



Bilag 1. Kreativ vækstpakke

12-03-2012

1. Københavnerfortællingen

Med Københavnerfortællingen er der peget på tre vækstområder for hovedstaden: grøn vækst, sund vækst og kreativ vækst.

Sagsnr.
2012-27016

Dokumentnr.
2012-182609

Kultur- og Fritidsforvaltningen beskriver i dette notat vækstperspektiverne for byens kreative erhverv og giver konkrete forslag til, hvordan Københavns Kommune kan forbedre udfoldelsesmulighederne for kreative iværksættere og virksomheder.

Sagsbehandler
Susanne Skovgaard
Christensen & Sine
Midtgaard Hansen

Udgangspunktet er visionen om en attraktiv hovedstad, hvor kunstnerisk kreativitet og innovation udmønter sig i stadig flere arbejdspladser, som kan styrke Københavns position som en regional kulturel metropol.

Københavns Kommune har et erklæret mål om en økonomisk vækst på 5 % frem mod år 2025 for at opretholde og styrke livskvaliteten for byens borgere og besøgende. Større fokus på vilkårene for byens kreative erhverv er en del af svaret på, hvordan målet kan nås.

2. Kreative erhverv – fremtidens vækstfaktor

Globaliseringen har ændret vilkårene for verdensøkonomien og nye markeder vokser frem som følge af opkomsten af en ny middelklasse i lande som Kina, Indien og Rusland. Samtidig er en del af den traditionelle industriproduktion flyttet til især Asien og Østeuropa. For Danmark betyder det behov for at identificere og udvikle nye erhverv, som kan fremtidssikre væksten i form af indtjening og arbejdspladser.

Erhvervs- og Byggestyrelsens enhed for erhvervsøkonomisk forskning & analyse (FORA) lister i en rapport fra 2010 fire overordnede temaer med markant indflydelse på fremtidens væksterhverv:

1. Miljø (Miljø og bæredygtighed)
2. Sundhed (Sundhed, ernæring, velfærd, bioteknologi)
3. Kreativitet (Kreative erhverv; herunder musik, film, spil, litteratur, mode, design, kompetencer, sport mm)
4. Digitalisering (understøtter innovation i de øvrige kategorier)

Indenfor disse fire temaer er fremtidens vækstvirksomheder defineret som dem, som udvikler radikalt nye løsninger på samfundsmæssige udfordringer og som imødekommer eller skaber nye forbrugerbehov for derigennem at skabe afsætningsmuligheder på nye markeder.

Flere statistiske undersøgelser dokumenterer, at kreative erhverv er en katalysator for vækst i Danmark. Den seneste rapport fra 2011 ”Vækst via oplevelser” (FORA og Center for Oplevelsesøkonomi, CKO) viser, at de kreative erhvervs bidrag til dansk økonomi i form af beskæftigelse og iværksætterinitiativ er stigende. Kreative erhverv

KFF Sekretariat

Rådhuset
1599 København V

Telefon
3366 2315

E-mail
suskov@kff.kk.dk

EAN nummer
5798009780515

www.kk.dk

har i øvrigt klaret sig bedre gennem finanskrisen end virksomheder i det øvrige erhvervsliv.

De kreative erhvervs styrke er, at de genererer værditilvækst, beskæftigelse og eksport gennem deres produktion og aktiviteter og at de bidrager til fornyelse og dynamik i det øvrige erhvervsliv. Dertil kommer, at de kreative erhverv er med til at brande Danmark som en innovativ nation med mange højproduktive og specialiserede virksomheder og vidensmiljøer.

Kreative erhverv har således både et direkte vækstpotentiale samt et yderligere potentiale i forhold til at udvikle det øvrige erhvervsliv.

2.2. Kreativ vækst i tal

Den kreative sektor vokser med større hast end det øvrige erhvervsliv. På europæisk plan forventes en årlig vækstrate på godt 5 %. Medtages de avancerende økonomier i et globalt perspektiv er væksten endnu mere udtalt.

Følgende parametre benyttes til at vurdere kreativ erhvervs vækst:

- Værditilvækst
- Beskæftigelse
- Eksport

Værditilvækst

Værditilvækst defineres som forskellen mellem værdien af produktionen (output) og forbruget til produktionen (input). Til eksempel bidrog kreative erhverv samt oplevelseserhverv i 2008 med ca. 12 % af værditilvæksten i Danmark, i alt 108 mia. kr. Beløbet svarer til mere end otte gange så meget som værditilvæksten i landbrug, gartneri og skovbrug tilsammen eller lidt mere end værditilvæksten i finansierings- og forsikringsbranchen.

Beskæftigelse

De kreative erhverv samt oplevelseserhvervene tegnede sig i 2008 for mere end 7 % af den samlede danske beskæftigelse. I alt 175.000 fuldtidsbeskæftigede. De kreative erhverv alene beskæftigede i 2011 mere end 70.000 personer.

Eksport

Kreative erhvervs eksport har i gennem det senest årti ligget stabilt på omkring 32 mia. kr. Det er noget lavere end erhvervslivet som helhed. Udviklingen i de kreative erhvervs eksportrater varierer imidlertid meget fra branche til branche. Design, kunst og kunsthåndværk har kunnet fremvise pæne årlige eksportrater, mens brancher som film, tv, musik, bøger har haft en negativ eksportvækst.

2.3. Kreative klynger

Klyngeanalyser viser, at erhvervsspecialisering går hånd i hånd med høj produktivitet, høj indtjening og store markedsandele. En erhvervsklynge kan defineres som virksomheder fra relaterede brancher, der opererer indenfor et særligt erhvervsområde og som har fordel af at være lokaliseret i samme geografiske område - enten fordi de trækker på de samme kompetencer eller fordi de har et tæt samarbejde.

I forhold til udvikling af kreative produkter og serviceydelser adskiller kreative erhvervsklynger sig ved at indbefatte nonprofit virksomheder, kulturelle institutioner, kunstnere, forskerparker og mediecentre. Her er det afgørende at den erhvervsmæssige infrastruktur omfatter alle niveauer; fra vækstlag til viden/innovation fra forskningsverdenen. En kreativ erhvervsklynge kan styrkes gennem tætte relationer til øvrige kreative erhverv/klynger.

Rapporten ”Det kreative København” (FORA, 2011) udpeger København som en metropol med en stor specialiseringsgrad indenfor kreative erhverv. De kreative erhverv i København beskæftiger 70 % flere i forhold til sin størrelse end gennemsnittet af de vesteuropæiske metropoler. Byens styrke og konkurrencefordel er opbygget igennem en årrække og afspejler en stærk global konkurrenceevne. Rapporten peger imidlertid også på, at en fortsat positiv udvikling i København forudsætter en målrettet indsats for at skabe stærke nicher i en stadig mere globaliseret økonomi, bl.a. gennem dannelsen af kreative erhvervsklynger.

2.4. Kreative klynger i København

Hvilke kreative klynger København skal satse på bør basere sig på de erhverv, hvor vi allerede har konkurrencemæssige fordele. De mest markante kreative brancher i 2011 var software, computerspil og webtjenester, efterfulgt af reklamebranchen, medier, TV, mode, film, arkitektur og design. Heraf vurderer Kultur- og Fritidsforvaltningen, at særligt to klynger indeholder et vækstpotentiale:

- Den audiovisuelle klynge, som omfatter film-, tv- og computerspilbrancherne
- Mode/design-klyngen

Disse to klynger har en række positivt afsmittende effekter i forhold til andre kreative erhverv, dels via en tværfaglig indholdsproduktionen (særligt aktuelt for den audiovisuelle klynge), dels ved koblingen af oplevelser til indholdsproduktionen (særligt aktuelt for mode/design). Eksempelvis knytter film og tv an til teater, musik, animation osv., mens mode og design bruger musik og film i markedsføringen af deres produkter.

Den audiovisuelle klynge

Hovedstadsregionen har et særligt potentiale inden for den audiovisuelle klynge, som omfatter film, tv og computerspil.

Regionen står for mere end 90 % af den samlede omsætning indenfor den audiovisuelle klynge samt for ca. 96 % af den samlede eksport inden for branchen.

Den audiovisuelle klynge har i 2009 haft en omsætning på ca. 4,4 mia. kr., mens den samlede omsætning i branchen samt forbrug i øvrige sektorer er 7,1 mia. kr. Klyngen har beskæftiget 3200 fuldtidsansatte (Kilde: *Copenhagen Entertainment 2010*).

Mode og design

Den danske mode- og tekstilindustri har stor betydning for dansk beskæftigelse og eksport med en årlig omsætning på ca. 31 mia. kr. og ca. 23 mia. kr. i eksport. Branchen havde den højeste værdiskabelse pr. medarbejder blandt alle verdens modebrancher, hvilket tyder på en stærk konkurrencedygtighed.

Den Københavnske modeuge er fortsat en af de største i Nordeuropa og Danmark vurderes at kunne opnå en unik niche og kommerciel succes gennem positionering som verdens centrum for bæredygtig mode (Kilde: *Modezonen, 2008-2011*).

Yderligere fordele ved dannelsen af stærke kreative erhvervs-klynger

De kreative erhverv skaber imidlertid ikke kun oplevelsesprodukter. Fremtidens væksterhverv er drevet af behovet for at finde løsninger på f.eks. miljømæssige udfordringer, for at øge befolkningssundheden eller for at imødekomme forbrugerefterspørgslen på unikke, individuelle løsninger.

Koblingen mellem ny teknologi og kreative erhverv bidrager til innovation og effektivisering indenfor det øvrige erhvervsliv og i den offentlige sektor. Eksempelvis kan Serious Games (den audiovisuelle klynge) være med til at skabe nye løsninger i relation til eksempelvis miljøområdet og det offentlige behov for effektivisering af arbejdsgange ligesom nye design løsninger kan bidrage til bedre forhold i eksempelvis sundheds- og omsorgssektoren.

Yderligere to temaer vil derfor være interessante at fokusere på i erhvervsudvikling af klynger:

- Velfærdsdesign
- Bydesign

Ved at satse på disse to klynger også, vil sidegevinsten - ud over øget beskæftigelse og vækst i kreative erhverv - være innovation i både den private og den offentlige sektor.

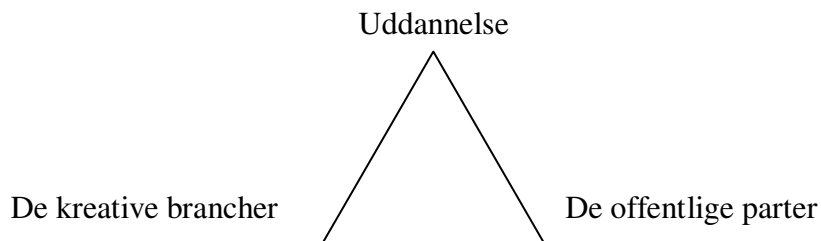
3. Hvad skal der til?

Flere forskningsenheder har undersøgt de særlige udfordringer for kreative erhverv, herunder hvilke rammevilkår der med fordel kan forbedres. Kultur- og Fritidsforvaltningens vurdering er, at følgende faktorer er blandt af de mest væsentlige:

- Adgang til risikovillig kapital
- Vilkår for nye vækstvirksomheder
- Forretningsforståelse
- Adgang til kvalificeret arbejdskraft
- Klyngerelationer øger innovation og konkurrenceevne

3.1. Hvem sikrer erhvervsudviklingen inden for kreative klynger?

Den offentlige sektor spiller en stor rolle som ejer, organisator, rådgiver og subsidierende part for udvikling af kreative klynger, men erhvervsudvikling inden for de kreative erhverv bør i et tæt samarbejde mellem brancherne, de offentlige parter og uddannelsesinstitutionerne.



1. Seks indsatsområder for at styrke kreativ vækst

I arbejdet med den kreative vækstpakke har Kultur- og Fritidsforvaltningen undersøgt kommunens muligheder for at øge væksten inden for de kreative erhverv. Forvaltningens institutioner har bidraget med forslag til og eksempler på nye tiltag, som kan hjælpe byens kreative iværksættere og miljøer til at opnå fodfæste på markedet og etablere sig som økonomisk bæredygtige virksomheder. Alle forslag og idéer er beskrevet i bilag 2.

Kultur- og Fritidsforvaltningen har udpeget seks indsatsområder i forhold til at skabe vækst og beskæftigelse i de kreative erhverv.

Kultur- og Fritidsforvaltningen vil:

1. Arbejde for at København bliver internationalt center for flere kreative klynger
2. Arbejde for at skabe uddannelser inden for nye kreative sektorer
3. Bruge kommunens ressourcer til at efterspørge kreative produkter
4. Stille digitale data og løsninger frit til rådighed
5. Arbejde for tilgængelig risikovillig kapital til kreative erhverv
6. Skabe fysiske rammer til nye iværksættere og søge målrettet erhvervsrådgivning til kreative erhverv

Med udgangspunkt i de seks indsatsområder er nedenfor listet en række prioriterede projekt- og idéforslag, som konkret kan understøtte kommunens målsætning om kreativ vækst.

1. København skal være internationalt center for flere kreative klynger

København skal være et internationalt center for kreative klynger, hvor internationale virksomheder lokaliseres og/eller hvor der foregår en række aktiviteter som uddannelser, messer eller andre begivenheder, der kontinuerligt tiltrækker et internationalt branchemiljø til byen.

Eksempel

De udadrettede aktiviteter i forbindelse med Copenhagen Fashion Week er medvirkende til, at den københavnske modeuges internationale gennemslagskraft er vokset. På samme måde forventes forslaget om at etablere en international overbygningsuddannelse indenfor computerspil (EUCROMA) at være med til at gøre København til internationalt hot-spot indenfor den audiovisuelle klynge.

Idé-forslag:

- **Udviklingsvindue for kreative iværksættere – Bydækkende Krea festival. Årligt 750.000 kr.**

Den bydækkende Krea festival er en platform for synliggørelse af Københavns kunstnere og kreative erhverv med henblik på salg til private forbrugere og virksomheder på udkig efter forretningsudvikling med elementer fra oplevelseserhvervene. Gennem diverse events skal Krea festivalen facilitere møder mellem de kreative iværksættere og det øvrige erhvervsliv for at skabe nye partnerskaber for produkt- og forretningsudvikling.

- **Copenhagen Cultural Network. I alt 550.000 kr.**

Copenhagen Cultural Network skal tilbyde udenlandske studerende samt familiemedlemmer til international arbejdskraft ("newcomers") mulighed for frivilligt kulturarbejde på Københavns Biblioteker. Projektet gennemføres i samarbejde med "Consortium for global talent", som er et samarbejde mellem 18 af de største danske virksomheder, som i særlig grad er afhængig af at tiltrække og fastholde international arbejdskraft.

2. København skal tilbyde uddannelser indenfor for nye kreative sektorer

Nye kreative klynger skaber nye uddannelsesbehov, hvilket senest er sket indenfor computerspilbranchen. Derfor er en væsentlig del af rammebetingelserne at sikre udbuddet af relevante uddannelser, som i videst muligt omfang forankres i etablerede uddannelsesinstitutioner.

Eksempel

Den danske overbygningsuddannelse indenfor udvikling af computerspil (DADIO) er etableret af Filmskolen og tiltrækker studerende fra mange forskellige uddannelser. Uddannelsen har affødt nye spilproducenter, som etablerer sig i hovedstadsregionen.

Idé-forslag:

- **EUCROMA – international overbygningsuddannelse indenfor computerspil. I alt 2 mio. kr.**

Etablering af en ny tværgående overbygning for universitets- og kunststuderende fra Europa. Formålet er at bringe forskellige faggrupper fra matematikere over designere og it-udviklere til manuskriptforfattere sammen for at skabe et fælles sprog og træne spilproduktion. København får mulighed for at blive forgangsby for danske og internationale studerende med kompetence og interesse indenfor spiludvikling, hvilket vil tiltrække internationale spilvirksomheder samt understøtte den audiovisuelle klynge i Københavnsområdet.

- **AFUK – en kompetencegivende 3-årig artistuddannelse**

København har gennem de sidste 30 år opbygget en stærk position indenfor Ny Cirkus. Akademiet For Utæmmet Kreativitet (AFUK) har uddannet artister siden 1993, opdyrket jobmuligheder, lavet festivaler, undervist børn og ad alle disse veje været med til at

opbygge et cirkusmiljø i København. I regi af AFUK ønskes der etableret en 3-årig kompetencegivende uddannelse. Etableringen af uddannelsen vil i første omgang ske på forsøgsbasis i fire år.

3. København skal bruge sine ressourcer til at efterspørge kreative produkter

Københavns Kommune kan udnytte sin position som efterspørger til at skabe et større marked for kreative løsninger og produkter. Derudover kan kommunen bruge sin indflydelse til at give nye producenter mulighed for at komme ind på markedet. Endelige kan kommunen i samarbejde med forskningsmiljøer udvikle nye produkter, der fremadrettet kan sættes i produktion og afsættes til et større marked.

Eksempel

Den senere verdenskendte arkitekt Bjarke Ingels fik mulighed for at opføre sin første bygning, da Købehavns Kommune og Lokale & Anlægsfonden bevidst besluttede at satse på unge og uprøvede kræfter i forbindelse med opførelse af Det Maritime Ungdomshus på Amager.

Idé-forslag:

- **Indkøbspolitik**
Kommunens aktuelle indkøbs- og udbudspolitik indeholder en række begrænsninger for et tættere samarbejde med mindre og nystartede kreative virksomheder. Kultur- og Fritidsforvaltningen undersøger mulighederne for mere lempelig indkøbspolitik som vægter tværfaglige leverandørkonsortier og dispensation fra formelle krav/kriterier for mindre udbudsopgaver.
- **”Kulturelle udbud”**
Kommunen indbyder privat aktører i ”kulturelle udbud” til at drive og stå for kommunale kulturtilbud. Kommunen vil gerne opfordre til nye partnerskaber, hvor kreative iværksættere går sammen med finansielle partnere for at sikre en forretningsmæssig udvikling af tilbuddene.
- **Idekonkurrencer**
Kommunen vurderer, hvor der målrettet kan anvendes idekonkurrencer til at fremme udviklingen af nye produkter.

4. Digitale data og løsninger skal stilles frit til rådighed.

Kultur- og Fritidsforvaltningen stiller digitale data og løsninger frit til rådighed og i videst mulige omfang arbejde med Open Source løsninger. En afsmittende effekt af denne indsats er, at data og løsninger kan bruges af kreative virksomheder til at udvikle nye produkter.

Eksempel

TING-projektet indenfor biblioteksvæsenet samler data i en Open source løsning, således at de kan anvendes af andre. Det sker blandt andet i forbindelse med projektet ereolen.dk, som tilbyder download af e-bøger til lånerne.

Idé-forslag:

- **Digital Københavner. Årligt 1 mio.**
Fremtidens jobmarked, kommunikation og forbrug bliver i stigende grad digitaliseret, hvilket stiller øget krav til borgernes digitale kompetencer. Omkring 20 procent af befolkningen besidder imidlertid ikke de nødvendige kompetencer. På byens biblioteker og kulturhuse tilbydes derfor fokuserede læringstilbud og aktiviteter for at styrke borgernes it-kompetencer. Målet er at 5000 it-svage borgere årligt lærer at navigere i det digitale offentlige system.
- **Pocketwall app. I alt 3-5 mio. kr.**
Pocketwall skal udvikles som en integreret del af Væggen, som i løbet af halvandet år har haft ca. 1 million brugere. Pocketwall er en mobil app, som registrerer, hvor i byen brugeren befinder sig for derefter at tilbyde billedmateriale, adgang til et 2D/3D cityscape mm. Brugerne kan samtidig uploade fotos til Væggen.

5. Der skal være adgang til risikovillig kapital for kreative erhverv

Adgang til risikovillig kapital er nødvendig for at sikre innovation og produktion inden for de kreative erhverv. Branchespecifikke forhold gør dog, at kreative virksomheder ofte har svært ved at passe ind i de traditionelle vækstfonde. Kommunens rolle er at skabe incitament til, at den private kapital går ind i markedet, men med en forståelse for de kreative erhvervs særlige behov.

Eksempel

Med en investering i Filmfonden har Københavns Kommune været med til at tiltrække privatkapital både til fonden og til de enkelte film. For hver krone der investeres, vil der være et forbrug (spending) på mindst det dobbelte i Hovedstadsområdet.

Idé-forslag:

- **Vækstpulje til udvikling af computerspil. I alt 15. mio. kr.**
Der skal etableres en særskilt pulje til produktudvikling af computerspil. Puljen skal kunne søges af nystartede spiludviklere, som har idéerne men som mangler risikovillig kapital til udviklingsprocessen. Puljen skal udvikles i samarbejde med regionale og statslige myndigheder samt private investorer.

6. Der skal skabes fysiske rammer til nye iværksættere og gives målrettet erhvervsrådgivning til kreative erhverv.

Der er brug for billige fysiske faciliteter til nye kreative iværksættere, eksempelvis projektværksteder eller kontorfaciliteter. Faciliteterne skal så vidt muligt opmuntre til etablering af nye kreative samarbejder.

Derudover er der brug for erhvervsrådgivning til kreative iværksættere. Københavns Erhvervsservice har med gode erfaringer med at tilbyde rådgivning til nye virksomheder, men der er brug for en mere målrettet indsats for kreative virksomheder, herunder vejledning og sparring i forhold til forretningsudvikling og finansiering.

Eksempel

Det kommunalt støttede projekt Københavns Projekthus på Bavnehøj er specielt rettet mod unge projektmagere indenfor kunst og kultur. I det kreative miljø omkring Den Hvide Kødby har private iværksættere etableret kontorhotellet SOHO, og Københavns Ejendomme har med sin politik for midlertidig udlejning af tomme lejemål medvirket til at skaffe fysiske faciliteter til iværksættere.

Idé-forslag:

- **Kunstnerrådgivning. I alt 800.000 kr.**
En væsentlig barriere for øget vækst inden for de kreative erhverv er springet fra kreativ iværksætter til kreativ virksomhed. En stærk rådgivnings-, kursus- og mentorfunktion er nødvendig for at sikre den professionalisering af byens kreative talenter til at skabe deres selvstændige og økonomisk bæredygtige karriere. I dag foregår der allerede rådgivning på kultur- og fritidsinstitutioner samt professionelle kulturinstitutioner og -aktører, men uden en samlet koordinering. Projektet skal sætte rådgivningen i system for at opkvalificere rådgivningen.
- **Overkanten – Projektværksted for kreative iværksættere i Huset. I alt 200.000 kr.**
Forhuset i Huset i Magstræde indrettes til projektværksted ”Overkanten” for kulturudviklere og kreative. Målet er at skabe synergi mellem de mange kulturudøvere og formidlere, som har deres daglige gang i Huset samt kreative iværksættere og mindre kreative virksomheder, som tilbydes midlertidig lokaleplads. Projektet skal sikre kompetenceudvikling og sparring således at målgruppens produkt- og forretningsudvikling løbende professionaliseres.