt bevilget beløp som tilskudd, mill. kr	17,5	18,4	24,8	25,2
Totale tilskudd til gründere (andel av totalt tilskudd)	4,1 mill. kr (23 %)	2,0 mill. kr (11 %)	4,4 mill. kr (18 %)	2,2 mill. kr (9 %)
Gjennomsnittlig beløp pr. tilskudd	282 300	322 800	375 800	365 200

Note: Informasjonen i tabellen er hentet fra data fra Kulturrådet over de spesifikke støttemottakerne/deltakerne i KKN-satsingen. Ordningen Ovasjon inngår ikke i tabellen. Gründere er bedrifter yngre enn 3 år.

Kilde: Kulturrådet

» Tabell 5.4 Tre kvalitative indikatorer for Kulturrådets støtteordninger til KKN.

Indikator	
Andel nye tilskuddsmottakere	Det er 211 unike mottakere for alle ordningene i alle årene. For næringsutvikling er det 114 unike mottakere. Av de 114 finner vi igjen 75 i SSDB, og av de 75 har 41 fått tilskudd også fra andre enn Kulturrådet.
Geografisk fordeling: søknader, tilskudd og beløp pr. region	For alle tre tilskuddsordningene er det en overvekt av støtte til Oslo-området. Regional bransjeutvikling har en god spredning over hele landet for hele perioden, men med relativt store forskjeller fra år til år (til dels tilfeldig, da det kan variere hva som faktisk kommer inn av søknader fra hvert fylke). Næringsutvikling har en stor overvekt i Oslo, men også en del tilskuddsmottakere fra Vestlandet. Utviklingsprogram for kulturinstitusjoner har en overvekt i Oslo, men her er Innlandet og Nord-Norge i større grad representert enn for de andre ordningene.
Bransjemessig fordeling	Samlet for de tre ordningene er det en stor overvekt av tilskuddsmottakere innenfor utøvende og kunstnerisk virksomhet (31 prosent av totalt tilskudd). Den bransjen som har færrest tilskuddsmottakere er arkitektur (1,5 prosent), mens øvrige bransjer befinner seg mellom 5 og 16 prosent.

6 Norwegian Arts Abroad

Norwegian Arts Abroad (NAA) er en paraply sammenslutning/nettverk av sju bransjeorganisasjoner som samarbeider om å fremme norsk kunst internasjonalt og nasjonalt. Tiltakene som skal evalueres gjelder midlene som er tildelt for å styrke aktører som arbeider med internasjonalisering, markedsføring og salg av medlemsorganisasjonenes kunst og kultur. Disse organisasjonene kan også gi støtte til enkeltaktører. Kunstorganisasjonene som samarbeider er:

- Norwegian Literature Abroad (NORLA)
- Norsk filminstitutt (NFI)
- Music Norway
- Danse- og Teatersentrum, Performing Arts Hub Norway (DTS/PAHN)
- Office for Contemporary Arts Norway (OCA)
- Norwegian Crafts
- Design og Arkitektur Norge (DOGA), som er medlem i nettverket, men ikke en del av evalueringen, da man ikke har fått det ekstra tilskuddet fra Kulturdepartementet.

Det overordnede målet med tildelingene til NAA-ene innenfor KKN-satsingen er økte inntekter i de seks bransjene. Dette skal skje gjennom innsatser for å styrke aktørene som jobber med å markedsføre og selge norsk kultur internasjonalt innenfor de fem bransjene.

Innsatslogikk

Organisasjonene som er samlet under Norwegians Arts Abroad, med unntak av DOGA, fikk i perioden 2017–2019 en million kr hvert år innenfor KKN-satsingen. Formålet er å styrke støtteapparatet rundt utøverne for å styrke markedsmuligheter og internasjonalisering. Med andre ord,

man forsøker å bygge og styrke bransje rundt kunstnere/artister. For 2020 er tilskuddet fra Kulturdepartementet til disse organisasjonene økt, med 0,5 millioner kr til DTS/PAHN og Norwegian Crafts, 1 million kr til NFI, Music Norway og OCA, og 4 millioner kr til NORLA. Samtidig er den direkte koplingen til KKN-satsingen tatt ut av tilskuddsbrevene, og den økte bevilgningen skal brukes til å «legge til rette for profilering og økt eksport av norsk kunst og kultur gjennom gode insentivordninger» (Kulturdepartementet, 2019). Det varierer hvorvidt de ekstra midlene har blitt brukt til de ordninger som er etablert gjennom KKN-satsingen eller til andre tilskuddsordninger.

De enkelte organisasjonene er av svært varierende størrelse og «modenhet», og dette gjelder også i stor grad de «bransjer» de representerer (i hvert fall når det gjelder markedsperspektiv og internasjonalisering). Det betyr at organisasjonene har hatt svært ulike forutsetninger for å bruke den ekstra tildelingen på tilskiktet måte.

Sammenlignet med de andre ordningene er NAA relativt lite målt i både penger og innsats. Like fullt er denne ordningen interessant, dels fordi den er så spisset mot den enkelte bransje, men også fordi den er spisset i innretningen, idet den har fokus på å bygge bransje spesielt gjennom eksportrettet virksomhet.

6.1 Norwegian Literature Abroad (NORLA)

NORLA er en stiftelse finansiert av Kulturdepartementet, med et årlig driftsbudsjett på 20 millioner kroner (2020). NORLAs formål er å fremme norsk litteratur i utlandet, i form av støtte til oversettelser og annen promotering av norsk litteratur. NORLA jobber med tre områder:

» Figur 6.1 Innsatslogikk for NAA-enes arbeid med kulturell og kreativ næring.

Tilskudd	Tiltak	Forventet resultat	Overordnet formål
• Årlig tilskudd på 1 mill. kr. pr. aktør	• Styrke aktørene som arbeider med å markedsføre og selge norsk kultur og kunst internasjonalt	• Styrke aktører innenfor norsk kultur og kunst • Fremme norsk kunst internasjonalt	• Økte inntekter til de respektive bransjene

skjønnlitteratur, sakprosa og barne- og ungdomslitteratur, og hadde hovedansvaret for Norges deltakelse som gjesteland på bokmessen i Frankfurt i 2019.

Tilskuddsbrevene

I tilskuddsbrevet fra Kulturdepartementet for 2017 står det om den «ekstra» millionen at den skal brukes til å «iverksette tiltak som skal styrke aktørene i verdikjeden som jobber med å markedsføre og selge norsk kunst og kultur internasjonalt. Målsetningen er økte inntekter til de respektive bransjene». I tilskuddsbrevene for 2018 og 2019 videreføres tilskuddet og koples til satsingen «Litteratur ut i verden».⁴¹ Som nevnt over er ikke KKN-satsingen nevnt eksplisitt i tilskuddsbrevet for 2020, men ordningene er videreført som en del av NORLAs samlede portefølje av tilskuddsordninger.

Ordninger og tildelninger

For NORLA representerte det noe nytt å ha midler til direkte støtte av salgsleddet. I tillegg til å planlegge nye søkbare ordninger vurderte de først aktiviteter som senere ble en del av Litteratur ut i verden (LUV). Da Innovasjon Norge etablerte LUV for 2018, brukte NORLA noe av midlene til å ansette en prosjektkoordinator som bl.a. bistod Innovasjon Norge i dette arbeidet. Videre har man brukt midler til å bygge en informasjonsdatabase, www.booksfromnorway.com. Her finner man informasjon på engelsk om norske bøker i alle sjangre. Informasjonen utarbeides av rettighetshavere og NORLA, og er en rettighetsplattform. Ved utgangen av 2019 inneholdt basen Books from Norway 1700 titler fra 71 rettighetshavere og 200 profiler av oversettere til 42 språk (NORLA, 2020). I løpet av 2020 økte antall titler med ca. 100, og basen representerer nå 73 rettighetshavere og 217 profiler av oversettere til 43 språk. Antall brukere av nettsiden har også økt fra knappe 28 400 i 2019 til 34 000 brukere i 2020.

For 2019 og 2020 har NORLA brukt hhv. 492 000 og 174 000 kroner på prosjektkoordinator og rettighetsplattformen. Det betyr at det for disse to årene har vært tilgjengelig omtrent 500 000 og 800 000 kroner til tilskuddsordningene som ble etablert i KKN-satsingen.

NORLA har etablert følgende tilskuddsordninger innenfor bevilgningen:

- *Reise- og nettverksstøtte*: hvor agenter kunne søke om midler for å arrangere nettverksmøter i nye markeder, med en støttesats på 3 000–20 000 kroner. Her tar man imot søknader løpende. Tilskuddsmidlene kan brukes til reise- og nettverksaktiviteter som fremmer internasjonaliseringen av norsk litteratur, for eksempel besøk til messer, festivaler og andre bransjespesifikke møteplasser. Det legges vekt på nyskapende aktiviteter, internasjonal relevans og langsiktig betydning.
- *Prøveoversettelser*: en utvidelse av eksisterende ordning hvor det kan gis 15 000–20 000 kroner (maksimalt 30 000 kroner) til oversettelse av ca. 50 sider av en bok. Hvert agentur/forlag kan søke om opptil fem utvidede prøveoversettelser pr. år. To utlysninger pr. år.
- *Eksport- og markeditiltak i utlandet for norske bøker og forfattere*: Høsten 2019 lanserte NORLA en ny tilskuddsordning rettet mot norske litterære agenturer og andre profesjonelle aktører innen rettighetssalg av litteratur til utlandet. Ordningen skal bidra til å styrke eksport, etterspørsel og markedsutvikling for norske bøker og forfattere i utlandet, og med det øke inntjeningen til norske aktører. Tilskuddsordningen ønsker å stimulere gode markedsideer og spissede satsinger for titler med særlig potensial for eksport, samt å initiere nye og styrke eksisterende samarbeidsprosjekter med internasjonale utgivere, underagenter og andre aktuelle samarbeidspartnere.

I 2019 og 2020 kom det inn i alt hhv. 41 og 52 søknader til disse ordningene, og av disse ble 30 bevilget hvert år, se tabell 6.1. Tilslagsprosenten, beregnet basert på søkt og tildelt beløp, er høy, med 40 prosent i 2019 og 47 prosent i 2020. Det er kun tolv unike søkere disse årene, og alle disse har fått tilskudd minst én gang. To av søkerne har kun søkt én gang, mens et av agenturene har søkt hele 16 ganger, og fått bevilget tilskudd for ni av disse. Alle syv deltakerne i Litteratur ut i verden har også fått tilskudd fra NORLA.

41 For 2018 og 2019 fikk NORLA tilført ytterligere 15 millioner kroner hvert år for gjennomføring av prosjektet Norge som gjesteland på bokmessen i Frankfurt 2019. Dette tilskuddet ble bevilget over Kulturdepartementets, Nærings- og fiskeridepartementets og Utenriksdepartementets budsjetter.

Tabell 6.1 Søknader og tilskudd til NORLAs ordninger i KKN-satsingen 2019 og 2020, antall og tusen kroner

Ordning	2019		2020	
	Søknader	Innvilget	Søknader	Innvilget
Eksport- og markedstiltak, antall	5	4	12	10
Eksport- og markedstiltak, beløp	205	155	336	342
Reise- og nettverksstøtte, antall	12	10	6	5
Reise- og nettverksstøtte, beløp	164	62	58	25
Prøveoversettelser, antall	24	16	34	15
Prøveoversettelser, beløp	529	142	734	250
TOTALT, antall	41	30	52	30
Beløp	898	362	1 319	617
Tilslagsprosent av beløp		40 %		47 %

Note: Tilgjengelig beløp var ca. 500 000 kr i 2019, og 800 000 kr i 2020. Ubrukte midler overføres til kommende år eller brukes på andre ordninger/til administrasjon.

Kilde: NORLA

Gjennomføring

I 2019 var det et stort fokus på Tyskland grunnet Norges rolle på bokmessen i Frankfurt, og mye av reisetilskuddene ble gitt til sentrale møteplasser som Berlinale i Berlin og Bokmessen i Frankfurt (NORLA, 2020). Blant prøveoversettelsene i 2019, hvor det var syv titler som fikk tilskudd, er det gjort 31 konkrete salg til utenlandske forlag og to konkrete salg til film/TV.

Ifølge NORLA er det stor etterspørsel etter ordningen med prøveoversettelser, fordi dette er viktig i agentenes innsalgsprosess. NORLA oppgir at man har måttet arbeide mer for å markedsføre nettverksstøtten, hvilket kan skyldes at agentene ikke har hatt noen tilsvarende ordning tidligere. Disse aktørene har typisk blitt invitert til bransjetreff m.v. som NORLA har arrangert, men har tidligere måttet betale reisekostnader m.v. selv. I tillegg kan det at støttebeløpene er så pass små (i snitt bevilges

det 5 800 kroner pr. innvilget søknad), være en grunn til at man ikke prioriterer ressurser på å søke. Ved etablering av begge støtteordningene ble imidlertid bransjeaktørene (agentene) involvert, ettersom NORLA mener at det var viktig å få ordninger som fanget deres behov. At det er få søknader i 2020 skyldes selvsagt koronapandemien.

Alle støtteordningene er tydelig markedsført på NORLAs hjemmeside. Søknaden gjøres gjennom et skjema som kan lastes ned fra denne hjemmesiden, og sendes pr. e-post.

6.2 Norsk filminstitutt (NFI)

Norsk filminstitutt er statens forvaltningsorgan på filmområdet, og skal arbeide for å nå målene for den statlige politikken på feltet. Norsk filminstitutt forvalter de statlige virkemidlene på følgende områder: utvikling, produksjon,

distribusjon, lansering, filmformidling og filmkultur. Film-instituttet er Kulturdepartementets rådgivende organ på disse områdene. NFI har en total budsjettamme på 115 millioner kroner. Videre forvalter NFI Filmfondet og andre tilskuddsordninger, slik at man forvalter en total ramme på om lag 650 millioner kroner pr. år.

Tilskuddsbrevene

For den «ekstra» millionen i KKN-satsingen legges det ikke noen føringer i tilskuddsbrevene for 2017–2020, utover å «iverksette tiltak som skal styrke aktørene i verdikjeden som jobber med å markedsføre og selge norsk kunst og kultur internasjonalt».

Ordninger og tildelninger

I 2017 utlyste NFI de ekstra midlene som tilskudd til pilotprosjekter for å markedsføre en eller flere audiovisuelle produksjoner – dramaserie, spillefilm, kortfilm, dokumentarfilm eller spill – internasjonalt. Man prioriterer tilskudd til prosjekter der søker ville utforske nye salgsmetoder og plattformer, nye forretningsmodeller og nye samarbeidspartnere eller helt nye markeder/territorier med målsetting om å bidra til at en større andel av inntektene ved internasjonalt salg går til norske rettighetshavere (NFIs årsrapport for 2017). Søkers gjennomføringsevne og realiserbarheten i prosjektet legges også til grunn. Hensikten er å styrke aktørene i verdikjeden som jobber med å markedsføre og selge norske audiovisuelle produksjoner internasjonalt, slik at en større andel av inntekten ved internasjonalt salg går til norske rettighetshavere.

I 2017 mottok NFI totalt fem søknader, hvorav tre fikk innvilget tilskudd, med en total ramme på 850 000 kr.⁴² Rammen for 2018 var dermed 1,15 millioner kroner. NFI mottok 21 søknader, hvorav åtte til lansering av enkeltproduksjon og 14 til felles lanseringstiltak for flere prosjekter. Det var to av prosjektene som fikk tildelt støtte. I 2019 mottok man 13 søknader, av disse var det åtte søknader om tilskudd til lansering av enkeltproduksjon og fem til felles lanseringstiltak. To av prosjekter fikk tildelt tilskudd på hhv. 700 000 og 300 000 kr.

Gjennomføring

I forbindelse med Nullpunktanalysen uttalte NFI at de er vesentlig forskjellige fra de andre NAA-ene. De er større, forvalter mer midler, og er en statlig organisasjon. Det siste betyr at man har andre regelverk og føringer fra departementet å forholde seg til enn de andre NAA-ene – som stort sett er stiftelser eller frittstående organisasjoner. Midlene til disse pilotprosjektene utgjør også kun en marginal andel av den totale porteføljen som NFI forvalter (0,1 prosent i 2019, økt til 0,3 prosent i 2020).

For å være sikre på å støtte den norske delen av filmbransjen meldte NFI i forbindelse med Nullpunktanalysen at det brukte den ekstra millionen til produsenter, eller aktører som gjør fellestiltak overfor produsenter. De har støttet innovative prosjekter for å selge filmer til utlandet.

NFI melder i sin rapportering til Kulturdepartementet for 2018 at man gjerne skulle sett noe større dristighet og variasjon i søknadene, men at tilfanget sannsynligvis beror på at de internasjonale verdikjedene for audiovisuelle produksjoner styres av tradisjonelle mekanismer og forretningsmodeller.

I filmbransjen er det ikke mulig å lage et skarpt skille mellom kultur og marked, og det er en sterkt kommersialisert bransje. Ifølge NFI har filmprodusentene allerede gode nok ordninger, og man ønsker derfor å vinkle bransjemidlene vekk fra produsentene til å støtte markeds plasser, der finansiering og salg foregår. Hensikten er å bidra til å skape gode markeds plasser for norsk film.

Det kan også være verdt å nevne at NFI har et oppdrag når det gjelder å fremme norsk spillbransje. I 2019 utformet regjeringen en dataspillstrategi, Spillerom, sammen med NFI, Medietilsynet og Kulturtanken (Kulturdepartementet, 2019). «Spillerom» gjelder for perioden 2020–2022, og skal bidra til å løfte dataspill som selvstendig kulturuttrykk, kunstform, næring og fritidsaktivitet. I 2017 tildelte NFI over 27 millioner kroner til dataspill i 2019, og bidro til en rekke bransjeorienterte arrangementer gjennom året (Norsk Filminstitutt, 2020).

42 Tildelingen var på hele rammen, men 150 000 kr ble tilbakebetalt fra tilskuddsmottaker, dvs. at det kun var to tilskuddsmottakere i 2017.

6.3 Music Norway

Music Norways formål er å legge til rette for eksporttiltak og internasjonal profilering av norsk musikk. Virksomheten skal bl.a. være en internasjonal støttespiller og tilrettelegger for norsk musikkbransje. Music Norway er organisert som en stiftelse, og virksomheten finansieres av Kulturdepartementet og forvalter midler på vegne av Utenriksdepartementet.

Tilskuddsbrevet

I tilskuddsbrevet for 2017 fra Kulturdepartementet står det om det økte tilskuddet (1 million kroner): «Tilskuddet skal gå til målrettet satsning for å styrke internasjonal markedsutvikling og støtteapparatet som bidrar til dette. Music Norway kan benytte en mindre andel til forvaltning av ordningen». For 2018–2020 videreføres tilskuddet uten noen endringer, med unntak av at bevilgningen økte til to millioner i 2020. Total tildeling til Music Norway fra Kulturdepartementet er på ca. 25 millioner kroner pr. år.

Ordninger og tildelninger

Music Norway har lagt inn den ekstra bevilgningen i en nyoppstartet bransjetilskuddsordning. Denne ordningen skal bidra til at profesjonelle norske bransjeaktører kan delta i et internasjonalt marked for å fremme salg og spredning av norskprodusert musikk. Formålet er å øke markedsverdien, etterspørselen og oppmerksomheten til artistene de representerer, samt utvide nettverket, øke markedsinnsikten og bedre omdømmet til det norske støtteapparatet. Tilskuddet skal bidra til å skape mer internasjonalt samarbeid og flere avtaler som øker eksportinntektene og markedsandelen til artisten og/eller selskapet. Målsettingen er at norske aktører – utøvere, opphavere og støtteapparat – skal kunne teste nye markeder og finne lokale samarbeidspartnere når artisten eller verket de representerer er eksportklart.

Gjennom ordningen Bransjetilskudd kan støtteapparatet rundt musikerne (dvs. selskaper som forvalter mer enn egne rettigheter) søke støtte til:

- *Markedsføring*: Tiltak som skal utløse økt internasjonal etterspørsel, herunder kjøp av PR- og markedsføringstjenester fra tredjepart ved lanseringer og/eller turné i utlandet, reise- og oppholdsutgifter i forbindelse med promo-opptreden på radio eller TV og kjøp av annonsering i internasjonale mediekkanaler.
- *Møtevirksomhet*: Man kan søke tilskudd til reise- og oppholdsutgifter i forbindelse med næringsrettet møtevirksomhet i utlandet.
- *Bakkekontakt*: Tilskudd til dekking av reise- og oppholdskostnader (maks 50 prosent) ved lengre arbeidsopphold i ett og samme marked (1–3 måneder).

For alle tilskuddsordningene kreves det en egenfinansiering på minst 50 prosent. Music Norway bruker portalen stikk.no for alle søknader om tilskudd. Det er søknadsfrist hver måned, dvs. tolv ganger pr. år. Fordelingen av tilskuddsmidlene fattes av Music Norways fagutvalg. Ved behov innhenter fagutvalget ekstern ekspertise. Music Norway utfører utvalgets sekretariatsfunksjoner.

Denne tilskuddsordningen er en del av Music Norways samlede virkemiddelportefølje. Den totale porteføljen inneholder tilskudd i størrelsesorden ti millioner kroner⁴³ og finansierer andre programaktiviteter (for eksempel kompetanseprogram, trademissions, mentortjenester, seminarer og kurs) til nærmere 4 millioner kroner (Music Norway, 2020).

Music Norway er også involvert i det pågående eksportprogrammet for musikk, se omtale i kapittel 4.

I perioden 2017–2020 har Music Norway mottatt 691 søknader til Bransjetilskudd, og av disse har 455 blitt innvilget. Det er i alt 243 unike søkere, og av disse har 178 fått tilskudd. De aller fleste har kun fått tilskudd én gang (100 stykk), mens én søker har fått tilskudd hele 20 ganger i denne perioden. Fordeling av søknader og tilskudd pr. år og ordning fremgår av tabell 6.2. Søknadsbeløpet var relativt stabilt 2017–2019, men i 2020 var det mer enn en fordobling av søknadsbeløpet (men ikke tilsvarende økning i antall søknader), videre var det nesten utelukkende søknader og tilskudd til markedsføring i 2020, hvilket er som forventet gitt at all reisevirksomhet i prinsippet har vært avlyst.

43 Andre typer av tilskudd omfatter reisetilskudd til utøvere og opphavere, arrangørtilskudd til eksportarenaer (presse- og ekspertbesøk, låtskriversamlinger m.v.), tilskudd til større internasjonale lanseringer.

» Tabell 6.2 Søknader og tilskudd til Music Norways Bransjetilskudd, 2017–2020, antall og tilskudd i tusen kroner. Søkt/bevilget

Ordning	2017	2018	2019	2020
Bakkekontakt, antall	5 / 3	8 / 7	7 / 3	2 / 1
Bakkekontakt, beløp	214 / 90	457 / 228	361 / 80	137 / 45
Markedsføring, antall	72 / 37	60 / 30	74 / 46	180 / 114
Markedsføring, beløp	2 437 / 579	2 272 / 510	2 706 / 950	9 585 / 2 884
Møtevirksomhet, antall	84 / 63	90 / 63	93 / 78	16 / 11
Møtevirksomhet, beløp	1 138 / 413	893 / 315	813 / 505	114 / 62
TOTALT, antall	161 / 103	158 / 100	174 / 127	198 / 126
Beløp	3 818 / 1 083	3 622 / 1 053	3 880 / 1 535	9 836 / 2 991
Tilslagsprosent i beløp	28 %	29 %	40 %	30 %

Kilde: Music Norway, Stikk.no

Gjennomføring

Ifølge Music Norway har det kun vært marginale endringer i ordningen, hvilket skyldes at ordningen har trufet godt, dvs. at det ikke har vært behov for justeringer. Endringer som er gjort, er begrunnet med endringer i bransjen. Det som peker seg ut er endringene i 2020 med et vesentlig større trykk på markedsføringstilskuddet, og at søknadene i alt større grad er knyttet til digitale plattformer. At reisevirksomheten har stoppet opp (og dermed behovet for tilskudd til møtevirksomhet og bakkekontakt) skyldes koronapandemien, mens en økt bruk av digitale plattformer kan være en del av en mer langsiktig trend, om enn påskyndet av pandemien.

Music Norway har også endret innretning noe, hvor man i 2020 åpnet for å dekke kostnader i forbindelse med produksjon av spesifikt marketingmateriell. De åpner også opp for å jobbe med søkere i to eller flere faser, med en egen mulighet for de som er helt i startfasen i tillegg til de søkere som er mer etablerte. Dette kan være i form av trappetrinn der søkerne beveger seg opp stegvis og blir mer profesjonalisert. Music Norway ønsker at det skal være en lav terskel for å prøve seg, hvilket man mener vil bidra til å øke kompetansen, slik at sjansen for å lykkes blir bedre ved neste søknad.

Music Norway mener at ordningen er godt kjent i bransjen, men at de også må arbeide med å markedsføre ordningen for å nå frem til de som ikke søker like ofte eller kjenner til mulighetene. Som nevnt over er det mange av de samme søkerne som går igjen, så er det viktig for Music Norway med et stadig tilslag av nye søkere. Et bredt tilfang av søkere kan være viktig i Music Norways arbeid med å analysere hvilke behov bransjen har og for å vurdere hvorvidt man skal utvikle og/eller øke innsatsen i denne ordningen contra andre ordninger man forvalter.

6.4 Danse- og teatersentrum / Performing Arts Hub Norway (DTS/PAHN)

Stiftelsen Danse- og teatersentrum (DTS) er et nasjonalt kompetansesenter organisert som en nettverksorganisasjon. DTS er rådgivende organ for Utenriksdepartementet i spørsmål om scenekunst, og forvaltningsorgan for departementets reisestøtteordning for norske scene-kunstnere til utlandet.

Tilskuddsbrevene

Styrkingen med en million kroner i 2017 var i tilskuddsbrevet fra Kulturdepartementet for 2017 gitt følgende føring:

Tilskuddet skal gå til målrettet satsning for å styrke internasjonal markedsutvikling og støtteapparatet som bidrar til dette. Danse- og teatersentrum kan benytte en mindre andel til forvaltning av ordningene.

I tilskuddsbrevet for 2019 var formuleringen:

Som en del av regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring fikk tilskuddsmottaker (DTS) økt tilskuddet med 1 mill. kr i 2017 for å styrke aktørene i verdikjeden som jobber med å markedsføre og selge norsk kunst og kultur internasjonalt. Målsetningen er økte inntekter til de respektive bransjene. Tilskuddet videreføres i 2019.

Tilskuddet ble også videreført for 2020, men med en økning med 0,5 millioner kroner, til totalt 1,5 millioner kroner. DTS totale tilskudd fra Kulturdepartementet var i 2020 5,5 millioner kroner.

Ordninger og tildelninger

Selve tilskuddsøkningen har gått til tre konkrete tiltak:

- ressurstilgang i form av en medarbeider (60 prosent stilling) som arbeider konkret med styrking av verdikjeden, bransjebygging, markedsutvikling, salgs- og promoteringskompetanse i feltet
- tilskuddsordningen Bransjetilskudd som skal stimulere til økt visning og visningsmuligheter i utlandet, og som består av to typer av støtte:
 - o *Reisestøtteordning for produsenter/managere*: Skal bidra til økt profesjonalisering og

markedsbygging, styrke produsentenes langsiktige arbeid, samt øke internasjonal aksjonsradius. Reisestøtten skal bidra til at norske scenekunstnere som engasjeres i utlandet, settes i stand til å gjennomføre engasjementer.

- o *Promo-/markedsføringstiltak*: Kompanier og produsenter/kunstnere kan søke om å få dekket 50 prosent av kostnadene i forbindelse med markedsføring/promotering av internasjonale visninger. Markedsføringstiltak skal gjøre det mulig for scenekunstnere å kjøpe PR- og markedsføringstjenester fra tredjepart ved lansering og/eller visning i utlandet.

Ordningene for bransjetilskudd ble justert i 2020 for å bedre ta hensyn til kunstnernes situasjon under pandemien. Det kunne søkes tilskudd om digital formidling, tilretteleggelse for internasjonal promotering ved tilrettelagt materiale og oversettelse av nettsider, og bruk av digitale verktøy etc.

DTS/PAHN har valgt å ha en løpende saksbehandling for sine tilskuddsordninger. Søknadene behandles administrativt, hvor saksbehandler i administrasjonen lager en innstilling, og vedtakene skjer på direktørnivå. Ved behov kan Fagutvalget for UD reisestøtte eller andre relevante kontakter konsulteres. Ordningene har en rask saksbehandling (4 uker for bransjetilskudd, og 5–8 uker for UD reisestøtte).

I perioden 2017–2020 har DTS/PAHN mottatt 123 søknader til Bransjetilskudd, og av disse har 95 blitt innvilget. Det er i alt 73 unike søkere, og av disse har 63 fått tilskudd, dvs. at det er ti søkere som aldri har fått tilskudd. De aller fleste har kun fått tilskudd én gang (51 stykk), mens én søker har fått tilskudd hele ti ganger i denne perioden. Fordeling av søknader og tilskudd pr. år og ordning fremgår av tabell 6.3. Det har vært noen variasjoner i både antall søknader og søkt beløp i de fire årene. Det var både flest søknader og tildelninger i 2020. De fleste tilskuddene går til dans (47 prosent av innvilget beløp) fulgt av teaterforestillinger (27 prosent).

▸ Tabell 6.3 Søknader og tilskudd til DTS/PAHNs Bransjetilskudd, 2017–2020, antall og tilskudd i tusen kroner. Søkt/Bevilget

Ordning	2017	2018	2019	2020
Bransjetilskudd, antall	16 / 12	37 / 27	27 / 21	43 / 35
Bransjetilskudd, beløp	483 / 169	944 / 272	450 / 211	954 / 424
Tilslagsprosent i beløp	35 %	29 %	47 %	44 %

Kilde: DTS/PAHN, Stikk.no

Gjennomføring

DTS/PAHN oppgir at det for scenekunstheltet er viktig å skreddersy forvaltningen av ordningene til det internasjonale markedet. Man holder seg oppdatert på dynamikken i markedet gjennom søknadene til de tre tilskuddsordningene, gjennom rapporter avgitt etter endt prosjekt og tett kontakt med norske kompanier og scenekunstnere samt den internasjonale levende scenen. Det er også viktig å se disse «nye» ordningene sammen med DTS/PAHNs øvrige ordninger, og andre virkemidler og ordninger for internasjonalisering av norsk kultur (se Samfunnsøkonomisk analyse (2020b) for en gjennomgang av alle ordninger for internasjonalisering av norsk kunst og kultur). For eksempel arrangerer DTS/PAHN bransje- og messetreff med delegasjoner av scenekunstnere, og produsenter får mulighet for presentasjon og pitching (program under tittelen «Norway Now»). Disse bransjeprosjektene finansieres av prosjektmidler fra Utenriksdepartementet kombinert med midler fra Kulturdepartementets satsing. I 2020 fikk DTS/PAHN en reduksjon i bevilgningen fra Utenriksdepartementet på hele 1,4 millioner kroner, slik at man til tross for økning i bevilgningen fra Kulturdepartementet fikk en reduksjon i det totale budsjettet på 0,9 millioner kr.

I 2017 brukte DTS/PAHN en del av midlene fra KKN-satsingen til å styrke staben med en stilling i 60 prosent. DTS/PAHN skriver i årsrapporten for 2017 at man med denne tildelingen har klart å styrke støtteapparatet og tilgangen til internasjonale markeder generelt og mot Asia spesielt. Midlene ble videreført i 2018, og engasjementet ble forlenget, og gikk i 2019 over til en fast heltidsstilling.

Ifølge årsrapportene for 2017 og 2018 har begge tilskuddsordningene vist seg å være treffsikre og nytende innenfor to viktige deler av den internasjonale næringskjeden. Reisestøtteordningen har bidratt til økt profesjonalisering og markedsbygging, og skal være med på å styrke produsentenes langsiktige arbeid samt øke den internasjonale aksjonsradiusen. DTS arbeider strategisk, langsiktig og systematisk med å styrke arbeidsrommet for fri scenekunst i Norge og internasjonalt. Årsrapporten for 2019 peker på at DTS/PAHNs internasjonale mandat ble styrket med tildeling fra Kulturdepartementet i 2017, og at dette ble videreført i 2019.

Ordningene er også videreført i 2020, med enkelte tilpasninger grunnet koronapandemien, for eksempel er det mange søknader til prosjekter som oppgradering av nettsider, virtuelle presentasjoner av forestillinger, oversettelser og digitale promoteringsflater. Ifølge DTS/PAHN etterspør bransjen digital kompetanse, og hjelp med å «komme gjennom skjermen».

DTS/PAHN er fornøyd med organiseringen av arbeidet knyttet til KKN-satsingen. De har funnet en form som fungerer godt, og med fokus på NAAenes felles metodeverk kapital, kompetanse og nettverk. Denne norske modellen gir en felles metode for alle kunstfelt, men tilpasset hvert enkelt felt/uttrykk.

I 2020 har DTS/PAHN blant annet laget et veikart i samarbeid med Utenriksdepartementet for å holde partnere i gang. Man har arbeidet aktivt med en løpende dialog for å vise at den norske scenen er til stede på både nordisk og internasjonalt nivå. Dette ses som et viktig langsiktig arbeid, da dagens digitale tiltak stort sett bare er substitutter for «fysiske» forestillinger og fremtredener.

DTS/PAHN er bekymret for den reduserte støtten fra UD, da den er viktig i starten av internasjonaliseringskjeden – støtten fra UD og samarbeidet med utenriksstasjonene er viktige for å vekke interessen for norsk scenekunst. Det er først etter dette at det kan ligge til rette for den type eksport som midlene fra Kulturdepartementet skal fremme. Ifølge DTS/PAHN er scenekunst et estetisk marked som må bearbeides på en annen måte enn et mer kommersielt marked. For å få til denne internasjonaliseringskjeden etterlyser DTS/PAHN et bedre samarbeid og dialog mellom de berørte departementene.

DTS/PAHN etterspør også tilskuddsordninger som er rigget mot kompanier, og som kan fange opp de kompanier som ikke lenger har en basisfinansiering. Basisfinansieringen er blitt erstattet av Kunstnerskapsstøtte med maksimum tildeling for fem år. Kontinuitet i tilskuddene er avgjørende for å bygge seg et navn ute, og ifølge DTS/PAHN etterspør aktørene minimum ti år med driftstilskudd. Dette er imidlertid en ordning som ligger utenfor KKN-satsingen, også om den type støtte kan være viktig for å bygge sterke aktører og dermed delvis har de samme målene som ordningene under KKN-satsingen.

6.5 Office for Contemporary Arts Norway (OCA)

Office for Contemporary Art Norway ble stiftet i 2002 av Kulturdepartementet og Utenriksdepartementet. Hovedmålet er å utvikle og opprettholde en dialog mellom norske utøvere og den internasjonale kunstscenen, og å støtte norske kunstnere i deres aktiviteter internasjonalt. OCAs mål er å

- øke internasjonal kjennskap til norsk kunst
- promotere norske kunstnere og kulturprodusenter som har internasjonalt potensial

- være den ledende kanalen for informasjon om norsk samtidskunst til forskere og publikum i Norge og internasjonalt
- presentere foredrag, symposier m.v. om internasjonal samtidskunst i Norge
- utforske synergier mellom kunstnere og forskere (akademia)
- fungere som et diskusjonsforum og delta i den intellektuelle diskursen om kunst og kultur.

OCA er finansiert av Kulturdepartementet og UD, hvor Kulturdepartementet finansierer driften og utgifter til norsk deltakelse i biennalen i Venezia som OCA er ansvarlig for, og støtteordningen International Support for Galleries and Independent Exhibition Spaces (ISGIES). OCA fikk økt driftstilskuddet fra Kulturdepartementet med en million kroner i 2020, og fikk dermed totalt 20 millioner kroner fra Kulturdepartementet.

Midlene fra UD finansierer reisestøtteordningen International Support for norske og Norge-baserte kunstnere, samt flere kunstneropphold i utlandet for norske og Norge-baserte kunstnere, og besøksprogram inn til Norge for internasjonale aktører. Sistnevnte gir OCA en mulighet til å invitere kuratorer, museumsdirektører og nøkkelpersoner i den internasjonale kunstbransjen m.v. slik at de kan møte norske kunstnere og kuratorer. I 2020 var midlene fra UD til OCA på totalt 3,15 millioner kroner.

Tilskuddsbrevet

For 2017 fikk OCA en million kroner innenfor KKN-satsingen, hvor det i tilskuddsbrevet fra Kulturdepartementet står at

Midlene skal gå til støtteapparatet rundt kunstnerne for å styrke markedsmuligheter og internasjonalisering:

- støtte til kuratorer og kritikere i Norge som er invitert til å snakke om norsk kunst/norske kunstnere i utlandet (utstillinger, messer, konferanser, foredrag m.m.)
- støtte til oversettelse av kunstkritikk og annen tekst om norske kunstnere til engelsk
- støtte til kunstmagasiners deltakelse på internasjonale messer.

I tilskuddsbrevet for 2018 ble ordningen videreført. I 2019 ble det imidlertid gjennomført en større endring som omfattet både OCA og Norwegian Crafts, hvor deler

av tilskuddet som tidligere gikk til Norwegian Crafts (600 000 kroner) ble overført til OCA. Det ble også spesifisert at NAA-midlene skulle benyttes i tilskuddsordningen ISGIES, se nærmere omtale nedenfor. For 2020 ble ISGIES videreført.

Ordninger og tildelninger

I 2017 etablerte OCA et program for kuratorer og kritikere, ISACAT (International Support for Arts Critics, Curators, Art Magazines and Translation of Text), hvor det ble gitt støtte til

- kuratorer og kritikere som var invitert til å snakke om norsk kunst og kunstnere på internasjonale messer, utstillinger, konferanser, foredrag m.v.
- oversettelse av kritikker og andre tekster om norsk kunst til engelsk
- norske kunstmagasiner som inviteres til å delta på internasjonale messer.

I perioden 2017–2018 kom det inn i alt 39 søknader hvorav 34 ble bevilget, med et totalt støttebeløp på en drøy million kroner. Et begrenset antall søknader til ordningen medførte at de aller fleste av søknadene ble innvilget.

For 2019 ønsket Kulturdepartementet at tilskuddsordningen ISACAT ble erstattet med en ny variant av ordningen ISGIES (International Support for Galleries and Independent Exhibition Spaces). ISGIES ble opprinnelig etablert i 2015, og gav tilskudd til kommersielle aktører og kunstnerdrevne utstillingslokaler for besøk til eller utstillinger på internasjonale kunstmesser og i midlertidige utstillingsarenaer, og hvor støtten dekket utstillingsavgifter, transportkostnader, forsikringer og informasjonsmateriell. Rammen for ISGIES var fra starten tre millioner kroner. Grunnen til at Kulturdepartementet opprettet denne ordningen var at det manglet en søkbar ordning for gallerier og utstillingssteder som er aktive på samtidskunstmesser og arenaer internasjonalt. OCA, som i utgangspunktet støtter ikke-kommersielle prosjekter, og Norwegian Crafts hadde allerede strukturene for søknader på plass og kunne ta på seg dette.

I den nye ISGIES-ordningen har man sett mot Danmark for å finne en modell. I korte trekk går den nye ordningen ut på at man istedenfor å søke støtte til messedeltagelser heller er automatisk kvalifisert om man deltar på internasjonale messer/arenaer som på forhånd er godkjente. Det er OCA og Norwegian Crafts som godkjenner arenaene, og i hovedsak dreier det seg om kommersielle

messer. Listen over godkjente messer blir oppdatert hver oktober. Endringene skjer på bakgrunn av innspill fra bransjen om økt forutsigbarhet. ISGIES gir støtte til mes-
sedeltagerutgift, frakt, forsikring og markedsføringsmate-
riell, men kan ikke benyttes til å dekke reisekostnader.

I forbindelse med koronapandemien utarbeidet OCA og Norwegian Crafts i samarbeid med Kulturdepartementet et midlertidig tillegg til ordningen. I en periode tar ordningen, i tillegg til de vanlige søknadene, imot søknader fra gallerier og uavhengige utstillingssteder om styrkede digitale kommunikasjonsplattformer for å kunne fremme sine kunstnere mer effektivt internasjonalt. Det gis støtte til konkrete utgifter for å sikre digital tilstedeværelse for gallerier og uavhengige utstillingssteder som er rammet av utsettelsen eller kanselleringen av internasjonale kunstmesser på grunn av koronapandemien. Tilskuddsordningen gjelder for gallerier og uavhengige utstillingssteder som er aktive internasjonalt i dag og/eller som allerede har fått støtte fra ISGIES-ordningen.

Bevilgningene til ISGIES var fire millioner kroner i 2019, hvorav 600 000 kr var overført fra Norwegian Crafts' tildeling fra Kulturdepartementet. For 2020 var bevilgningen først foreslått til fem millioner med en overføring fra Norwegian Crafts på en million kroner, men dette ble senere justert til 700 000 kr, dvs. at rammen for ISGIES i 2020 var på 4,7 millioner kroner. I 2019 ble kun drøye tre millioner av rammen brukt opp, og det ubrukte beløpet ble ført over til 2020. Den totale rammen for 2020 var dermed 6,6 millioner kroner, men mindre enn halvparten ble bevilget, totalt 3,1 millioner kroner. Tabell 6.4 viser fordelingen av støtte på ulike typer kunstformer for de to årene. Det er totalt 20 unike søkere på ordningen. De aller fleste har kun fått støtte én gang, men tre gallerier har fått støtte

flere ganger. Alle søkere får innvilget støtte, men bevilget beløp kan justeres, og for eksempel var det 69 prosent av søkt beløp som ble innvilget i 2019.

Gjennomføring

For 2017 og 2018 oppfattet OCA at Kulturdepartementets føringer i tildelingsbrevet ga dem stor frihet til selv å bestemme hvordan de kunne innrette ordningene. OCA så et behov for å bygge på strukturen rundt kunstnerne, for å bygge langsiktige relasjoner, og for å selge den norske kunstneren. Man savnet kuratorer og kritikere som ambassadører for norsk kunst som kunne ta på seg denne rollen, og man utviklet derfor ISACAT.

Som nevnt oppfattet ikke Kulturdepartementet at dette var i overensstemmelse med bevilgningen, og ISACAT ble dermed kansellert etter to år. OCA mener at det var for tidlig å avslutte denne ordningen, også om man hadde relativt lave søkertall. Det tar tid å bygge opp en slik ordning, og gjennom å avslutte den allerede i 2018 fikk man ikke mulighet for å se hva den kunne ha ført til, og man fikk ikke sjanse til å videreutvikle ordningen. Generelt mener OCA at det mangler forskning som kan si noe om effekter av ordninger som ISACAT og ISGIES, og at ISGIES dermed er svakt fundert.

Ifølge OCA er det for få kuratorer og kunstprofesjonelle som kan advokere og promotere norske og Norge-baserte kunstnerne internasjonalt, dvs. fungere som profesjonelle ambassadører. ISGIES kan fungere som et komplement til slike agenter, men OCA stiller spørsmål ved om den ordningen kan erstatte disse. Det faktum at ikke hele avsetningen til ISGIES blir brukt kan

➤ **Tabell 6.4 Søknader og bevilgninger i ISGIES (International Support for Galleries and Independent Exhibition Spaces), 2019 og 2020, antall og tusen kroner.**

	2019	2020, ordinært	2020, koronatillegg	TOTAL
Antall tilskudd	24	13	6	31
Innvilget beløp	3 015	2 051	1 068	6 134
Type kunst, beløp				
Visual art/artist book fair	301	35		336
Visual art	2 205	1 852	753	4 810
Crafts and design	508	165	315	988

Note: For 2020 er tallene ikke komplette.

Kilde: OCA, stikk.no

også skyldes at det ikke er nok gallerier i Norge som er internasjonalt aktive, og at man dermed ikke trenger så mye midler. Spørsmålet er dermed om en del av midlene kunne vært brukt på en annen, og kanskje mer hensiktsmessig måte.

OCA mener at det er viktig med en tett og god dialog med Kulturdepartementet for å best mulig kunne rette inn virkemidler som kan bygge bransjen rundt kunstneren og det skapende leddet, og ønsker i utgangspunktet hyppigere møtepunkter enn de årlige rapporteringsmøtene.

6.6 Norwegian Crafts

Norwegian Crafts ble etablert i 2012 av Norske Kunsthåndverkere. Organisasjonens mandat er å styrke den internasjonale posisjonen for norsk kunsthåndverk. Norwegian Crafts mottar driftsstøtte fra Kulturdepartementet og tilskudd til prosjekter fra UD. Organisasjonens mål er å

- vekke internasjonal oppmerksomhet om kunsthåndverk fra Norge
- være en vital bidragsyter i den internasjonale teoriutviklingen på kunsthåndverksfeltet
- skape debatt og være deltagende på nye samfunnsarenaer
- bedre norske kunsthåndverkeres økonomiske situasjon gjennom ulike markedsutviklingsinitiativer
- støtte norske kunstnere, kuratorer og skribenter på kunsthåndverksfeltet i deres aktiviteter
- sikre tilstedeværelse for det norske kunsthåndverksfeltet på toneangivende internasjonale arenaer
- fasilitere samarbeid og utveksling mellom norske og internasjonale kunstnere, kuratorer, kritikere, skribenter og andre aktører på feltet.

Norwegian Crafts deler sitt arbeid i fem virksomhetsområder: utstillingsvirksomhet, markedsutvikling, teoriutvikling, nettverk og utveksling, og støtteordninger. Norwegian Crafts bidrar i utviklingen av teori og forskning om kunsthåndverk internasjonalt, ved å skape og delta i debatt om kunsthåndverk nasjonalt og internasjonalt, og forbedre den økonomiske situasjonen for norske kunsthåndverkere gjennom markedsutvikling.

Tilskuddsbrevet

I tilskuddsbrevet for 2017 fra Kulturdepartementet står følgende om den ekstra millionen:

Tilskuddet skal gå til målrettet satsning for å styrke internasjonal markedsutvikling og støtteapparatet som bidrar til dette, herunder kuratorer, kritikere etc. Norwegian Crafts kan benytte en mindre andel til forvaltning av ordningen.

For 2018 ble tilskuddet videreført uten nye føringer. I 2019 ble imidlertid tilskuddsmidlene overført til ISGIES, og OCA som forvalter denne ordningen (se kapittel 6.5). Norwegian Crafts fikk også økt sin bevilgning i 2020, med 500 000 kroner, men ettersom 700 000 kroner overføres til OCA og ISGIES, fikk Norwegian Crafts i realiteten en reduksjon i samlet tilskudd.

Gjennomføring

I 2017 og 2018 brukte Norwegian Crafts den ekstra bevilgningen til å etablere to ordninger:

- *Network and research:* reisestøtte til kuratorer, kritikere og skribenter som arbeider innenfor det norske kunsthåndverksfeltet, til deltakelse på forskjellige type arenaer, utstillinger m.v. Norwegian Crafts ga tilskudd til tre reiser i 2018 (fem søknader) og to i 2017.
- *Translation for text:* for oversettelse av norske kunsthåndverksfaglige tekster. Mottok få søknader til tross for hyppig markedsføring. Støtte til tre prosjekter i 2017.

Ifølge Norwegian Crafts var det relativt liten etterspørsel etter disse tilskuddsordningene, og at dette skyldes at det var for tidlig å sette i gang disse tiltakene gitt bransjens modenhet. Ordningene ble opprettet fordi Norwegian Crafts oppfattet at man hadde frihet til å velge å plassere midlene enten i prosjekter eller støtteordninger, og man valgte derfor å opprette to små søkbare ordninger for å teste interessen i feltet.

Som OCA oppfattet også Norwegian Crafts at man i 2017 og 2018 hadde nok så «frie tøyler» til selv å bestemme den mest hensiktsmessige bruken av disse midlene, men at Kulturdepartementet kom med vesentlig strengere rammer i 2019. I forbindelse med dette ble også midlene fra de to ordningene i Norwegian Crafts overført til ISGIES, som dermed ble en felles ordning for OCA og Norwegian Crafts. Som vist i tabell 6.4 har 16 prosent av tilskuddene gjennom ISGIES gått til kunsthåndverk i perioden 2019–2020, tilvarende en knapp million kroner.

Norwegian Crafts stiller imidlertid spørsmål ved om ISGIES passer inn i hvordan bransjen er organisert. Feltet har foreløpig ikke et stort støtteapparat, noe

organisasjonen ønsker å bidra til å utvikle og styrke. Det er derfor få aktører som har økonomisk mulighet til å satse internasjonalt og som potensielt kunne vært mottakere av KKN-midlene. For å komme i den posisjonen kreves internasjonal kompetanse og en solid grunnfinansiering. Ifølge Norwegian Crafts er ISGIES en god støtteordning for allerede etablerte gallerier, men den stimulerer ikke nødvendigvis til etablering av nye aktører. Man ser heller ingen grunn til å øke bevilgningene til ISGIES, da ordningen hvert år har sittet igjen med mange midler, som kunne blitt brukt til å stimulere bransjen i andre typer prosjekter.

Norwegian Crafts peker også på det litt paradoksale at samtidig som galleriene peker på behov for større finansiering i drift og personale (for å ha anledning til å satse internasjonalt), så brukes ikke midlene i ISGIES opp, fordi det er få aktører som har mulighet til å delta på messer pga. manglende grunnfinansiering. For eksempel er midler til reisestøtte m.v. fra Utenriksdepartementet redusert. Behovet for støtte til galleriene er høyt, samtidig som Norwegian Crafts mener at behovet for akkurat ISGIES er begrenset. At Kulturdepartementet samtidig har presset på for å overføre enda mer midler til ISGIES oppleves dermed som uhensiktsmessig.

Som nevnt er det OCA som administrerer ISGIES, men i et samarbeid med Norwegian Crafts. Men Norwegian Crafts stiller spørsmål ved om ikke man selv kunne ha administrert sin egen del. Slik vi har forstått det har Norwegian Crafts begrenset innsyn i søkesystemet (stikk. no), og dermed begrenset mulighet for å få frem den informasjon som ligger i søknader og som kan gi nyttig læring om markedet, og også begrenset mulighet for å følge opp de enkelte prosjektene. Dette er samtidig en sak som primært angår samarbeidet mellom OCA og ISGIES, og som det ikke bør ligge noen formelle hindringer bak.

Norwegian Crafts markedsfører ISGIES gjennom sine kanaler, og har bl.a. innspillsmøter med galleriene for gjensidig informasjonsutbytte.

Som omtalt i kapittel 6.5 er det gjort justeringer i ISGIES for å møte den situasjonen galleriene står i pga. koronapandemien. Norwegian Crafts har også i samarbeid med Utenriksdepartementet fått gjennom endringer i den reisestøtten som finansieres av dette departementet. Bevilget reisestøtte kan, hvis reisen ikke kan gjennomføres, omdisponeres til formidlingstiltak digitalt eller i trykket materiell. Denne type tiltak vil også kunne ha langsiktige effekter, for eksempel gjøre galleriene bedre rustet til å møte en mer digital fremtid som i sin tur kan ha bransjebyggende effekter.

Norwegian Crafts problematiserer også det faktum at de ordninger som Kulturdepartementet

har ønsket i stor grad er bygget på de ordninger som Music Norway har utviklet. Men å internasjonalisere kunsthåndverk er noe helt annet enn musikk; her er man bl.a. avhengig av å flytte fysiske objekter. Videre er det mange ledd i verdikjeden i musikk som ikke finnes i kunsthåndverksfeltet, og det er «vanskelig å gi midler til ledd i verdikjeden som ikke finnes». Norwegian Crafts og OCA programmerer selv utstillinger, men det gjør ikke de andre NAA-ene. Det visuelle kunstfeltet mangler et kommersielt ledd som kopler aktører, og det er Norwegian Crafts og OCA som har denne rollen i verdikjeden.

Norwegian Crafts ser et behov for ordninger som kan løfte galleristene som agenter. Man har derfor ønsket å lage et kompetanse/eksportprogram for gallerier av typen «Visuell kunst ut i verden». Foreløpig har man ikke klart å få Innovasjon Norge interessert i dette, noe som kan skyldes at Innovasjon Norge ikke anser utøvende kunst som en del av sitt mandat. Norwegian Crafts mener at de selv har den kompetansen som trengs for et slikt program, men at de mangler midlene for å kunne gjennomføre det.

Norwegian Crafts ønsker også en tettere dialog med Kulturdepartementet, og ser det som en ulempe at de forskjellige feltene eller bransjene er fordelt på forskjellige avdelinger i Kulturdepartementet, hvilket kan påvirke hvordan hele KKN-satsingen kommuniseres ut mot de forskjellige feltene.

6.7 Tilskuddsmottakernes vurderinger

Vi har gjennomført intervjuer med i alt elleve virksomheter som har fått tilskudd til bransjeutvikling fra en NAA minst én gang. Seks av disse har også fått støtte enten fra Kulturrådet (næringsutvikling eller regional bransjeutvikling) eller Innovasjon Norge (eksportprogram).

Betydningen av støtten

Det er en nokså unison oppfatning at støtten er uvurderlig viktig for å kunne få gjennomført prosjekter. Mest trolig hadde ikke de støttede prosjektene blitt gjennomført på samme måte og i samme skala uten støtten, selv om den bare finansierer en liten del av det totale prosjektet. For satsinger i utlandet har støtten stor betydning, og kan for eksempel gi rom for å inkludere flere land eller områder i én og samme kampanje.

Samtidig er det også noen som melder at støtten ikke var avgjørende for gjennomføringen av prosjektet, men at den selvsagt var et viktig bidrag.

Det nevnes også at hvis man ikke fikk denne type støtte fra en NAA til å finansiere en del av prosjektene, ville man neppe ha gått med overskudd. Et par av galleriene trekker frem de høye kostnadene for å delta på kunstmesser, spesielt siden eventuelle salgsinntekter i etterkant er svært usikre. Samtidig er det helt essensielt å ha mulighet for å delta på denne type arrangementer hvis man skal ha en mulighet for å få til internasjonale salg. Hvis det ikke var mulig å få støtte til denne deltakelsen hadde det ikke vært mulig å fortsette, ettersom det er så kostbart å delta. Dette handler både om at deltakelsen på hver enkelt messe er kostbar og at man gjerne må delta i mange år for å etablere den tillit som trengs. Store gallerier kan tjene mye på kunstmessene, men støtten er essensiell for de mindre aktørene.

Vi har vært veldig fornøyd med ordningen slik den har vært så langt. For vår del har denne ordningen hjulpet både oss og scenekunstnere vi har vært i samarbeid med i stor grad.

Aktiviteter og resultater

Følgende sitater fra intervjuer viser eksempler på aktiviteter og resultater fra støtte til bransjeutvikling:

- Til tross for pandemien har vi arbeidet, og vi har fått arbeidet mye med synlighetsprosjektet. Vi er midtveis i utviklingen av markedsføringsmaterialer for alle våre scenekunstneriske samarbeid med designer. Vi arbeider med kartlegging av kulturhus, lage systemer for publikum, og ikke minst en produsentpodcast som skal sette fokus på nye veier og arenaer for scenekunsten.
- En liten del av prosjektet som omhandler reise har blitt utsatt, men vi har i stedet greid å opprette samme kontakt via digitale møter. Vi har kunnet sette av tid til å planlegge et nordisk nettverk mellom produsenter som skal hjelpe å åpne grensene mellom de nordiske landene for turnering.
- Nettverksbyggingen er godt i gang, og vi har allerede utviklet store nye prosjekter som resultat av

møtet med partnere fra andre land. Dette prosjektet er en stor del av vår virksomhet i dag.

- Støtten har hjulpet oss på veien til å sikre viktige partnere i utlandet for vekst, som for eksempel subpublisher⁴⁴. For oss har støtten vært essensiell for å kunne dra i gang en større utenlandssatsing med partnere fra flere land.
- Støtten har vært avgjørende på den måten at vi har kunnet tilby våre samarbeid i scenekunstheltet, og det å kunne tilby litt mer enn bare hands-on produsenthjelp. Knyttet til dette prosjektet kan vi også øke synligheten for scenekunstheltet, øke profesjonaliteten i arbeidet, en sterk tillit og en daglig tilstedeværelse.

Prosjektstøtte til artisten/kunstneren eller til egen virksomhet

For flere av NAA-ene er støtten knyttet til markedsføring e.lign. av en eller flere artister eller kunstnere. Det kan derfor stilles spørsmål om støtten er viktigst for å promotere utøveren og i hvor stor grad støtten også kan nyttiggjøres av den som mottar den.

Tilbakemeldingen her er at støtten er viktig for virksomheten som helhet, men også viktig for de artistene som får øremerket støtte. Dette selv om selve støtten er bare en liten del av det man må bruke for å faktisk få en varig effekt i mange tilfeller. Flere peker også på at dette ikke kan skilles ad, kontrakter med artisten eller utøveren gir også virksomheten i det lange løp.

Dette er viktig for begge deler. Det er svært viktig for kunstnerne som dette prosjektet genererer mer synlighet og etter hvert mer spillinger for. For oss er prosjektet viktig for at vi kan tilby en mer utvidet markedsføring og ha en stabil arbeidsplass. Vårt arbeid er basert på kunstnerens aktivitet. Om vi kan påvirke aktiviteten gjennom dette prosjektet, vil det naturlig påvirke alle parter. Både produsenten og kunstneren. Vi har kunnet tilby en sterkere næring – som direkte styrker scenekunstheltet. Vårt arbeid har absolutt vist en styrket næring for våre samarbeidspartnere.

Kilde: Intervju

44 Forlag som representerer låtskrivere og låter utenfor Norge på selskapets vegne

Samvirkning med andre støtteordninger

Som nevnt over er det flere av de som er intervjuet som allerede har mottatt tilskudd fra Kulturrådet eller Innovasjon Norge, og det er også noen som enten har søkt eller planlegger å søke om tilskudd fra disse. Fordelen med tilskudd fra Kulturrådet, enten til næringsutvikling eller regional bransjeutvikling, er at denne støtten kommer på siden av all annen støtte og kan bidra til å utvide selskapet i helt nye retninger som man ikke hadde hatt mulighet til uten.

I hovedsak oppleves det at det er liten eller ingen overlapping mellom støtten til bransjeutvikling og andre ordninger både hos «egen» NAA og Kulturrådet.

Kanskje ikke uventet er det noen som nevner at søkeprosess og rapporteringsprosess hos NAA er mer bransjetilpasset enn hos Kulturrådet, og man gjerne må skrive om hele prosjektet for å tilpasse seg terminologien som Kulturrådet bruker. At man først og fremst benytter seg av støtte fra NAA er for at den oppleves å være mer spisset og tilpasset enhver situasjon samt at det er lettere å søke på, motta og benytte. Tilskuddsbeløpene fra NAA er jo gjennomgående vesentlig mindre enn fra Kulturrådet, hvilket også gjenspeiler seg i nødvendig dokumentasjon.

En annen forskjell er at NAA dekker internasjonale relasjoner som reiser og internasjonale samarbeid. Arbeid i Norge blir ikke direkte støttet gjennom NAA, mens støtte fra Kulturrådet kan gi mer rom for nasjonalt arbeid.

Behov for tilpasninger i støtteordningene

Noen oppfatter at ordningene i for stor grad er basert på at man skal leie inn andre eksperter heller enn å ansette noen og beholde kompetansen over lengre tid, hvilket bunner i at det ikke er mulig å søke om dekning av lønn, men til kjøp av ekstern kompetanse. Det kan dermed stilles spørsmål ved om flere ikke hadde vært mer tjent med ordninger som er innrettet for å bygge kompetanse i egen organisasjon.

Med større tilskuddsrammer kunne man selvsagt ha utrettet enda mer, og det er begrenset hva man kan få til med de forholdsvis begrensede tilskuddene fra NAA. Forslag som nevnes er mulighet for å spisse tilskuddene mer og at færre mottar mer.

Representanter for gallerier trekker bl.a. frem at det er mangel på kommersielle gallerier som representerer kunstnerne for kunstnernes del, og at den tradisjonelle forretningsmodellen for gallerier gjør det vanskelig å drive kommersielt, dvs. basert på salg. Det er en tøff bransje å overleve i, det er så vidt man klarer å ta ut en inntekt som man kan leve på. Det finnes imidlertid et potensial for å ta ut mer, men da trenger man drahjelp i form av støtte. Andre poenger som tas opp er at hvis man skal internasjonalisere de norske kunstnerne, er det viktig å ha dyktige kuratorer som sitter sentralt i Norge.

Det uttrykkes også et ønske om mulighet for å få støtte til å bygge opp digitale arenaer, men her har flere av NAA-ene allerede tilpasset sine ordninger i 2020 for å kunne støtte akkurat digital markedsføring m.v.

7 Samlet vurdering

Hovedmålet med satsingen på næringsrettede virkemidler for kulturell og kreativ næring er å skape vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i disse næringene, og å øke kunnskapen om kultur som næring. Grovt sett kan derfor måloppnåelsen for hele satsingen deles opp i resultater og effekter for de bedrifter som deltar, og i forlengelsen hele næringen, og resultater og effekter for virkemiddelapparatet. Sistnevnte kan spille over til hvordan virkemidler og tiltak bør rettes inn for å treffe næringen på best mulig måte.

I den samlede vurderingen av satsingen så langt ser vi først på resultater og effekter for næringen, deretter på forvaltningen av satsingen, og til sist trekker vi opp fire områder som vi vurderer som de mest interessante for det videre arbeidet med KKN-satsingen. Vi starter imidlertid med en kort beskrivelse av satsingen.

7.1 Satsingen 2017–2020

Det er Innovasjon Norge og Kulturrådet som er de største virkemiddelaktørene i satsingen, med en total bevilgning fra Kulturdepartementet på nærmere hhv. 120 og 90 millioner kroner for perioden 2017–2020. I tillegg har seks NAA fått en tildeling på en million kroner pr. år.

Grunnet regionreformen og andre endringer består Innovasjon Norges portefølje i KKN-satsingen i dag av tilskudd til forprosjekt klynger, eksportprogram for utvalgte bransjer og et investorprogram for oppstartsbedrifter. I tillegg har Innovasjon Norge mulighet for å ta noe større risiko ved lån til bedrifter i kulturell og kreativ næring. I løpet av satsingen har Innovasjon Norge også forvaltet et kompetanseprogram (Bygg Bedrift 2017–2018), et bedriftsnettverk (for- og hovedprosjekter, 2017–2019) og en engangssatsing på kultur og reiseliv (2018). Ordningen med Bedriftsnettverk ble i 2020 overført til fylkeskommunene, og øremerkingen til kulturell og kreativ næring ble samtidig borte. Ordningene i Innovasjon Norge bygger, med unntak av eksportprogrammet, på allerede eksisterende ordninger i Innovasjon Norges portefølje.

Kulturrådets tiltak og ordninger innenfor KKN-satsingen skal bidra til at kunstnere og mindre virksomheter får økte inntekter basert på kunstnerisk virksomhet, og til å bygge bransjer regionalt og nasjonalt. Oppdraget har hovedsakelig bestått av tre tilskuddsordninger: Regional

bransjeutvikling, med mål om å styrke bransjeorganisasjoner og profesjonalisere støtteapparatet; Næringsutvikling, med mål om økt forretningskompetanse samt økt entreprenørskap, og Utviklingsprogram for etablerte kulturinstitusjoner. Videre forvalter man et kompetanseprogram rettet mot mindre virksomheter innenfor feltet. Fra årsskiftet 2020/2021 blir ordningen regional bransjeutvikling overført fra Kulturrådet til fylkeskommunene.

De seks NAA-ene har fått midler for å bygge opp tilskuddsordninger som retter seg mot bransjeaktører og «mellomledd». I starten av KKN-satsingen var det en tydelig kopling mot NAA-ene, men de siste årene er tildelingene fra Kulturdepartementet til NAA-ene ikke direkte koplet til satsingen. Det skyldes muligens at de ordningene som ble etablert i starten nå anses som en fast del av NAA-enes tilbud til respektive bransjer. I 2019 ble ordningene som OCA og Norwegian Crafts hadde etablert, gjort om til en felles ordning som i dag forvaltes av OCA.

En vesentlig endring i rammebetingelsene for hele satsingen er den pågående koronapandemien, som sannsynligvis vil ha betydning for resultatene og måloppnåelsen på lengre sikt. Kulturell og kreativ næring, eller i hvert fall deler av denne næringen, er blant de næringer som har vært hardest rammet av pandemien.

7.2 Bedriftene

Samlet er det blitt gitt støtte (tilskudd og/eller deltakelse i kompetanseprogram) til minst 650 unike bedrifter gjennom KKN-satsingen i perioden 2017–2020. Det er gitt tilskudd på i alt 140 millioner kroner til 570 bedrifter, hvor tilskudd pr. søknad varierer fra 3 000 til 1 000 000 kroner – dvs. at det er store forskjeller i tilskuddenes størrelse.

Effekter av et tilskudd eller deltakelse i et kompetanseprogram på bedriftens resultater (omsetning, verdiskaping, lønnsomhet m.v.) viser seg som regel først etter et par år, dvs. at man bør ha regnskapsdata for en lengre periode enn hva som er tilgjengelig når midtveiseevalueringen gjennomføres. Regnskapsdata finnes kun frem til 2019, og med de første tilskuddene først i 2017 er det egentlig en for kort periode til å gi noen robuste svar. I gjennomsnitt har imidlertid de bedrifter som fikk tilskudd fra Innovasjon Norge eller Kulturrådet i 2017 hatt en økning i omsetningen med 18 prosent fra 2017 til 2019 og i

verdiskapingen med 16 prosent i samme periode. Hvorvidt dette er bedre eller dårligere enn næringen totalt sett har vi ikke tall for, da vi kun har tall for hele næringen frem til 2018 – men for perioden 2016–2018 har bedriftene som har fått tilskudd hatt samme vekst i verdiskapingen som resten av næringen (9 prosent). Vi kan derfor ikke foreløpig si at de bedriftene som har fått tilskudd har hatt en sterkere vekst enn kulturell og kreativ næring totalt.

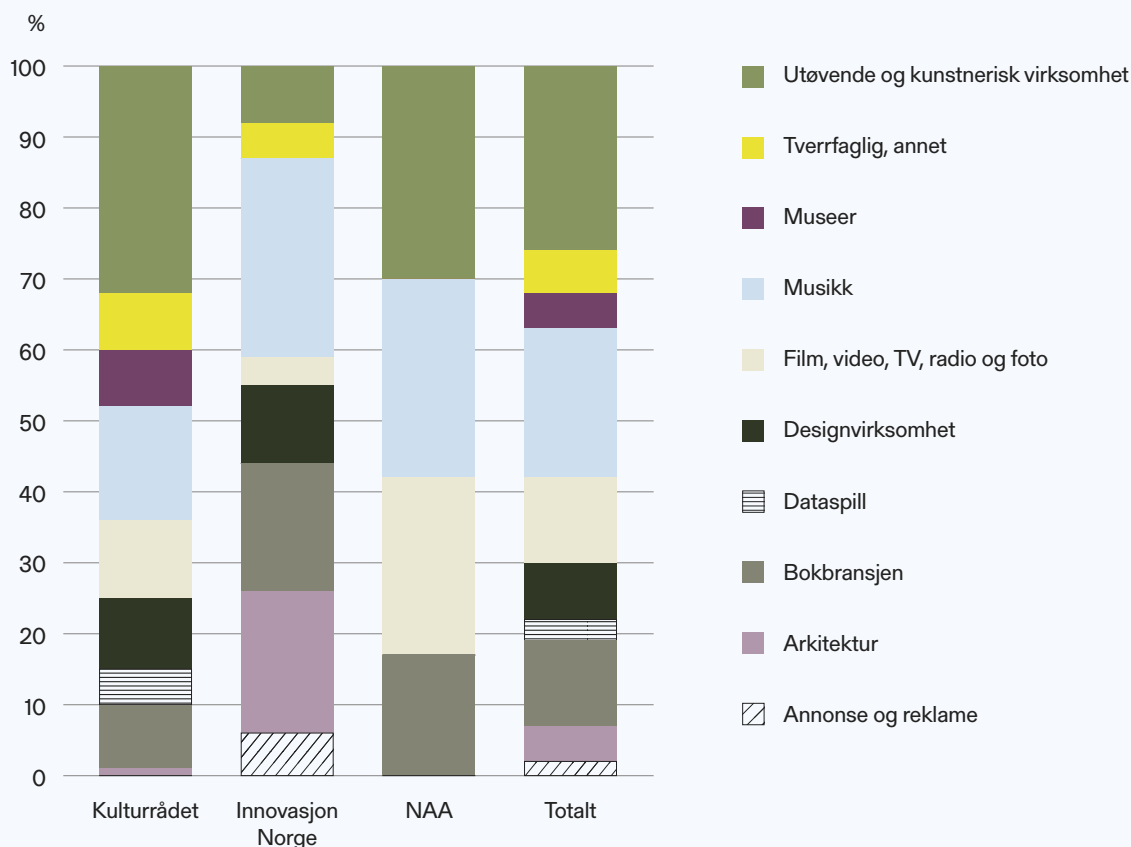
Fordelingen av tilskuddene på bransjene i kulturell og kreativ næring vises i figur 7.1. Hver NAA retter seg kun mot én bransje, og i tillegg retter DTS/PAHN og OCA seg til samme bransje slik det er definert i følgeevalueringen (utøvende og kunstnerisk virksomhet), og derfor er det kun fire bransjer som er representert her. Kulturrådet har gitt tilskudd til alle bransjene med unntak av annonse og reklame, mens Innovasjon Norge har gitt til alle med unntak av museer m.v. Innovasjon Norge har også en overvekt av støtte mot mer kommersielle bransjer, som arkitektur og design, mens Kulturrådets støtte har en overvekt mot utøvende og kunstnerisk virksomhet. Denne

bransjefordelingen er som ventet, og gjenspeiler det forskjellige fokus som hhv. Kulturrådet og Innovasjon Norge har.

Selv om KKN-satsingen kun har virket kort tid, så synes det som at næringsutvikling og regional bransjeutvikling som administreres av Kulturrådet, i svært stor grad har nådd ut til nye grupper av brukere, dvs. brukere som i liten grad tidligere har fått støtte gjennom andre næringsrettede ordninger. For Innovasjon Norge har det også vært en bevegelse mot flere nye tilskuddsmottakere, og i 2019 var halvparten av de som fikk tilskudd eller deltok i programmer innenfor Innovasjon Norges del av KKN-satsingen nye for virkemiddelapparatet.

Andelen gründere, dvs. bedrifter som er tre år eller yngre, har variert fra år til år, men for hele perioden har 15 prosent av tilskuddsmottakerne i Kulturrådet vært gründere mens tilsvarende tall for Innovasjon Norge er 33 prosent. Dette er som forventet både grunnet at Innovasjon Norge i større grad retter seg mot gründere og at den ene av Kulturrådets ordninger utelukker gründere, da den spesifikt retter seg mot etablerte institusjoner.

Figur 7.1 Fordelingen av tilskudd på bransjer, andel av totale tilskudd fra hver virkemiddelaktør og totalt, prosent.



7.2.1 Samspill mellom ordningene

I vår oversikt over tilskuddsmottakere er det 650 unike støttmottakere (dvs. som har fått tilskudd eller deltatt i et kompetanseprogram), men ettersom vi ikke har fullstendige lister over alle tildelninger i perioden 2017–2020 fra alle virkemiddelaktørene, er det reelle tallet sannsynligvis en del høyere. Kulturrådet gir flest tilskudd i antall med 209 unike tilskuddsmottakere, fulgt av Music Norway med 178 tilskuddsmottakere i hele perioden. Innovasjon Norge har gitt tilskudd til 57 unike mottakere, men i tillegg har 40 deltatt på investorprogram og 82 på Bygg Bedrift. DTS/PAHN har gitt tilskudd til 61 unike mottakere, OCA og Norwegian Crafts (ISGIES) til 51, NORLA til elleve og NFI til syv.

De aller fleste (602) har kun fått støtte fra én av virkemiddelaktørene innenfor KKN-satsingen, men kan ha fått støtte flere ganger fra denne. 43 virksomheter har fått støtte fra to virkemiddelaktører, elleve av disse har fått støtte både fra Kulturrådet og Innovasjon Norge, åtte av Innovasjon Norge og en NAA, 23 av Kulturrådet og en NAA og en av to NAA-er. Tre bedrifter har fått støtte fra Kulturrådet, Innovasjon Norge og en NAA.

Det fremtrer ikke noe tydelig mønster i rekkefølgen på støtten, det er for eksempel ikke slik at bedriftene først får støtte fra Kulturrådet for etter det å fortsette i mer forretningsmessig retning hos Innovasjon Norge, det er det kun to bedrifter som har gjort. Det er tvert imot flere som har gått omvendt vei, dvs. først fått støtte fra Innovasjon Norge og deretter fra Kulturrådet; det er åtte bedrifter som har gått denne veien. I tillegg er det fire bedrifter som har fått støtte både fra Innovasjon Norge og Kulturrådet samme år. Det kan imidlertid tenkes at tidshorisonten er for kort, og at forflyttinger i virkemiddelapparatet først vil vise seg om noen år.

7.2.2 Bedriftenes tilbakemeldinger

I spørreundersøkelser og intervjuer er den dominerende tilbakemeldingen at de som har mottatt tilskudd er fornøyd med tilskuddet og kontakten med virkemiddelaktøren.

Det er en relativt stor enighet om at ordningene generelt er tilpasset de behov og utfordringer som virksomhetene står overfor. Begrunnelser for å søke om støtte er for eksempel knyttet til at en tøffere markedsituasjon krever større grad av profesjonalisering av drift, ønsker om å ekspandere virksomheten, og dermed gi en mulighet for å leve av inntekter fra virksomheten. Virksomhetene har for eksempel ønsket å styrke formidlings- og

distribusjonsarbeidet, styrke karrieremulighetene for de kunstnere man samarbeider med, og bidra til å utvikle sin bransje.

Den absolutt viktigste effekten av tilskudd, eller deltakelse i kompetanseprogram, er at man har økt kompetansen knyttet til bedriftsutvikling generelt og markedsføring spesielt. Noen trekker frem denne kompetansen som viktigere enn det faktiske produktet eller verktøyet man utviklet. Blant suksessfaktorene som trekkes frem, er spesielt kombinasjonen av kapital og kompetanse i enkelte av ordningene, og en kombinasjon av det kulturelle perspektivet og det forretningsmessige i Kulturrådets ordninger. Programmer som inkluderer nettverksaktiviteter har vært nyttige, og en god arena for dialog om felles saker og for å dele erfaringer. Graden av nytten er samtidig avhengig av sammensetningen av nettverket, og stor grad av fellesskap mellom deltakerne er en forutsetning for å få best mulig nytte ut av nettverket. Som vanlig for denne type nettverk er det en utfordring å holde på nettverket etter avsluttet program. Det er flere som poengterer at det å få tilskudd og/eller delta på et program også kan fungere som en form for markedsføring og kvalitetsstempel, dvs. det at man har kvalifisert seg kan gjøre at man enklere kan få med andre samarbeidspartnere, for eksempel eksterne investorer.

Støtten har i varierende grad bidratt til å motvirke effektene av koronapandemien. De fleste mener nok at den har hatt liten betydning, til det er effektene fra pandemien for store. Men det er likevel enkelte som mener at den økte forretningskompetansen har rustet dem bedre til å takle effektene av koronapandemien, alt annet likt. De som benyttet støtten til digitaliseringsprosjekter har hatt særlig nytte av dette, og har derfor ligget i fronten av den «digitale revolusjon» som pandemien har ført med seg for flere kulturelle uttrykk. Tilskudd til aktiviteter som gjennomføres i 2020/21 har selvsagt vært nyttig, da støtten har kunnet kompensere noe for eventuelle tapte inntekter.

Et viktig moment når det gjelder tildeling av offentlig støtte er at den særlig skal utløse ny aktivitet og ikke fortrenge annen mulig (privat) finansiering, dvs. at ordningen skal ha høy addisjonalitet. Det er utfordrende å måle addisjonalitet, og som regel gjøres det gjennom å spørre tilskuddsmottakeren om man ville ha gjennomført det støttede prosjektet uansett. Rundt en tredjedel oppgir at de ikke ville ha gjennomført prosjektet eller tiltaket overhodet uten støtte, mens flertallet ville ha gjennomført det enten i mindre omfang eller på et senere tidspunkt. Addisjonaliteten ser ut til å være marginalt høyere for Kulturrådets ordninger enn for Innovasjon Norges, hvilket nok kan skyldes at Kulturrådet i større grad har truffet et

markedssegment som vanligvis ikke gjennomfører denne type tiltak eller prosjekter. I vanlig drift må de fleste av disse bedriftene prioritere inntektsbringende arbeid hvor man ikke tar seg tid til kompetansebygging knyttet til bedriftsutvikling.

Det er likevel en del mer kritiske tilbakemeldinger, framfor alt knyttet til at støttebeløpene er for lave og at prosjektperiodene er for korte, noe som særlig gjelder dem som har gått i gang med større innovasjons- eller nettverksprosjekter. Dette kan handle om at man er bekymret for muligheten til å forvalte resultatene av støtten, og mange befarer at dette ble en engangsstøtte som var bra der og da, men kanskje ikke gir så mye på lang sikt. Dette kan muligens «løses» gjennom mer veiledning fra virkemiddelapparatet både underveis i prosjektet og etter avsluttet prosjekt, for eksempel knyttet til muligheter for å søke om tilskudd fra andre ordninger. Samtidig er det primært tilskuddsmottakerne selv som må forvalte resultatene, da det er forutsatt å være formålet med støtten. I hvilken grad det lar seg gjøre er avhengig av finansielle og andre ressursmessige forutsetninger. Mer bekymringsfullt er antakelig de innovasjons- og utviklingsprosjektene som ikke kommer helt i mål i prosjektperioden, og hvor man faktisk risikerer at investering og innsats nærmest går til spille. Utfordringene kan være knyttet til opphavsrett til produkter og tjenester, og utvikling av modeller for spredning av teknologien. Dette gjelder spesielt utviklingsprosjektene for kulturinstitusjoner, men også noen andre prosjekter. Vi er klar over at Kulturrådet i dag stiller litt strengere krav til formulering av mål og hva prosjektet skal resultere i, for i større grad tvinge søkerne til å være mer konkrete på dette. Tilskuddsmottakere ønsker gjerne en to-trinnsordning, med en mulighet for å først søke på et forprosjekt, hvor en del av forholdene knyttet til bl.a. eierskap avklares og at man først deretter kan søke om støtte til et hovedprosjekt, eller en mulighet å videreføre et prosjekt i en ny fase:

Vi kunne ønsket oss at det var en søknadsordning 02 som ble tilgjengelig for de prosjektene som hadde gjennomført godt i eksisterende fase og der det var et potensial for videre utvikling. Når man bygger nye deler av bedriften med fokus på innovasjon, vil det i løpet av den første fasen bli tydelig hvordan produktet virkelig kan tas til videre høyder. Her kunne det være nye midler i kombinasjon med en mentor som jobber innenfor det aktuelle feltet. Slik kan man unngå at midlene begrenses til et prosjekt, men heller blir til en levende del av bedriften.

Kilde: Intervju

7.2.3 Bransjevise utfordringer

Selv om det er stort spenn i virksomhetenes situasjon og utfordringer, er det likevel enkelte trekk som vil gjelde mange av aktørene innenfor næringen, særlig gjelder det i det skapende leddet i verdikjeden. Fragmenterte næringer med mange små aktører har også begrensede muligheter til å bygge opp en sterk infrastruktur både for produksjon og formidling. Når mange av bransjene står i en situasjon med lav likviditet, svak investortvilje, et avgrenset nasjonalt marked og et krevende globalt marked, er det utfordringer som søkes løst innenfor virkemiddelapparatet.

Mange aktører innenfor kulturell og kreativ næring er mer produkt- og tilbudsorientert enn kundeorientert, og mange har et uklart bilde av hvilke kunde- og markedssegmenter man tiltrekker seg. Det er på mange måter et resultat av at mye av aktiviteten har vært finansiert av offentlige midler. Det er i mange tilfeller en utfordring at det i enkelte ordninger kreves matching for å få tilgang til støttebeløp, og at krav til matching ikke, eller kun i begrenset grad, tillater verdsetting av egen arbeidsinnsats eller matching i form av andre støtteordninger.

7.3 Forvaltningen av tiltakene

Signalene Kulturdepartementet har gitt er at tiltakene innenfor KKN-satsingen, så langt det er mulig, skal bygge på allerede eksisterende ordninger. Bruk av eksisterende modeller og administrativ infrastruktur bidrar til at ordningene relativt raskt kan bli funksjonelle, og de administrative kostnadene blir lavere.

Innovasjon Norge har lang erfaring med bruk av næringsrettede virkemidler, og etablerte rutiner som brukes også på KKN-satsingen. Flere av NAA-ene har også valgt å basere sine nye ordninger på allerede eksisterende ordninger, og eksisterende søkeportaler eller lignende som stikk.no.

Ordningene i Kulturrådet er nye. Selv om Kulturrådet har lang erfaring med å forvalte en rekke kulturpolitiske tilskuddsordninger, så bygger ordningene i KKN-satsingen på en annen logikk hvor det bl.a. tas hensyn til potensial for næringsutvikling og økonomisk bærekraftighet. Den administrative håndteringen av søknader følger imidlertid i prinsippet samme modell som andre ordninger som Kulturrådet forvalter.

Erfaringene fra Innovasjon Norge tilsier at det er en fordel å forvalte programmer og ordninger som løper over lengre tid, da har man mulighet for å utnytte den læring som gjennomføringen gir, og dermed muligheter for å

justere ordningenes treffsikkerhet. For Innovasjon Norge er KKN-satsingen også «ny», i den forstand at ikke alle deres tradisjonelle vurderingskriterier alltid passer. Man har imidlertid klart å utforme et mer eller mindre strømlinjeformet opplegg, som «har satt seg», og som det ikke stilles spørsmål ved internt.

Kulturrådet har brukt en del tid på å finne en hensiktsmessig organisering av arbeidet, samt med å bygge opp kompetanse internt. Ordningene oppfattes i dag som en godt integrert del i Kulturrådets totale portefølje. Vi ser det som viktig at den kompetansen som Kulturrådet har bygget opp i tilknytning til regionalt bransjeprogram blir tatt vare på i Kulturrådet når programmet nå overføres til fylkeskommunene.

Tilbakemeldinger fra tilskuddsmottakerne tyder på at de aller fleste er fornøyd med det arbeidet virkemiddelaktørene gjør. Arbeid med søknader og rapportering oppleves som overkommelig, og man får stort sett den veiledning og hjelp man trenger og ønsker. Et område med forbedringspotensial hos virkemiddelaktørene er oppfølging underveis og ikke minst etter at prosjektet er gjennomført. Sistnevnte kunne for eksempel ha vært i form av en veiledning om hvilke muligheter man har for å søke om videre tilskudd eller deltakelse i ytterligere kompetanseheving. En slik oppfølging er imidlertid relativt ressurskrevende, og det er forståelig at det ikke prioriteres av virkemiddelaktørene, men med tettere kontakt underveis i prosjektet vil behovene muligens være lettere å identifisere. Samtidig kan enkle tiltak som at man markedsfører hverandres ordninger på egne hjemmesider være en effektiv måte å spre informasjon på om mulighetene.

7.3.1 Samhandling mellom virkemiddelaktørene

Et delmål i satsingen er en koordinert virkemiddelinnsetts overfor kulturell og kreativ næring. Dette handler bl.a. om hvordan den offentlige virkemiddelinnsetts i Kulturrådet og Innovasjon Norge kan samordnes for å få best mulig effekt for denne næringen. Dette har imidlertid til tider vist seg krevende, da logikken i ordningene legger vekt på ulike mål.

Innovasjon Norges ordninger er særlig rettet mot styrking av forretningsmessige og nyskapende momenter. I det ligger særlig å bidra til flere gründeretableringer, flere vekstkraftige bedrifter og innovative næringsmiljøer. Man skal også bidra til å øke norske bedrifters og investorers investering i kulturelle og kreative produkter og tjenester.

Kulturrådets tiltak og ordninger innenfor KKN-satsingen skal bidra til at kunstnere og mindre virksomheter får økte og levelige inntekter basert på kunstnerisk virksomhet, blant annet gjennom økt forretningskompetanse og entreprenørskap. Et virkemiddel som skal bidra til å bygge bransjer regionalt og nasjonalt.

I tildelingsbrevene til virkemiddelaktørene har Kulturdepartementet lagt vekt på at Kulturrådet og Innovasjon Norge skal samarbeide i bruken av KKN-virkemidlene gjennom koordinering og informasjonsutveksling.

Slik vi har forstått det, har det vært et godt samarbeid mellom aktørene, i form av jevnlig møter og annen informasjonsutveksling underveis. Samarbeidet har også bestått i at Innovasjon Norge og Kulturrådet begge har brukt ekspertise fra NAA-ene (inkludert DOGA) i vurderingen av søknader og gjennomføring av enkelte programmer (eksportprogrammene i Innovasjon Norge er alle gjennomført i samarbeid med en NAA). Et eksempel på samhandling mellom Innovasjon Norge og Kulturrådet er det webinar som ble arrangert høsten 2020, med presentasjon av virkemidlene som bedrifter innenfor kulturell og kreativ næring kan søke på. Her ble både de spesifikke ordningene innenfor KKN-satsingen beskrevet og de generelle ordninger som Innovasjon Norge har og som kan være relevante for disse bedriftene. NAA-ene på sin side opplever at de gjennom satsingen har blitt bedre kjent med hverandre og ikke minst funnet ut hvor man har felles utfordringer og muligheter, og hva man kan lære av hverandre.

Samtidig har man brukt en del tid på å få en felles forståelse av forskjellene mellom de ulike virkemidlene, og hva som kan støttes av hvem. Selv om virkemiddelapparatet skal være koordinert, har Innovasjon Norge, Kulturrådet og alle NAA-organisasjonene individuelle behandlingsrutiner og egen administrasjon. Dessuten jobber de under ulike regelverk og retningslinjer, som det er viktig å ta hensyn til i vurderingen av det arbeidet som utføres.

Kulturrådets ordninger er primært rettet mot mindre virksomheter i en tidlig fase uten nødvendigvis store vekstambisjoner, og støtteapparatet rundt disse. Innovasjon Norge har mer fokus på vekstpotensial og innovasjonshøyde, og utøvende kultur har ingen plass i Innovasjon Norges portefølje. Det er ikke sikkert at innovasjonspotensialet ser likt ut i alle bransjer, og spesifikk bransjekunnskap kan derfor være viktig for å identifisere dette. En av støttmottakerne som har erfaring med begge sier det slik om samhandlingen:

Gjensidig utelukkende. Innovasjon Norge sier kultur rører vi ikke. Mens Kulturrådet sier at de kun støtter kunstnere. Vi i mellomledet faller mellom. De må

samkjøres. Støtteordningene er fine for utøverne våre, men for oss i distribusjonsleddet er det bare småpenger å hente fra Music Norway. Kulturrådets systemer virker veldig tungvinte og «skumle» for utøver. Vi får beskjed av de som hjelper med å søke at det ikke er noe vits å søke om vi ikke utvikler ny teknologi. Vi får råd om hva som kan fungere og søker deretter. Innovasjon innen kultur kan også skje, selv om det ikke handler om teknologi.

Kilde: Spørreundersøkelse

Vi oppfatter likevel at det er en fungerende samhandling mellom særlig Innovasjon Norge og Kulturrådet, men det er ikke sikkert det ser slik ut for faktiske og potensielle tilskuddsmottakere. Det kan også være en barriere at samhandling og koordinering framfor alt foregår på sentralt nivå, mens Innovasjon Norges søkere møter saksbehandlere på regionskontorene.

Næringsutvikling kunne vært hos Innovasjon Norge, det gir logisk mening, men Kulturrådet fungerer bedre. De kjenner næringen bedre og gir mer frihet enn Innovasjon Norge. Innovasjon Norge kan lære av hvordan Kulturrådet legger opp ordningene sine. Friheten gjør at man lykkes bedre med ordningene fra Kulturrådet.

Kilde: Spørreundersøkelse

7.4 Kunnskap om kultur som næring

Et av de tre hovedmålene til KKN-satsingen er økt kunnskap om kultur som næring. Vi ser her på kunnskap om kultur som næring, både generelt og hos virkemiddelaktørene.

7.4.1 Medieanalysen – ordningene ser ut til å ha liten offentlig interesse

Ordningene er generelt lite omtalt i mediene, det gjelder både i bransjepublikasjoner og i aviser. Resultatene fra spørreundersøkelsen gir det samme bildet, da bare et par prosent av støttemottakerne oppgir å ha fått kjennskap til ordningene gjennom mediene. I løpet av de årene satsingen har pågått, er det i alt registrert 197 medieoppslag. Oppslagene er likelig fordelt på publiseringskanaler, med en tredjedel hver på henholdsvis bransjepublikasjoner, riks- og lokalpresse. De fleste oppslagene har forekommet i forbindelse med enten framleggingen av

statsbudsjettene hvert år, eller ved etableringen og lokaliseringen av Kreativt Norge-kontoret i Trondheim.

Valøren på omtalene har stort sett vært positiv, om lag halvparten av omtalene er gjort med positiv vinkling. Dette gjelder dels i forbindelse med tildelinger til enkeltkunstnere og mottakere som er omtalt i lokalpressen, og på nasjonalt nivå gjennom omtale om økt satsing og «friske midler» til kulturnæringer. Den andre halvparten av omtalene er nesten likelig fordelt mellom negative og nøytrale oppslag med cirka en fjerdedel av hver. Framleggingen av statsbudsjettene har ført til mange kritiske omtaler der forventninger ikke er imøtekommet eller det er foretatt kutt i støtte. Fokuset på næringsutvikling har også gitt opphav til debatter om kommersialisering, med både positive og negative synspunkter. Nøytrale oppslag omhandler framfor alt utlysninger og søknadsfrister.

Dersom det er ønskelig å utvide potensielle søkere til midlene med andre grupper av aktører enn de som allerede er kjent i systemene, kan økt omtale i presse være ett bidrag i så måte.

7.4.2 Kunnskapen i forvaltningsapparatet

Tradisjonell erfaring og innretning i Innovasjon Norge er næringsmessig bredt orientert med sikte på mobilisering. De fleste ordningene er næringsnøytrale i sin innretning, og bare unntaksvis rettet mot utvalgte næringer, og det er derfor mulig også for virksomheter fra kulturell og kreativ næring å søke disse. Innovasjon Norges kompetanseprofil henger imidlertid sammen med profilen på søknader og henvendelser, der det tradisjonelt ikke har vært mange fra kulturell og kreativ næring. Dette er forsterket av at kulturell og kreativ næring er sentrumsorientert i sitt lokaliseringsmønster, mens mange av støtteordningene i Innovasjon Norge har mer distriktsprofil der det stilles krav til lokalisering for å få støtte. Trolig har verken nærings- eller distriktsorienteringen bidratt til økt etterspørsel fra kulturell og kreativ næring.

I 2016 ble kreativ næring sammen med reiseliv ett av seks satsingsområder i Innovasjon Norges strategi, og dette la grunnlaget for å bygge opp kompetanse om næringen i form av faggrupper på regionskontorene. Det har bidratt til å synliggjøre kompetansen internt, også på regionskontorene. Innovasjon Norge oppgir selv at den interne kompetansen om kulturell og kreativ næring har økt som en følge av dette.

Kulturrådet har gjennom KKN-satsingen og det parallelle prosjektet Kulturøkonomi tatt et aktiv grep for å øke kompetansen om næringsutvikling internt. Man har

også arbeidet strategisk for å nå ut til mer kommersielle bransjer som tradisjonelt ikke har vært en del av Kulturrådets portefølje, som film, spill, mote, arkitektur og design. Tilbakemeldingen fra intervjuer er også at Kulturrådet oppleves å ha kompetanse om og forståelse for hvordan næringen fungerer.

7.4.3 Kunnskap i næringen

Det påpekes fra flere hold at det er stadig mer akseptert å bruke forretningsmessig og økonomisk kompetanse i virksomhetene innenfor kulturell og kreativ næring generelt. Kulturrådet mener å kunne registrere en tydelig endring i «mind set» i bransjene, med et økt fokus på næring. Dette har også blitt ytterligere aktualisert gjennom koronapandemien. Diskusjonen om man virkelig er næringsvirksomhet er ikke like stor nå, det er mer selvsagt at mye av dette faktisk er næringsvirksomhet. Med et slikt utgangspunkt vil deltakelse i næringsorienterte ordninger og programmer trolig falle mer naturlig, og ytterligere bidra til markedstenkning, internasjonalisering og vekst. Det er kanskje delvis også et resultat av den generelle utviklingen i samfunnet.

Som omtalt over er også det viktigste resultatet av støtteordningene, så langt, økt kompetanse om bedriftsutvikling. Bedriftene har for eksempel blitt «tvunget» til å tenke på en økonomisk realistisk måte. Noen melder om økt selvtillit, som kanskje gjør at man tør å satse større og ta flere sjanser. De opplever selv at de nå oppfattes som mer seriøse bedrifter/næringslivsaktører.

Når det gjelder de enkelte ordningene, er bildet variert. Selv de større aktørene har begrenset kjennskap til andre aktuelle ordninger enn dem som er særlig rettet mot egen bransje. Fra aktørhold etterlyses invitasjoner til deltakelse når det utformes nye programmer og tiltak, som for eksempel «Ut i verden».

Vi har sendt en forespørsel til de større bransjeorganisasjonene innenfor kulturell og kreativ næring, hvor vi bl.a. spurte om hvor godt kjent de er med ordningen og om de selv har vært involvert. Til tross for litt lav respons fra disse organisasjonene, som eventuelt kan tolkes som manglende kjennskap til ordningene, er det en gjennomgående respons at man enten kjenner til ordningen pga. at den bransjen man representerer har vært gjenstand for en Ut i verden-satsing eller at man har svært begrenset kjennskap. Spesielt trekker bransjeorganisasjonen for design, Grafill, frem en manglende kjennskap til og involvering i utforming og markedsføring av ordningene. Designbransjen er i og for seg godt representert blant

tilskuddsmottakerne, og i samme størrelsesorden som bransjen andel av verdiskapingen for hele næringen, men også en bransje med høy kommersialiseringspotensial og mange nye bedrifter som burde være en viktig målgruppe kanskje spesielt for Innovasjon Norge.

Et muligens interessant funn er at Innovasjon Norges ordninger framfor alt ser ut til å bli kjent gjennom direkte kontakter, både i eget bransjenettverk og med Innovasjon Norge. Dette i motsetning til Kulturrådets ordninger, som virksomhetene i større grad fanger opp via Kulturrådets hjemmeside eller andre digitale medier. Dette gjenspeiler sannsynligvis at mange av virksomhetene i utgangspunktet er mer kjent med Kulturrådet, og at noen har for vane å mer eller mindre jevnlig sjekke ut mulighetene for å søke om tilskudd fra Kulturrådet.

7.5 Veien videre

Gjennom midtveisevalueringen er det et antall spørsmål som dukker opp som handler om hvordan satsingen kan eller bør tas videre. Disse spørsmålene ble diskutert på et dialogseminar med representanter for alle syv virkemiddelaktørene. Nedenfor følger en oppsummering av denne diskusjonen.

7.5.1 Er det fortsatt behov for en egen satsing på KKN?

Kompetansen om næringsutvikling i kulturell og kreativ næring har økt gjennom satsingen, og den tidligere opplevde «konflikten» mellom kultur og næring er kanskje ikke lenger like tydelig. KKN-satsingen har sannsynligvis vært viktig for en slik utvikling og for å få en større aksept av at næringsvirksomhet er en del av kulturaktivitet. Koronapandemien har hatt betydning og kanskje påskyndet en slik forståelse, da det har blitt tydelig for mange, både i og utenfor sektoren, at dette er næringsvirksomhet som mange lever av.

Med økt kompetanse om og aksept for å tenke næring innenfor kultursektoren kan man stille spørsmål ved om det fortsatt er behov for en egen satsing på næringsutvikling i kulturell og kreativ næring, eller om dette ikke bare bør/kan være en «vanlig» del av virkemiddelapparatet.

Momenter som ble tatt opp på dialogseminaret:

- Hva skjer etter koronapandemien? Selv om det har blitt tydeligere at næring og kultur henger sammen, uttrykkes det en uro for at en del av kompetansen

som er blitt opparbeidet gjennom KKN-satsingen kan bli borte, og at satsingen i verste fall blir utradert. I tilfelle er det kanskje ekstra viktig å satse ytterligere i årene som kommer.

- Den bevisstgjøring om likheter og ulikheter mellom de enkelte bransjene som satsingen har bidratt til er viktig, da den betyr at man kan lære av hverandre. Noe er bransjespesifikt og unikt, men en del av det nærings- og forretningsmessige, slik som markedsføring og salg, er i hovedsak likt på tvers av bransjer. Gjennom satsingen har man hatt mulighet for å etablere et fagmiljø i virkemiddelapparatet som kan se alle kunstfeltene i sammenheng. Denne delen av satsingen er det viktig å vedlikeholde.
- I hele Europa er det en økning i oppmerksomheten om og støtte til kulturnæringen, så Norge kan ikke slutte med satsingen nå. Skal man få nytte av de midlene som er innvilget, må satsingen fortsette.
- Samtidig krever kulturell og kreativ næring både en langvarig innsats og ikke en kort satsning. «Satsing» antyder «midlertidighet», og gir kanskje feil signaler? Det handler derfor i like stor grad om å komme inn i en konsolideringsfase, hvor man heller ser det som en langsiktig innsats. Dette gjelder også på næringsnivå. Man kan ikke bare gi slipp på dem etter tre år og si at «nå får dere klare dere selv».
- Fra NAA-enes perspektiv er det vanskelig å kalle det en satsning når det er så få ressurser som er gjort tilgjengelig, en million kroner pr. år gir begrenset handlingsrom og begrensede muligheter for langvarige resultater. Flere av NAA-ene trenger mer støtte for å virkelig kunne bygge opp sin bransje, og de har behov for kompetanse om og tilrettelegging for markedsføring og salg.
- Det er viktig å få bygget opp et salgs- og markedsføringsapparat for de små selvstendige bedriftene, og her er det viktig med langsiktig støtte. Dette både i form av de større tilskuddsbeløpene som Kulturrådet og Innovasjon Norge kan gi, og de mer begrensede beløpene fra NAA-ene. Det at NAA-ene i større grad kan gi støtte flere ganger til en og samme bedrift gjør at støtten over tid kan oppleves som tilstrekkelig og langsiktig.
- Fra et virkemiddelsperspektiv er det bra at det finnes egne midler til denne type spissede satsninger. For Kulturrådet er det for eksempel viktig at man har tilgang til midler som kan brukes for å styrke bedriftene og ikke bare kulturen, mens det for Innovasjon Norge kan være viktig at man kan spisse seg mot en enkelt næring.

7.5.2 Et sømløst virkemiddelapparat

Det har over tid blitt utviklet et godt og løpende samarbeid mellom Innovasjon Norge og Kulturrådet, og mellom NAA-ene. Men mellom Innovasjon Norge, Kulturrådet og NAA-ene er samarbeidet mer på ad hoc-basis. Et godt samarbeid er viktig for at virkemiddelaktørene skal lære av hverandre og utnytte hverandres kompetanse, men det er også viktig for at de som benytter virkemiddelapparatet skal møte et koordinert apparat. Et koordinert, eller sømløst, virkemiddelapparat handler bl.a. om at bedriftene vet hvilken virkemiddelaktør man skal henvende seg til, og også at man får den veiledning som er nødvendig for å havne riktig. Et sømløst virkemiddelapparat reduserer risikoen for å «falle mellom to stoler», og at ingen av virkemiddelaktørene fanger opp virksomhetens behov. Dermed ikke sagt at virkemiddelapparatet skal støtte en bedrift fra A til Å – det er ikke alt som kan eller skal støttes, og det må også være steder hvor bedrifter og innovasjoner som ikke er lønnsomme kan falle ut.

For KKN-satsingen er det muligens en underliggende tanke om at bedriftene skal bevege seg gjennom virkemiddelapparatet, fra en NAA via Kulturrådet og til sist havne hos Innovasjon Norge. Men foreløpig er det veldig få, om noen, som har gått hele denne veien, og de aller fleste har kun fått støtte fra en av virkemiddelaktørene.

Momenter som ble tatt opp på dialogseminaret:

- Det skal være trappetrinn i tildelingen av midler, hvor man starter i Kulturrådet og utvikler det kunstfaglige der, så går man videre og utvikler salgsbiten hos Innovasjon Norge. Men forstår bedriftene selv det sånn?
- Det kan oppfattes å være en utydelig avgrensning mellom Kulturrådet og den støtte som NAA-ene gir. Det kan bety at det kan være uklart for en bedrift når man kan søke Kulturrådet sammenlignet med NAA-midler. Her er det eksempler på overlapp, og potensial for en bedre arbeidsdeling.
- Kulturrådet på sin side opplever at ordningene utfyller hverandre ganske bra, hvor Kulturrådet har mer forretningsutviklende tiltak som går til virksomheten, mens NAA-ene for eksempel gir reisestøtte eller støtte til deltakelse på enkelte arrangementer. Samtidig prøver Kulturrådet å se sine ordninger i sammenheng med andre virkemidler som hver bransje har til rådighet.
- Noen NAA-er har hatt felles informasjonsmøter med Kulturrådet og/eller Innovasjon Norge om ordningene for bransjen. Man har imidlertid en forståelse

for at det ikke alltid er lett for bedriftene å ha oversikt over ulike virkemidler. Det er også et par NAA-er som mener at man ikke har klart å få til en god nok samhandling med Kulturrådet og Innovasjon Norge. Man opplever at man har mer å bidra med, spesielt når det gjelder kompetanse om egen bransje.

- Fra NAA-ene blir det tatt opp at øremerkingen i tilskuddsbrevene gir en rigiditet som begrenser handlingsrommet og dermed også mulighetene for samhandling med Kulturrådet og Innovasjon Norge. Det blir pekt på at en slik samordning burde ha vært tydeligere helt fra starten av satsingen.
- Suksesskriteriet for å få vekst i næringen er ikke mest mulig, men i mye større grad sikre riktig kompetanse. Deltagelse på kompetanseprogram som Ovasjon, og tidligere ByggBedrift, fører til at flere både søker om og får støtte hos Innovasjon Norge, fordi det handler om å lære «språket» og bruke det rette begrepsapparatet for å få gjennomslag for søknader i Innovasjon Norge.
- Overlapp mellom ordningene, dvs. at de helt eller delvis dekker samme type prosjekter eller tiltak, er ikke nødvendigvis et problem. Det er i hvert fall et mindre problem enn at etterspurte ordninger ikke eksisterer.
- For brukerne av NAA-midler fremstår Kulturrådet som et komplement/en mulighet, mens Innovasjon Norge i mange tilfeller ligger langt unna enkelte av bransjenes virksomheter. Flere NAA-er representerer enkeltpersonsforetak som verken har muligheter til eller interesse i å ekspandere som bedrift, men er mer opptatt av å opprettholde egen virksomhet. Det er derfor viktig å ha med seg at ikke alle ønsker å vokse, og alle er ikke nødvendigvis opptatt av internasjonale markeder. Dette handler bl.a. om det er ønskelig å tilrettelegge støtteapparatet slik at «enhjørningene» blir prioritert eller slik at støtten går til et mangfold av små aktører.
- Det er forskjell på informasjon om og koordinering av virkemiddelapparatet. Selv om den enkelte virkemiddelaktør ikke kan veilede bedrifter når det gjelder støtteordninger andre steder, kan de informere om de muligheter som finnes, og hvordan de forskjellige ordningene spiller sammen.
- Det stilles spørsmål ved hvor eller når støtten skal komme inn for å sikre langsiktig utvikling, og om det er et hull mellom tidligfase-midler og midlene til de som har kommet langt. Hva med de i midten, de som skal videreføre/videreutvikle prosjekter? Det kan dermed se ut som det er et behov for et mellomtrinn i kulturelle satsninger, og at det er flere

overgangsfaser i et prosjekt. Har det vært en for dårlig exitstrategi for satsingen? Hvem skal bedriften henvende seg til etter at prosjektet er ferdig?

- Ytterligere et poeng som tas opp knyttet til manglende koordinering er at man risikerer å bruke penger på samme aktører flere ganger i forskjellige deler av virkemiddelapparatet uten å klare å fange opp hvordan det går med dem. Samtidig viser midtveisevurderingen at dette foreløpig er et lite problem, det er få aktører som har fått støtte fra flere av virkemiddelaktørene.

7.5.3 Kompetanseoverføring

Kompetansebygging er en viktig del av KKN-satsingen, og handler både om å øke kompetansen om næringsutvikling i næringen (for virkemiddelapparatet), om bedriftsutvikling i bedriftene og om å spre den kompetansen som bygges opp i de enkelte prosjektene som støttes. De to første delene har så langt fungert godt i KKN-satsingen, men det kan i større grad stilles spørsmål ved det andre, dvs. om virkemiddelaktørene eller bedriftene er gode nok til å bidra til å spre den kompetansen som opparbeides i prosjektene til andre.

Momenter fra dialogseminaret:

- Kulturrådet har arbeidet mye med kompetanseoppbygging, bl.a. gjennom kulturøkonomiprojektet, men ser også at det kan være en utfordring å få ut mye av det skriftlige arbeidet i dette prosjektet, og hvordan de skal jobbe videre med det.
- Et eksempel på kompetanseoverføring er utviklingen av Utviklingsprogram for kulturinstitusjoner, hvor Kulturrådet hentet inspirasjon fra Innovasjon Norges Ut i verden-program. Her inngår et nettverksprogram med erfaringsutveksling mellom de som får midler og læring til resten av bransje.
- Flere av NAA-ene er vant til å arbeide med nettverk mot egen bransje og på den måten spre kompetanse. Dette er ikke nødvendigvis knyttet til KKN-satsingen, men er heller en måte man har arbeidet på lenge. Eksempler på denne type kompetansespredning er:
 - o NORLA har invitert de som har tilskudd til eksport- og markedsaktiviteter til rundebordsprat for å spre erfaringen. Og man har også satt inn i utlysningen at de som får støtte må regne med å dele erfaringer med NORLA og andre.
 - o OCA arrangerer åpne «talks» med direktører og kuratorer som jobber internasjonalt, og har flere

andre (digitale) arrangementer for erfaringsutveksling.

- o Music Norway har gode erfaringer med å jobbe i mindre programmer der aktørene har likere utfordringer, hvor nettverket mellom aktørene kan bli selvgående. Man oppfordrer også de som har fått tilskudd til å delta i videre erfaringsutveksling. Man jobber tett med bransjen for å kunne bistå med kompetanse og nettverk på de temaer som bransjen etterspør, for eksempel rettet mot jus/rettigheter og digital kompetanse. Samtidig ser man at det er en del kompetanse som ikke nødvendigvis etterspørres av bransjen, men som bransjen trenger, og her må man også være «på ballen».
- Det pekes også på at det er behov for tverrfaglig kompetanse, dvs. kompetanse som omfatter flere enn én bransje, og etterspørres et samordnet kompetanseprogram på tvers av felt/bransje/næring. Dette kunne for eksempel være en felles satsing mellom NAA-ene og en måte å få mer nytte ut av de bevilgede midlene på.
- Nettverk er en veldig viktig del av kompetanseoppbyggingen. Dette gjelder både i form av at enkelte av ordningene inkluderer (etablering av) et nettverk og at ordningene skal hjelpe tilskuddsmottakeren med å bygge sitt eget nettverk. For eksempel handler markedsføringsstøtte for å presentere en film på filmfestival ikke nødvendigvis bare om å selge den allerede produserte filmen, uten man drar dit for å bygge nettverk og potensielt selge neste film. Denne type nettverk er viktige for å komme igjennom internasjonalt.
- Det er viktig å skape en felles forståelse på tvers av virkemiddelaktørene. Kulturrådet og Innovasjon Norge møtes for eksempel jevnlig, selv når man ikke har prosjekter sammen. Disse møtene bidrar til å skape felles forståelse og koblinger slik at kompetanse deles på en naturlig måte. Dette er noe man burde få til også med NAA-ene, dvs. at man har faste møter også når man ikke har prosjekter sammen. Det handler om å bygge strukturer for kompetanseutveksling på tvers av næringer og regioner.
- I tilknytting til dette tas det opp at en million kroner til NAA-ene er for lite, og at det kan legge begrensninger på hva man kan få til av samarbeid. Men det er helt klart et behov for økt dialog mellom NAA-ene og Kulturrådet og Innovasjon Norge.
- Det er generelt lettere å dele erfaringer og kompetanse på tvers av bransjer, kanskje skille mellom faglig kompetanse som kan deles internt, og generisk kompetanse som «alle» trenger (jus, digitalisering,

teknikk etc.). Samtidig er kanskje frykten for at man skal miste konkurransefordeler ved å dele kunnskap overdrevet, og kan håndteres gjennom avtaler mellom partene. Men det må bygges opp en relasjon og et tillitsforhold over tid for at bedrifter skal ønske å dele kompetanse.

- Generelt oppgis det å være en god delingskultur i kultursektorene, bl.a. gjennom det arbeid som hver enkelt NAA gjør. Her er man kanskje ikke så redd for konkurranse som øvrig næringsliv? Kulturuttrykkene er jo som regel så unike, eller spesialiserte, at man uansett ikke kan kopiere disse rett av.

7.5.4 Innovasjon i kulturell og kreativ næring

Mange tilskuddsmottakere har utfordringer knyttet til innovasjon, for eksempel at man ikke klarer å se en tydelig forskjell mellom drift og innovasjon. Regelverket for offentlige tilskudd til næringsvirksomhet er slik at bare innovasjonsaktiviteter eller -prosjekter kan få støtte, mens driftsaktiviteter ikke kvalifiserer til støtte. Hvis det er vanskelig å skille hva som er vanlig drift og hva som er innovasjonsaktivitet, vil det også være vanskelig å tilpasse seg kravene til tilskuddsordningene. Videre er det mange som erfarer at innovasjonsaktiviteten blir vesentlig dyrere enn man så for seg i starten, og at man dermed ikke klarer å komme helt i mål med det tilskuddet man har fått. Et tredje poeng er at innovasjon av mange, også i virkemiddelapparatet, oppfattes veldig teknologisk, dvs. utvikling av et nytt teknisk produkt eller en tjeneste («app»), og som ikke nødvendigvis passer inn i kulturell næringsvirksomhet.

Momenter fra dialogseminaret:

- Kultursektoren (NAA-ene og Kulturrådet) bruker en bredere forståelse av innovasjon enn Innovasjon Norge, som mer handler om kreative prosesser. På ett nivå er alle kulturelle produkter unike og aktørene er innovative, og det finnes mange måter å innovere på i sektoren. Man kan skille mellom det innovative i kulturuttrykket og innovasjon i selve organiseringen. Det er kanskje sistnevnte som disse ordningene skal bidra til, men det er store forskjeller mellom bransjene som delvis henger sammen med kommersialiseringspotensial og kompleksitet i verdikjedene. Gallerivirksomhet er kanskje begrenset innovativt i selve organiseringen (og det er ikke dette man har behov for å få støtte til), mens filmbransjen har meget stor innovasjonsaktivitet, som drives av de store teknologiske endringene i bransjen.

- Innovasjon Norge følger EØS-reglementet, som betyr at det offentlige ikke kan gi støtte til bedrifter som ikke skiller seg ut fra andre bedrifter i samme næring. Innovasjon Norge bruker dermed innovasjon som kriterium for å gjøre et slikt skille, men inkluderer flere typer innovasjon (i produksjon, distribusjon, produkt og innovasjon i forretningsmodellen). Innovasjoner i disse leddene er mye teknologidrevet, og Innovasjon Norge kan selvsagt ikke vurdere den kunstfaglige innovasjonen.
- Det er vanskelig å skille innovasjonsbegrepet fra digitalisering, og dette har kanskje blitt enda tydeligere i forbindelse med koronapandemien, da veldig mye av virksomheten måtte flyttes over på digitale plattformer. Men utvikling av digitale plattformer er kanskje egentlig teknologi-prosjekter, og ikke nødvendigvis en del av kulturell og kreativ næring. Skal de da støttes gjennom KKN-satsingen?
- Innovasjon kan kanskje sies å handle om to ting: finne nye løsninger og teknologi som kan brukes for å implementere disse løsningene. Det å få disse til å møtes på en konstruktiv måte er det viktige. Kulturrådet ser for eksempel at dette har blitt mer fremtredende i de søknader man nå får.
- Et viktig moment i tilknytting til punktet over er at de nye tek-selskapene og appene må imøtekomme et reelt behov fra bransjen. Samtidig må de også få muligheten til å teste ut nye konsepter m.v.
- Innovasjon Norge lanserer i 2021 et nytt eksportprogram som ikke er knyttet til en utvalgt bransje, men handler om teknologi og kreative næringer. For at dette skal lykkes, ses det som viktig at teknologiene som får støtte faktisk er godt forankret i et konkret behov, og har en tilknytning til en kulturell eller kreativ bedrift.
- Tjenesteinnovasjon er et område som har fått økt oppmerksomhet de siste årene. Dette handler bl.a. om å utvikle tjenester hvor brukerne er i sentrum, og et område som mange innenfor designbransjen jobber mot. Samtidig kan det kanskje være aktuelt også for andre bransjer i kulturell og kreativ næring, og hvor det i større grad er mulig å finne en god kopling mellom kultur og innovasjon.
- Man skaper ikke profesjonelle bransjeledende bedrifter ved å gi småpenger til alle. Hvis det er dette som er målet, bør tilskuddene til innovasjon være større, og man må heller gi mer til færre aktører.

8 Anbefalinger

Både fra virkemiddelapparatet og næringen selv viser data at ordningene i det store og det hele treffer godt. Ordningene ser ut til å fungere stort sett etter hensikten, og tiltakene ser ut til å skyte blink. Det kan også vises til positiv utvikling i bransjen. Noe av dette skyldes selvsagt andre forhold enn satsingen på kulturell og kreativ næring, som makroøkonomiske forhold og ikke minst globale utviklingstrekk. Hva som skyldes hva er en for stor studie for denne rapporten, så en diskusjon rundt det må vi dessverre la ligge. I vår sammenheng holder det å peke på at nøkkeltall for næringene som helhet i det store og hele viser positive utviklingstrekk, og at tilbakemeldinger på ordningen stort sett er positive.

Selv om bildet i det store og hele er positivt, er det fortsatt rom for forbedringer på enkelte punkter. Et poeng som kom opp både i intervjuer og i spørreundersøkelsen, er bedre dialog og samarbeid mellom virkemiddelaktørene. Spesielt ser det ut til at dialogen mellom NAA-ene, Kulturrådet og Innovasjon Norge kan styrkes, ikke minst for en mer systematisk bruk av den bransjespesifikke kompetansen som NAA-ene besitter inn i de mer bransjeuavhengige ordningene som Kulturrådet og Innovasjon Norge forvalter. Innad i og mellom bransjeorganisasjonene kan dialog og samarbeid også bli bedre. Generelt er det et ønske om å ha tettere kontakt også mot andre bransjeorganisasjoner enn egen, som kan komplettere den kunnskapen som virkemiddelaktørene har. Vi ser at man jobber med dette på alle nivåer – både på ulike geografiske nivåer, i de ulike virkemiddelaktørene og også i bransjeorganisasjonene. Like fullt ser det fortsatt ut til at man har noe å gå på her. Kulturrådet og Innovasjon Norge har jevnlig møter, og det kan vurderes om også NAA-ene bør inviteres til disse møtene, i hvert fall en eller to ganger pr. år. Det kan også være hensiktsmessig å bygge opp et bedre samarbeid med andre bransjeorganisasjoner utenfor NAA-ene selv. De fleste NAA-enes primære oppgave er å arbeide med internasjonalisering og eksport av norsk kunst, mens andre bransjeorganisasjoner innenfor kulturell og kreativ næring kan ha en større kunnskap om de utfordringene bransjene har i det norske markedet og dermed bistå med verdifull kunnskap ved videreutvikling av virkemidler som for eksempel skal fremme innovasjon.

Mellom bedriftene er det også et ønske om å dele kompetanse. Bedrifter kan lære av hverandre, både innad i bransjene og på tvers av bransjer, for eksempel gjennom

ulike former for nettverk. Selv om mye av faglig innsikt og kompetanse er bransjespesifikk, er et motiv for virkemiddelaktørene å satse på kulturell og kreativ næring som en helhet, og det er noen utfordringer som går på tvers og i fellesskap kan gi synergier. Det kan for eksempel være merkantile eller forretningsmessige forhold. Dette potensialet er ikke tatt ut til fulle. En slik kunnskapsdeling må selvsagt være basert på tillit, og ingen må være redd for å miste hva de ser på som forretningshemmeligheter i denne prosessen. Direkte mot virkemiddelaktørene rettes det en oppfordring til å bruke bedriftseksempler i markedsføringen av ordninger.

Det er uttrykt ønske om støtte til også å ta prosjekter videre fra oppstartsfasen. Det oppleves som vanskeligere å få midler til å videreføre prosjekter enn til å starte prosjekter, knyttet til at et og samme prosjekt ikke kan få støtte flere ganger gjennom samme ordning. Mange gir tilbakemeldinger om at de trenger hjelp for å komme seg videre, selv om de ikke nødvendigvis kjenner seg klar til å søke om (ytterligere) tilskudd eller lån fra Innovasjon Norge. Det er foreslått at Kulturrådets Næringsutvikling og Utviklingsprogram har en to-delt tilnærming, med et for-/pilotprosjekt før selve hovedprosjektet. Dette kunne eventuelt skje i kombinasjon med at det er færre som får hovedprosjekt (dvs. større tilskudd pr. mottaker). For noen bedrifter kan tilgang til mikrolån også være et nyttig tilbud.

Langsiktighet er noe man savner både i virkemiddelapparat og i næringen. Det er mange som ønsker en tydeliggjøring av om dette kun er en tidsbegrenset satsing eller om det vil være permanente ordninger. Det er åpenbart at det er vanskelig å gi garantier på beslutninger som i bunn og grunn er politiske. Mangel på klare signaler på hvorvidt ordningene som går under denne satsingen vil gå til å bli varige ordninger gir likevel grobunn for usikkerhet. Dette kan handle om noe så enkelt som å slutte å bruke begrepet «satsing».

Innovasjon er på ingen måte et klart begrep med en omforent definisjon. Spesielt i denne delen av økonomien, der mye av innovasjonsaktiviteten handler om å skape opplevelser eller bygge interessante merkevarer, beveger man seg forbi teknologi som den eneste innsatsfaktoren i innovasjonsprosessen. Deler av næringen opplever imidlertid at deler av virkemiddelapparatet nærmest setter et likhetstegn mellom teknologi og innovasjon. Dette kan medføre at andre typer av innovasjon

ikke fremmes i tilstrekkelig grad. Samtidig har det vært og er en stor innovasjonsaktivitet i næringen knyttet til digitalisering, som i og for seg har pågått i mange år for enkelte bransjer, men som for andre bransjer har fått en virkelig «boost» av koronapandemien. Her, som for all annen digitalisering, er det viktig at virkemiddelapparatet kun støtter digitaliseringsprosjekter som løser et definert problem (dvs. som det er et reelt behov for) og som ikke kun er en «fancy» ny app.

Videre bør man diskutere hvorvidt fokuset skal ligge på innovasjon eller strategisk næringsutvikling over tid. Det er en sammenheng mellom disse to, strategiske bedrifter arbeider som regel med innovasjon og innovative bedrifter er som regel strategiske, men hva som er høna eller egget er vanskelig å si. Hvor man legger fokus har betydning for hvorvidt man først og fremst støtter kompetanseoppbygging (om bedrifts- og forretningsutvikling) eller gir prosjektstøtte til enkelte innovasjonsprosjekter. Det trenger ikke å være noen motsetning mellom disse, eller valg av enten eller, men en reflektert holdning til hva som er viktigst og i hvert tilfelle er uansett nyttig. Funnene fra midtveisevalueringen tyder på at det så langt har vært kompetanseoppbyggingen som har vært viktigst for tilskuddsmottakerne.

Forslag til prioriterte tiltak

1) Samordning av virkemidlene.

- a. Dette kan gjerne gjøres gjennom prinsipper for et entreprenørielt økosystem.⁴⁵ Dette handler om bedriften og samspillet med andre aktører, sett i lys av en spesifikk geografisk og/eller bransjemessig kontekst. Gjennom kunnskap og andre tilgjengelige ressurser samhandler bedriften med andre aktører. Ved å skape en bevisst holdning

om seg selv og sine ressurser som en del av bedriftens entreprenørielle økosystem kan de ulike virkemiddelaktørene bedre samordne tiltak.

- b. Bedrifter samles i nettverk basert på hvor de hører hjemme i det entreprenørielle økosystemet. Dette kan være regionale nettverk, men kan like gjerne være fundamentert i bransjetilhørighet. Motivasjonen for å delta i disse nettverkene må være kompetanseheving. Både forskningsbasert, men også erfaringsbasert kunnskap er viktig, og man må legge til rette for at bedriftene kan lære av hverandre.

2) Utnytte den lavere terskelen for digital samhandling koronapandemien har skapt.

- a. Dette gjelder kompetansehevende tiltak i bransjen (kurs, sertifisering), men også for virkemiddelapparatet.
- b. Digitale ressurspooler i virkemiddelapparatet; det er vanskelig å ha spisse kompetansemiljøer spredt over hele landet. Det bør etableres ekspertgrupper digitalt som kan samarbeide og støtte regionale enheter.
- c. Kombinere det digitale og det menneskelige. Noe av informasjon og kursene kan gjøres hel-digitale, men bør kombineres med menneskelig interaksjon.

3) Gjøre ordningene mer kjente og oversiktlige.

- a. Det optimale ville være «en-dør» til virkemiddelapparatet, for eksempel en digital portal der de ulike ordningene er samlet og forklart. Vi ser imidlertid at det kan være mange praktiske utfordringer knyttet til en slik portal, men som en nestbeste-ordning bør de deltagende virkemiddelaktørene i større grad informere om hverandres virkemidler på egne nettsider.
- b. Utnytte mulighetene som finnes i sosiale medier i større grad.

45 Se Clausen mfl. (2017)

Referanseliste

- Clausen T.H. Alsos, G.A. og Breivik-Meyer, M. (2017). De gode hjelperne – En studie av inkubatorbedrifters økosystem. *Magma*, (8), 52–60.
- Department for Digital, Culture, Media and Sport (2001). Creative Industries Mapping Documents 2001. <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
- DFØ (2007). Evaluering av statlige tilskuddsordninger. Veileder. <https://dfo.no/filer/Fagomr%C3%A5der/Tilskudd/Evaluering-av-statlige-tilskuddsordninger.pdf>
- Hauge, A., Ibenholt, K., Ericsson, B. og Hallin, G. (2020). *Nullpunktanalyse – kulturell og kreativ næring*. Bergen: Kulturrådet/Fagbokforlaget.
- Hellevik, O. (2015). Hva betyr respondentbortfallet i intervjuundersøkelser? *Tidsskrift for Samfunnsforskning*, 56(2), 211–231.
- Hellevik, O. (2016). Extreme nonresponse and response bias. A «worst case» analysis. *Quality & Quantity*, 50(5), 1969–1991.
- Ibenholt, K. (2019). *Arkitekter og næringsutvikling*. Rapport 03/2019. Lillehammer: Kunnskapsverket.
- Ibenholt, K., Hauge, A., Haraldsen, T., Ericsson, B. og Rykkja, A. (2015). *De gode hjelperne – nasjonale virkemidler for utvikling av kulturelle næringer*. Rapport nr 03-2015. Lillehammer: Kunnskapsverket.
- Innovasjon Norge. (2018). *Oppdragsgiverrapport fra Innovasjon Norge 2017*. <https://www.innovasjonnorge.no/globalassets/0-innovasjonnorge.no/om-innovasjon-norge/organisering-og-tall/arsrapport/innovasjon-norge-oppdagsrapport-for-2017.pdf>
- Innovasjon Norge. (2019). *Oppdragsgiverrapport fra Innovasjon Norge 2018*. https://www.innovasjonnorge.no/globalassets/0-innovasjonnorge.no/om-innovasjon-norge/organisering-og-tall/arsrapport/oppdagsgiverrapporten-2018_m_vedlegg_endelig-versjon.pdf
- Innovasjon Norge. (2020). *Oppdragsgiverrapport fra Innovasjon Norge 2019*. https://www.innovasjonnorge.no/globalassets/0-innovasjonnorge.no/om-innovasjon-norge/oppdag-og-resultater/2020/oppdagsgiverrapport-2019_med-vedlegg_endelig-versjon.pdf
- Kulturdepartement (2016). Statsbudsjettet 2017: 70 millioner kroner til kulturell og kreativ næring. Pressemelding datert 06.10.2016, hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/70-millioner-kroner-til-kulturell-og-kreativ-naring/id2514480/>
- Kulturdepartementet (2019). Spillerom, Dataspillstrategi 2020–2022.
- Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet (2001). Tango for to – Samspill mellom kultur og næringsliv. Temahefte.
- Kulturrådet (2020). Kulturrådets årsrapport 2019. <https://www.kulturradet.no/vis-publikasjon/-/arsrapport-kulturradet-2019>
- Malasevska, I. og Ericsson, B. (2019). *Der ingen skulle tro ... Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo*. Rapport 01/2019. Lillehammer: Kunnskapsverket.
- Menon og BI (2020). Et halvt år med kronakrise i kultursektoren – erfaringer og fremtidsutsikter. Menon Rapport 131/2020.
- Music Norway (2020). Årsrapport 2019. https://issuu.com/musicnorway/docs/mn__rbok_2019
- NORLA (2020). Årsmelding 2019. https://www.dropbox.com/s/nv2r71bqjpovdwe/200529_NORLA2019_rapport-2-hb.pdf?dl=0
- Norsk Filminstitutt (2020). Årsrapport 2019. <https://www.nfi.no/statistikk/statistikk-analyse-og-rapporter>
- Oslo Economics (2018). *Den norske spillbransjen*. Utredning for Kulturdepartementet.
- Samfunnsøkonomisk analyse (2020a). Evaluering av Norge som gjesteland på Frankfurter Buchmesse 2019. SØA-rapport 32-2020.
- Samfunnsøkonomisk analyse (2020b). Kartlegging av ordninger for internasjonalisering av norsk kunst og kultur, SØA-rapport 14-2020.

Vedlegg I: Metodikk, avgrensninger og indikatorer

I midtveisevalueringen har vi benyttet oss av flere metoder og datakilder, som kort beskrives nedenfor.

Dybdeintervjuer

Intervjuer er en viktig metode i følgeevalueringen, inngår i alle faser av prosjektet og dekker de aller fleste aktørgruppene i satsingen. Intervjuer er spesielt godt egnet for å avdekke komplekse sammenhenger og kausalitet.

I midtveisevalueringen har vi intervjuet representanter for Kulturdepartementet, de involverte virkemiddelaktørene (Kulturrådet, Innovasjon Norge, Norwegian Arts Abroad) og et utvalg av virksomheter som har fått støtte gjennom de iverksatte tiltakene.

Dybdeintervjuene er gjennomført som semi-strukturelle intervjuer. Intervjuene har vært basert på en tilpasset intervjuguide, men hvor den som er blitt intervjuet har hatt mulighet for å komme med synspunkter og innspill som ikke nødvendigvis var fanget opp i intervjuguiden. Guiden har slik sett først og fremst hatt til hensikt å sikre at alle nødvendige temaer har blitt dekket. Intervjuguidene er i tillegg blitt tilpasset til hver enkelt respondent.

Case

For å få en fordypet kunnskap om bedriftene som mottar tilskudd, og ikke minst hvilke utfordringer de har støtt på og hvilken nytte de har hatt av tilskuddene, bruker vi case-metodikken. Dette er en god metode for å få kunnskap om «hvorfor» og «hvordan», men gir ikke nødvendigvis noen representativ kunnskap om hele populasjonen, dvs. alle bedrifter som får støtte. For sistnevnte har vi informasjon gjennom statistiske analyser og spørreundersøkelser, men det er ikke nødvendigvis slik at den informasjonen kan si noe om kausaliteter.

Vi har derfor valgt ut et antall bedrifter (caser) som vi følger opp særskilt gjennom dybdeintervjuer og annen dokumentasjon. Dette omfatter noen bedrifter som var de første til å få tilskudd (dvs. fra 2017), men også bedrifter som kommer inn i ordningen etter hvert. Gjennom å inkludere

bedrifter som kommer inn i ordningen på forskjellig tid kan vi fange opp endringer og tilpasninger i ordningene over tid.

Vi har i alt gjennomført dybdeintervjuer med

- Tilskudd fra Innovasjon Norge: Totalt 8 bedrifter. 1 fra hvert eksportprogram, og 3 som har fått støtte til Bedriftsnettverk hovedprosjekt eller Klynge forprosjekt. I tillegg har vi intervjuet to bedrifter som har fått tilskudd til næringsutvikling fra Kulturrådet, men også deltatt i Innovasjon Norges kompetanseprogram.
- Tilskudd fra Kulturrådet: Totalt 26 bedrifter. 13 som har fått tilskudd til Næringsutvikling, 11 som har fått tilskudd til Regional bransjeutvikling (hvorav en også har fått Næringsutvikling) og 3 kulturinstitusjoner som har fått utviklingsstøtte. En av de som er intervjuet har også deltatt i Innovasjon Norges eksportprogram, og en har fått støtte til Bedriftsnettverk.
- Tilskudd fra NAA: 12 intervjuer, hvorav 7 også har fått støtte fra enten Kulturrådet eller Innovasjon Norge og 5 kun fra en NAA.

Dokumentanalyser

Innovasjon Norge

Statsbudsjettet 2017 – Tilskudd til Innovasjon Norge, brev fra Kulturdepartementet, datert 22.02.2017

Statsbudsjettet 2018 – Oppdragsbrev til Innovasjon Norge 2018, brev fra Kulturdepartementet, datert 23.01.2018

Statsbudsjettet 2018 – Tillegg til oppdragsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 19.12.2018

Statsbudsjettet 2019 – Oppdragsbrev til Innovasjon Norge – kulturell og kreativ næring, brev fra Kulturdepartementet datert 01.02.2019

Oppdragsbrev til Innovasjon Norge 2020, brev fra Kulturdepartementet datert 31.01.2020

Oppdragsgiverrapport fra Innovasjon Norge for årene 2017, 2018 og 2019

Oversikt over alle tilskuddsmottakere 2017–2020 innenfor ordningene:

- Arkitektur ut i verden
- Litteratur ut i verden
- Musikk ut i verden
- Bedriftsnettverk, forprosjekt
- Bedriftsnettverk, hovedprosjekt
- Klynger, forprosjekt
- Investorprogram: Angel Challenge, Growth Challenge Creative, Fundraising for Startups
- Powered by Culture
- Bygg Bedrift

Kulturrådet

Statsbudsjettet 2017 – Tildelingsbrev – Norsk kulturråd, brev fra Kulturdepartementet datert 25.01.2017

Statsbudsjettet 2018 – Tildelingsbrev – Norsk kulturråd, brev fra Kulturdepartementet datert 18.01.2018

Statsbudsjettet 2019 – Tildelingsbrev – Norsk kulturråd, brev fra Kulturdepartementet datert 07.01.2019

Tildelingsbrev 2020 – Norsk kulturråd, brev fra Kulturdepartementet datert 27.01.2020

Kulturrådets årsrapport for årene 2017, 2018 og 2019

Oversikt over alle tilskuddsmottakere 2017–2020 innenfor ordningene

- Næringsutvikling
- Regional bransjeutvikling
- Utviklingstilskudd til kulturinstitusjoner.

Music Norway

Statstilskudd for 2017 – tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 03.01.2017

Music Norway – statstilskudd for 2017 – korrigert tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 25.10.2017

Tilskuddsbrev 2018, brev fra Kulturdepartementet datert 08.01.2018

Music Norway Årsrapport for årene 2017, 2018 og 2019

Oversikt over alle tilskuddsmottakere 2017–2020 innenfor bransjetilskuddsordningen (tilgang via søknadsportalen Stikk)

Norsk Film

Norsk filminstitutt – budsjett 2017 – endelig tildelingsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 20.01.2017

Norsk filminstitutt – Endelig tildelingsbrev for 2018, brev fra Kulturdepartementet datert 12.02.2018

Norsk filminstitutt – Endelig tildelingsbrev for 2020 – korrigert, brev fra Kulturdepartementet datert 05.02.2020

Norsk filminstitutt Årsrapport for årene 2017, 2018

Rapport – tilskudd til internasjonal lansering – pilotprosjekt Kreativ Næring (NAA-midlene) 2019–2020. Til Kulturdepartementet 14. februar 2020

Søknadsliste 2019

NORLA

Statstilskudd for 2017 – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 19.12.2016

Statstilskudd 2018 – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 08.03.2018

Statsbudsjettet 2019 – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 31.01.2019

Statstilskudd 2020 – NORLA – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 03.01.2020

NORLA Årsmelding for årene 2017, 2018 og 2019

Tilskuddslistene for årene 2019–2020

Norwegian Crafts

Statstilskudd for 2017 – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 15.12.2016

Statstilskudd for 2018 – Tilskuddsbrev til Norwegian Crafts, brev fra Kulturdepartementet datert 20.12.2017

Statstilskudd for 2020 – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 16.12.2019

Statstilskudd for 2020 – Reduksjon av Norwegian Crafts andel til ISGIES, brev fra Kulturdepartementet datert 23.01.2020

Anmodning om møte med avdelingsleder Stein Sægrov vedr. driftstilskudd for 2020, brev fra Norwegian Crafts til Kulturdepartementet datert 18.12.2019

Annual Report for årene 2017 og 2018

Office for Contemporary Arts Norway

Statstilskudd for 2017 – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 16.12.2016

Statstilskudd for 2018 – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 20.12.2017

Annual Report 2017

Styrets årsmelding for 2019

Tilskuddslistene for ISGIES 2017–2019

Danse- og teatersentrum/Performance Arts Hub Norway

Statsbudsjettet 2017 – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 03.01.2017

Statsbudsjettet 2017 – Korrigert tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 04.01.2017

Danse- og teatersentrum Statsbudsjettet 2018 – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 21.12.2017

Statstilskudd for 2020 – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 16.12.2019

Danse- og teatersentrum – budsjett 2020 – Tilskuddsbrev, brev fra Kulturdepartementet datert 31.12.2019

Årsrapport 2017, inkl. Vedlegg 1 Resultatregnskap 2017

Årsrapport 2017, UDs tilskuddsordninger for scenekunst

Oversikt over alle tilskuddsmottakere 2017–2020 innenfor bransjetilskuddsordningen (tilgang via søknadsportalen Stikk)

Kvantitative datakilder

- Brønnøysundregistrene, Regnskapsdata (via Proff Analyse)
- Samspilldatabasen, database med mikrodata over virkemiddelbruk
- Data fra virkemiddelaktørene om søknader, tildelinger, avslag.

Vedlegg II: Medieanalyse

For å følge satsingen over tid gjennomfører vi en medieanalyse av nyhetsartikler på nett og papir som omtaler kulturell og kreativ næring som felt og spesielt satsingen som er gjenstand for evaluering. Analysen er først og fremst en kvantitativ gjennomgang av medieoppslagene, med fokus på antall oppslag og hvilke medier som omtaler området. Analysen gjennomføres som systematiske søk i Atekst (Retriver). Treff fra Kulturrådets og ulike departementers egne nettsider er ekskludert fra søket. Duplikater der samme oppslag er publisert både på nett og på papir er slått sammen og regnet som ett oppslag.

I tidsperioden 01.01.2017–09.03.2020 har de ulike ordningene tilknyttet KKN-satsningen blitt omtalt 197 ganger i norske medier. Flertallet av omtalene (50 prosent) er positive. 28 prosent av omtalene er negative, mens 22 prosent kan kategoriseres som nøytrale.

Dekningen av ordningene er fordelt relativt likt mellom rikspressen (71 oppslag), lokalpresse (66 oppslag) og ulike bransjepublikasjoner (60 oppslag). Rikspressen står dog for den høyeste andelen av omtalene (36 prosent).

Lokalpressen har hatt den høyeste andelen positive oppslag (54 prosent), mens rikspressen har hatt høyest andel negative oppslag (34 prosent). Den høyeste andelen nøytrale oppslag finner vi i bransjepublikasjonene (32 prosent).

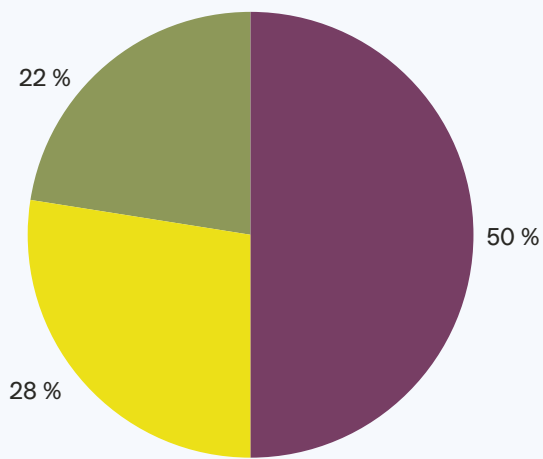
I lokalavisene handler de positive oppslagene ofte om tildelinger til lokale kunstnere og foretak, samt følgene disse tildelingene får (opprettelsen av nye internasjonale festivaler, kunstnere og artister som får reise utenlands etc.). I rikspressen og i bransjepublikasjonene er mye av den positive omtalen gladsaker om at ordningene representerer økt satsning på og friske midler til ulike kulturnæringer, men også her finner vi omtaler av enkeltpersoner og foretak som har fått støtte gjennom de ulike ordningene i satsningen. Den høye andelen nøytrale beskrivelser i bransjepublikasjoner skyldes at disse gjerne omtaler søknadsutlysninger og seminarer tilknyttet de ulike ordningene.

En betydelig del av den negative omtalen på tvers av publiseringskanalene er tilknyttet framlegging av statsbudsjettet, der det har vært negative reaksjoner som følge av forventninger som ikke blir møtt eller kutt i støtte. Fokuset på næringsutvikling og kommersialisering førte også til debatt i avisspaltene, gjennom kronikker og

avisinnlegg, der ordningene ble omtalt i både positive og negativt ordelag.

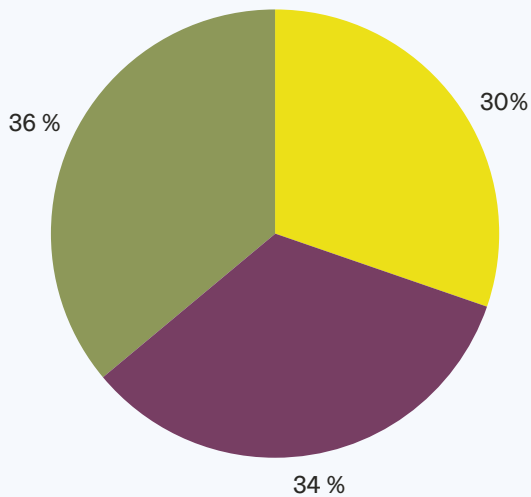
Etableringen av Kreativt Norge-kontoret er også mye omtalt, spesielt i tilknytning til kontorets beliggenhet, da det ble uttrykt både glede og skuffelse over at kontoret ble lagt til Trondheim. Mens valget ble godt mottatt i Trondheim, kom skuffelsen spesielt til uttrykk blant representanter fra de øvrige vertsbyene som hadde blitt vurdert, slik som Stavanger og Drammen. Misnøyen var derimot sterkest blant de som ønsket at kontoret skulle legges til Bergen, da det blant disse hadde bygget seg opp en forventning etter at Kulturrådet gikk ut med sin anbefaling om at kontoret burde legges til enten Bergen eller Stavanger. Det ble spekulert i om hvorvidt kontoret ble plassert i Trondheim som en «hilsen hjem» fra daværende kulturminister Linda Hofstad Helleland, som selv er fra Trøndelag.

» Figur 1 Prosentvis andel positive, negative og nøytrale omtaler av KKN-satsningen og dens ordninger.



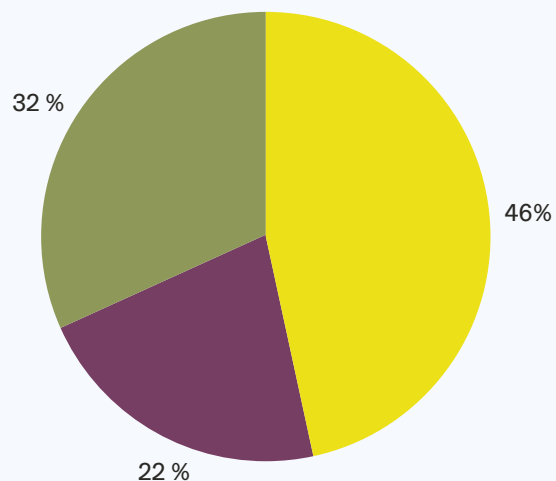
■ Nøytrale omtaler
■ Positive omtaler
■ Negative omtaler

» Figur 2 Prosentvis fordeling av omtale fordelt på rikspresse, lokalpresse og bransjepublikasjoner.

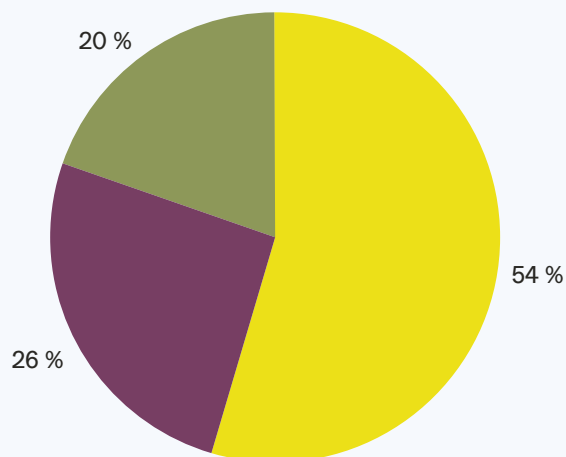


■ Rikspresse
■ Lokalpresse
■ Bransjepublikasjoner

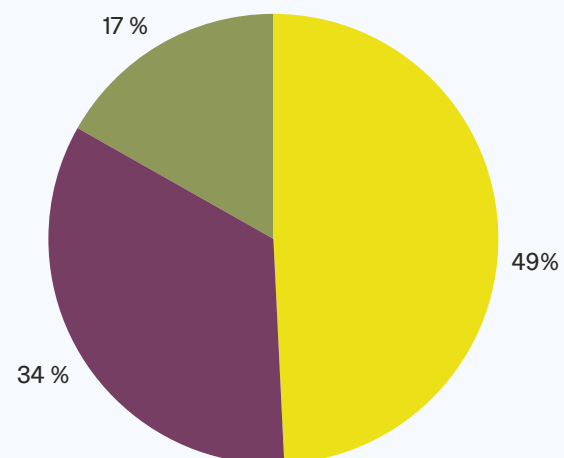
» Figur 3-5 Prosentvis andel positive, negative og nøytrale omtaler fordelt på pressetype.



■ Positive omtaler ■ Negative omtaler ■ Nøytrale omtaler



■ Positive omtaler ■ Negative omtaler ■ Nøytrale omtaler



■ Positive omtaler ■ Negative omtaler ■ Nøytrale omtaler

Vedlegg III:

Næringsinndeling

Kategori	NACE-kode	NACE-kode tekst
Arkitektur	71.111	Plan- og reguleringsarbeid
	71.112	Arkitekttjenester vedrørende byggverk
	71.113	Landskapsarkitekttjenester
Annonse og reklame	73.110	Reklamebyråer
Spesialisert design-virksomhet	74.101	Industridesign, produktdesign og annen teknisk designvirksomhet
	74.102	Grafisk og visuell kommunikasjonsdesign
	74.103	Interiørarkitekt, interiørdesign og interiørkonsulentvirksomhet
Film-, video- og fjernsynsprogram-produksjon, radio og foto	59.110	Produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer
	59.120	Etterarbeid knyttet til produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer
	59.130	Distribusjon av film, video og fjernsynsprogrammer
	59.140	Filmfremvisning
	60.100	Radiokringkasting
	60.200	Fjernsynskringkasting
	74.200	Fotografvirksomhet
	77.220	Utleie av videofilm, DVD og lignende
Dataspill	58.210	Utgivelse av programvare for dataspill
Bokbransjen (Forlags-virksomhet)	47.610	Butikkhandel med bøker
	47.620	Butikkhandel med aviser og papirvarer
	58.110	Utgivelse av bøker
	58.130	Utgivelse av aviser
	58.140	Utgivelse av blader og tidsskrifter
	63.910	Nyhetsbyråer
	90.034	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen litteratur
	58.190	Forlagsvirksomhet ellers

Kategori	NACE-kode	NACE-kode tekst
Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kultur-virksomheter	74.300	Oversettelses- og tolkevirksomhet
	91.011	Drift av folkebiblioteker
	91.012	Drift av fag- og forskningsbiblioteker
	91.013	Drift av arkiver
	91.021	Drift av kunst- og kunstindustrimuseer
	91.022	Drift av kulturhistoriske museer
	91.023	Drift an naturhistoriske museer
	91.029	Drift av museer ikke nevnt annet sted
	91.030	Drift av historiske steder og bygninger og lignende severdigheter
Musikk	47.630	Butikkhandel med innspillinger av musikkvideo
	59.200	Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak
	90.011	Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk
	90.032	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen musikk
	74.903	Impresariovirksomhet
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	85.521	Kommunal kulturskoleundervisning
	85.522	Undervisning i kunstfag
	85.529	Annen undervisning innen kultur
	90.012	Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen scenekunst
	90.019	Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet ikke nevnt annet sted
	90.020	Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet
	90.031	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen visuell kunst
	90.033	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen scenekunst
	90.039	Selvstendig kunstnerisk virksomhet ikke nevnt annet sted
	90.040	Drift av lokaler tilknyttet kunstnerisk virksomhet

Denne rapporten utgjør andre del av følgeevalueringen av Solberg-regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring, som ble igangsatt i 2017. Dette er en midtveiseevaluering, med vurderinger av hvilke effekter satsingen har hatt så langt. Den beskriver økonomiske data for næringen, noen strukturelle trekk ved næringen og virksomhetenes tidligere bruk av næringsrettede virkemidler. Den beskriver også de ordninger og tiltak som er iverksatt i satsingen på kulturell og kreativ næring.

En viktig konklusjon i den første rapporten var at den overordnede innsatslogikken for satsingen på kulturell og kreativ næring virket god og sammenhengende. Tiltakene som er etablert i satsingen, synes godt tilpasset målene. Samtidig konkluderte rapporten med at uklarheter i de overordnede målene gjorde det vanskelig å vurdere i hvilken grad målene faktisk blir nådd.

Midtveiseevalueringen fokuserer derfor på denne problematikken, og den bruker kvantitative så vel som kvalitative data i undersøkelsen. Rapporten konkluderer med at de ulike ordningene foreløpig fungerer godt og etter intensjonene, men at det ligger et forbedringspotensial i samordningen av virkemidlene.

Følgeevalueringen gjennomføres av Østlandsforskning/Høgskolen i Innlandet i samarbeid med Samfunnsøkonomisk analyse og WSP.