



Kulturella och kreativa näringar

Seminarium 2: kulturföretagets affärsmodeller

Reglab • Dockside, Karlskrona • 3 februari 2015

david.karlsson@natverkstan.net • lotta.lekvall@natverkstan.net

**Hur ser relationen ut
mellan näringspolitiska och
kulturpolitiska insatser?**

Intro



Källa: Dante Gabriel Rossetti, "The Bard and Petty Tradesmen",
karikatyr av William Morris (1834-96), tuschteckning, maj 1868. © British Museum.

”

De viktigaste kulturekonomiska
aktörerna i världen i dag är
städer och regioner – inte
nationalstater.

Tom Fleming

*Källa: Tom Fleming, presentation vid Arterial Networks
African Creative Economy Conference, Rabat, Marocko, 15 nov 2014.*

3 delar

- 1. Hur hänger sektorn ihop?**
- 2. Kulturföretagens
affärsmodeller**
- 3. Vilka offentliga insatser
kan göras?**

1

**Hur hänger
sektorn ihop?**

DCMS 1998	KK-stiftelsen 1999
Musik	Musik
Scenkonst	Scenkonst
Arkitektur	Arkitektur
Design	Design
Mode	Mode
Marknadskommunikation	Marknadskommunikation
	Konst
Konst- och antikmarknaden	
Konsthantverk	
	Litteratur
Förlagsverksamhet	
	Media
TV och radio	
Dataspel	
IT	
Film och video	
	Film/Foto
	Måltid
	Turism/besöksnäring
	Upplevelsebaserat lärande (t.ex. videospel och museer).

Kulturnäringarnas delsektorer. DCMS:s respektive KK-stiftelsens indelningar. Tabell från Karlsson & Lekvall (2010), fig 8.

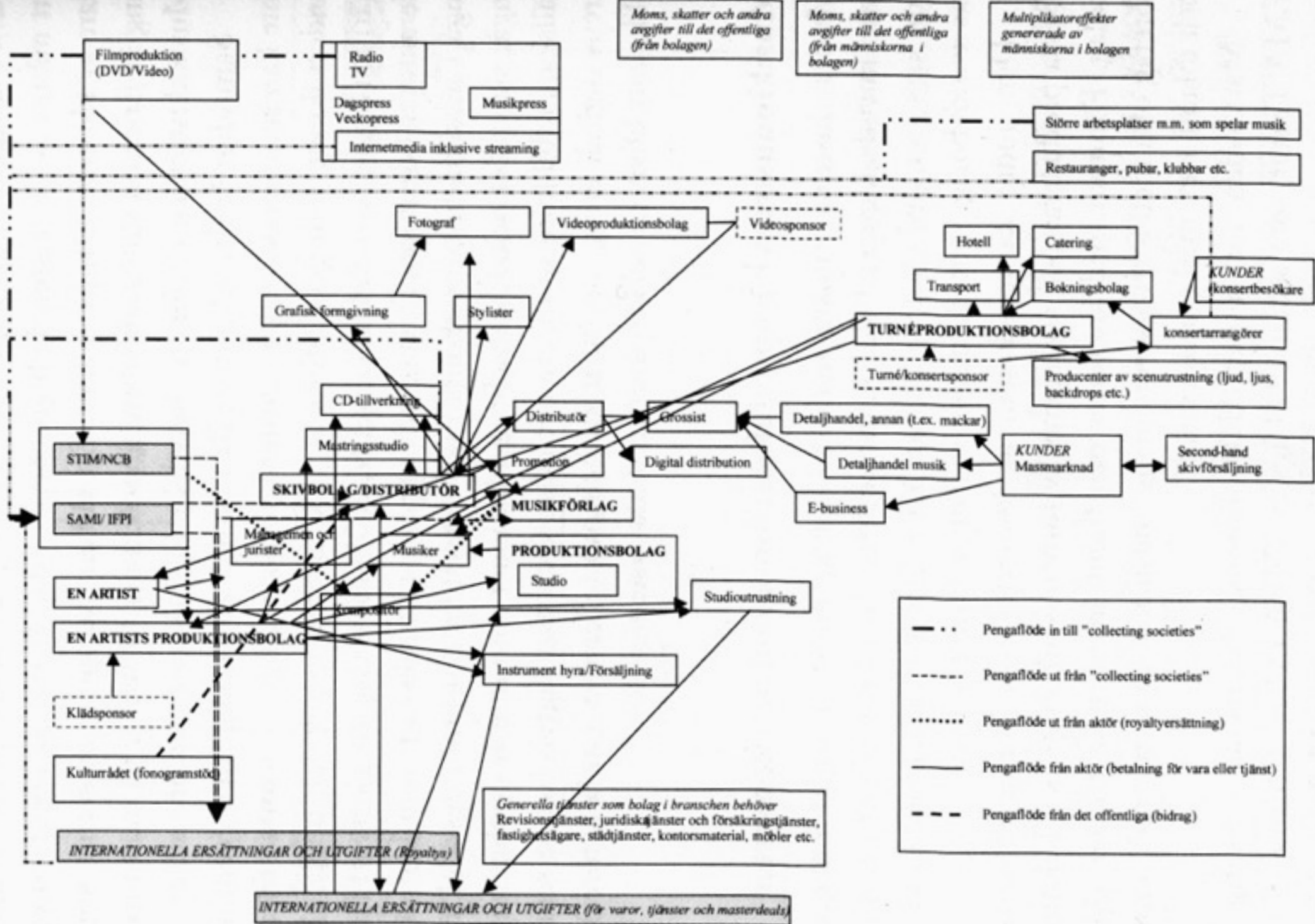
Tillväxtverket 2015
Arkitektur
Dataspel
Design och formgivning
Film
Foto
Konst
Kulturarv
Litteratur
Media och marknadskommunikation
Mode
Musik
Måltid
Scenkonst
Slöjd och hantverk
Upplevelsebaserat lärande

DCMS 1998	KK-stiftelsen 1999
Musik	Musik
Scenkonst	Scenkonst
Arkitektur	Arkitektur
Design	Design
Mode	Mode
Marknadskommunikation	Marknadskommunikation
	Konst
Konst- och antikmarknaden	
Konsthantverk	
	Litteratur
Förlagsverksamhet	
	Media
TV och radio	
Dataspel	
IT	
Film och video	
	Film/Foto
	Måltid
	Turism/besöksnäring
	Upplevelsebaserat lärande (t.ex. videospel och museer).

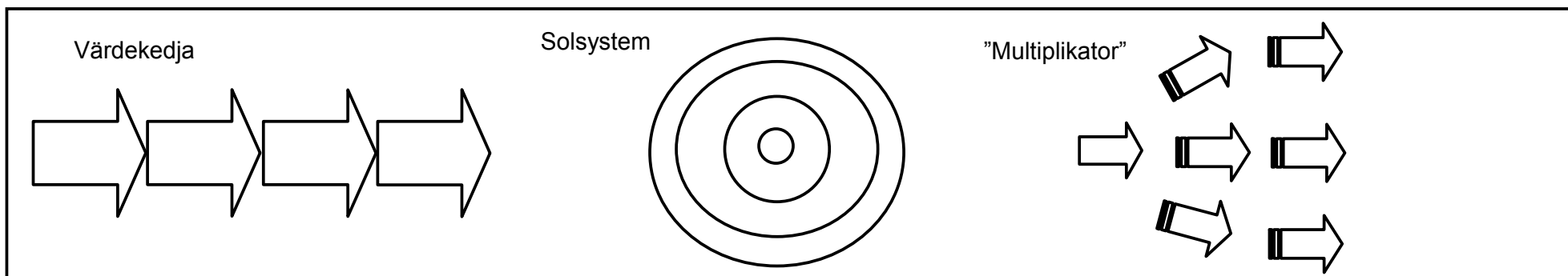
Huvudsektor	Delsektor
Konst / Design	Musik
	Mode / Design
	Konst / Konsthantverk
	Litteratur
	Artister / Dans / Teater mm
	Arkitektur
Kulturarv / Information	Museum
	Bibliotek / Informationshant.
	Historiska platser / Hus
	Arkiv
Media / Digital	Tidningar / tidskrifter
	Mjukvara / Spel / Datorservice
	TV / Radio
	Reklam
	Film / Video
	Foto
Turism / Rekreation / Sport	Sport
	Djur / Natur / Friluftsliv
	Turism
	Spel / Vadslagning
	Andlighet / Själsliv

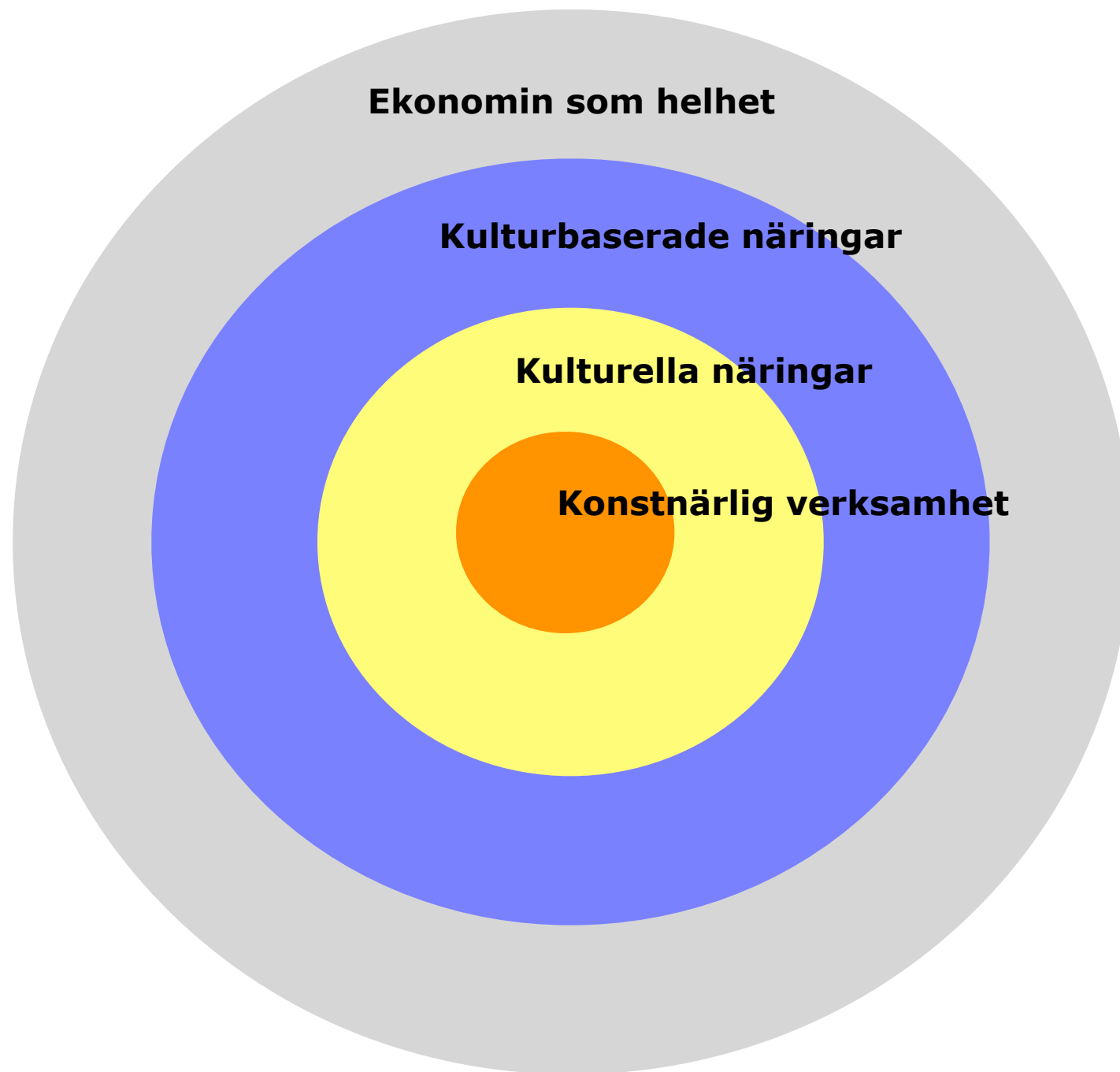
Den kreativa sektorns 21 delsektorer enligt Östsam (2006), baserad på Powell (2002). Tabell från Karlsson & Lekvall (2010), fig 9.

**Hur hänger
det ihop?**

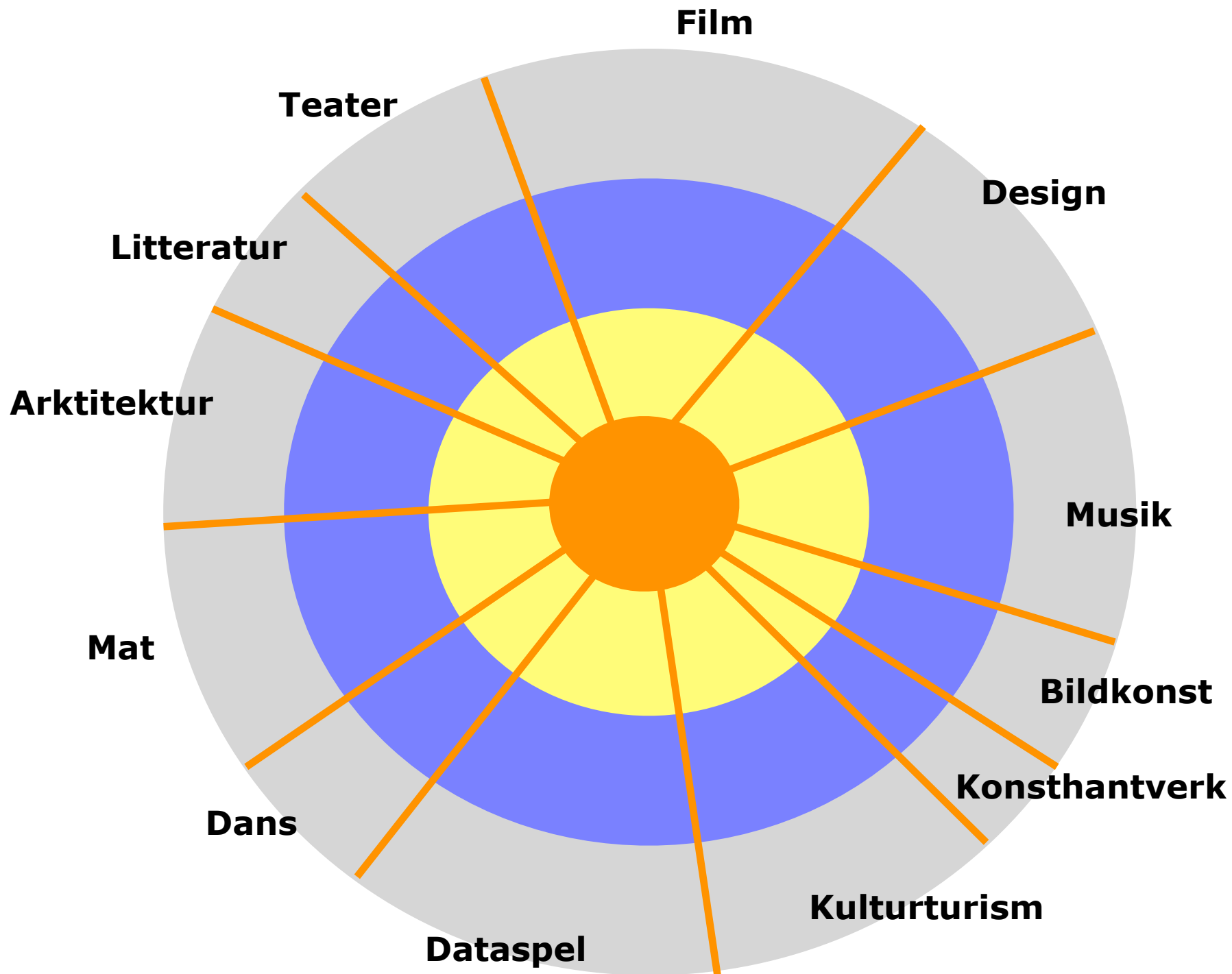


Musikindustrin som "industriellt system" – ekonomiska flöden.
Hallencreutz m fl "Populärmusik från Svedala", 2 uppl. (2007), s 45.





Källa:
Throsby (2001), KEA (2006), DCMS (2007) m fl



2

Affärs- modeller

Exempel





Bokförlaget Korpen

En bok
om Korpen
och dess
historia

Korpens ekonomi

Kostnader	
Hyra	60 000 kr
Ekonomihantering	40 000 kr
Marknadsföring	15 000 kr
Distribution	13 000 kr
Summa:	128 000 kr

Intäkter	
Försäljning	130 000 kr

Resultat	2 000 kr
-----------------	-----------------



Affärsmodell 1

Försäljning på bokmarknaden

Kostnader	
Tryck	25 000 kr
Sättning	10 000 kr
Distribution (10%)	4 000 kr
Summa	39 000 kr

Intäkter	
Försäljning (400 ex á 100 kr)	40 000 kr

Resultat	1 000 kr
-----------------	-----------------



Affärsmodell 2

Beställningstryck

Kostnader	
Tryck	25 000 kr
Sättning	10 000 kr
Distribution (10%)	500 kr
Summa:	35 500 kr

Intäkter	
Tryckbidrag GU	32 000 kr
Försäljning (50 ex á 100 kr)	5 000 kr
Summa:	37 000 kr

Resultat	1 500 kr
-----------------	-----------------



Affärsmodell 3

Kulturpolitiskt stöd

Kostnader	
Tryck	25 000 kr
Sättning	10 000 kr
Distribution (10%)	2 000 kr
Summa:	37 000 kr

Intäkter	
Litteraturstöd KUR	20 000 kr
Försäljning (200 ex á 100 kr)	20 000 kr
Summa:	40 000 kr

Resultat	3 000 kr
-----------------	-----------------





Slöjd- och konsthantverks

Skilda affärsmodeller



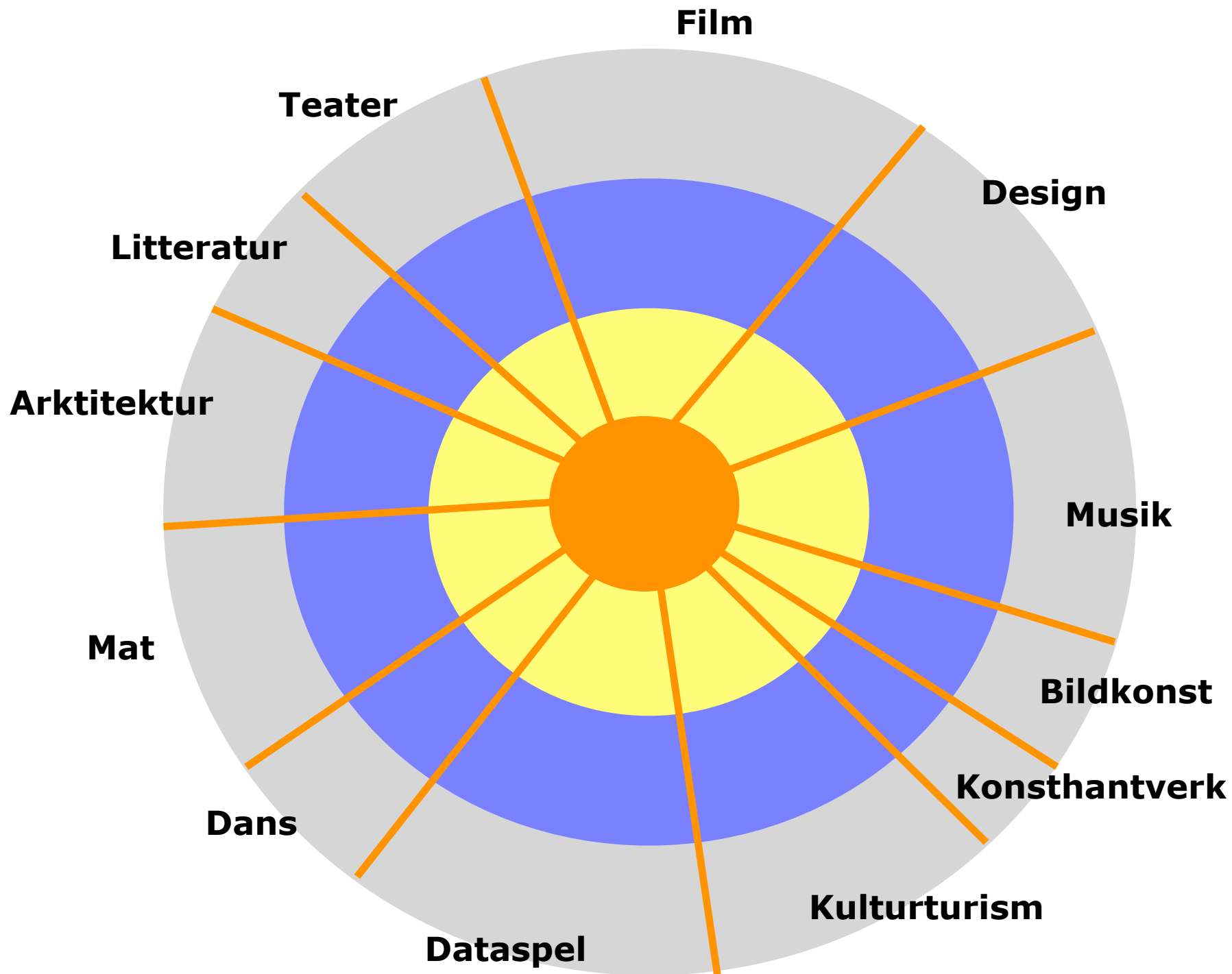
- **Höj priset!**
- **Skapa aura!**
- **Kombinera med andra saker!**
- **Inled serieproduktion!**
- **Bli konstnär! Gör exklusiva föremål.**

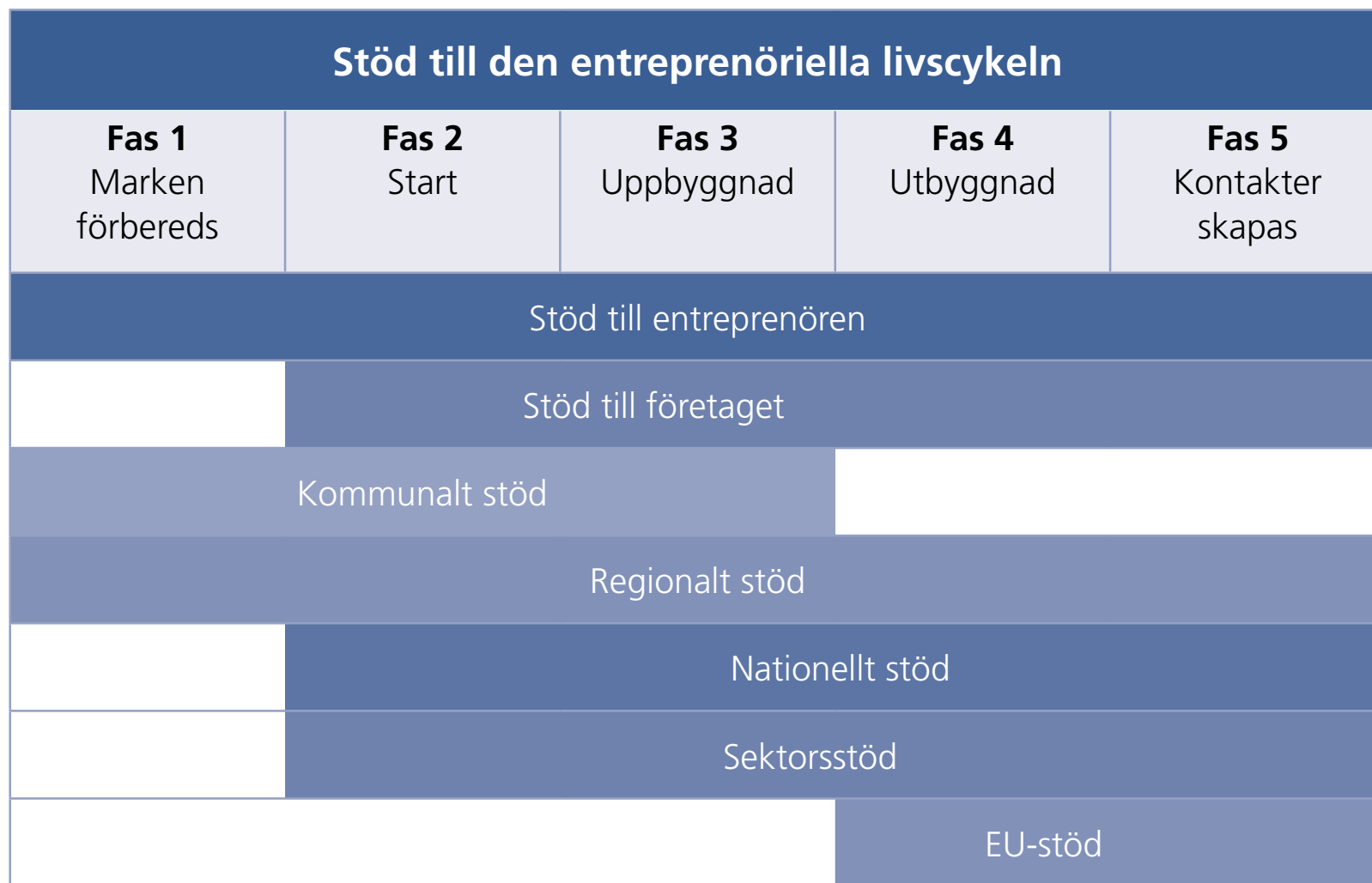
Källa: David Karlsson & Lotta Lekvall, "Ta bort allt som inte är häst!" En utredning om Slöjdinkubatorn, Nämnden för Hemslöjdsfrågor, 16 juni 2014

Hjärnstorm

3

**Vilka offentliga
insatser kan
göras?**





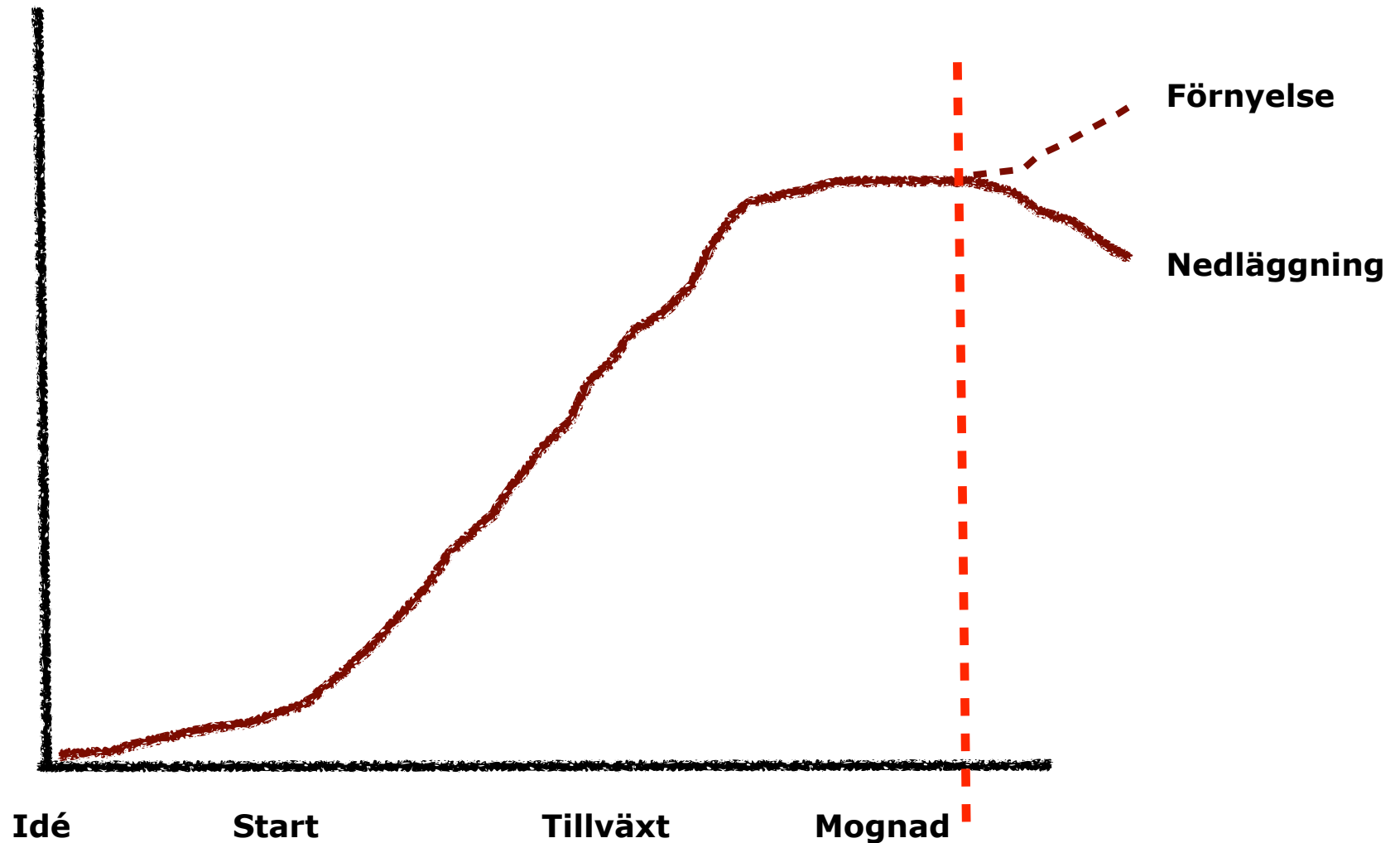
Figur 2: Utrecht-modellen för offentliga insatser till stöd för kulturföretag. Se Hagoort 2013.

Kulturföretagets livscykel...

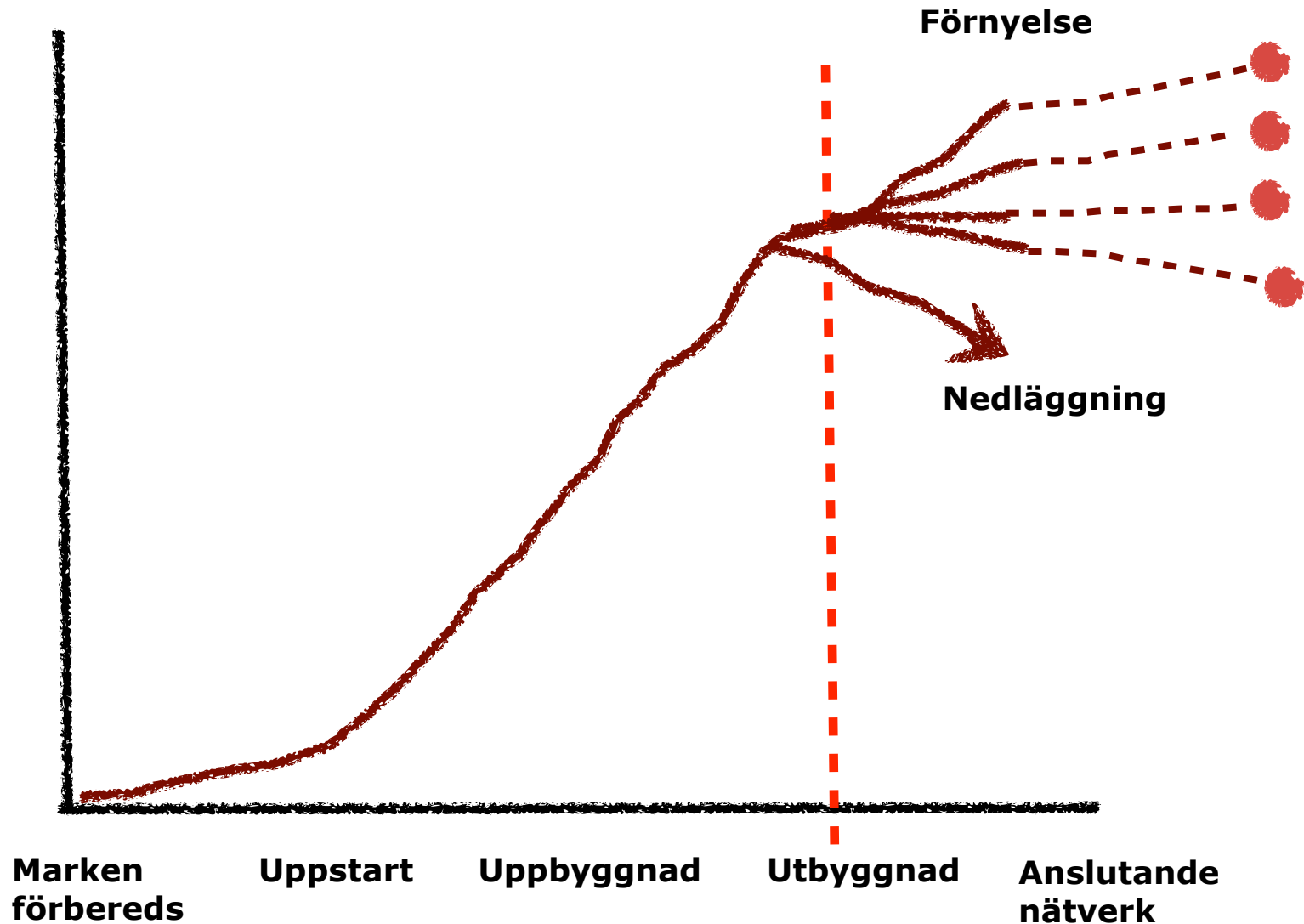
- 1. Förankring**
- 2. Start-up**
- 3. Uppbygggnad (Build-up)**
- 4. Utbygggnad (Build-out)**
- 5. Anslutande nätverk
(Connecting network)**

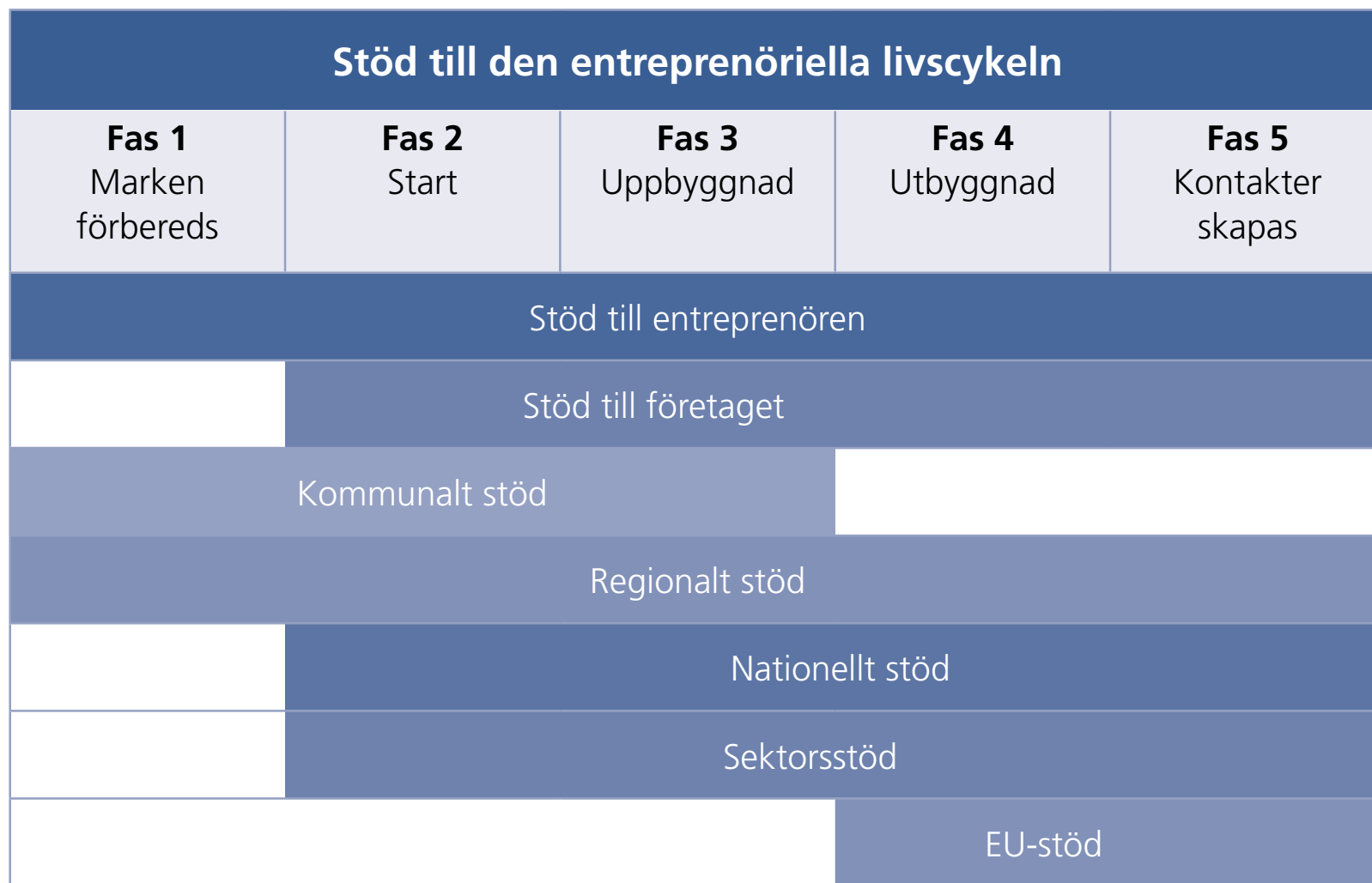
Källa: Giep Hagoort, forskare på Hoogeschool voor de Kunsten Utrecht,
Nederländerna. EU HKU Forskning 2010.

Ett företags livscykel...



Kulturföretagets livscykel...?





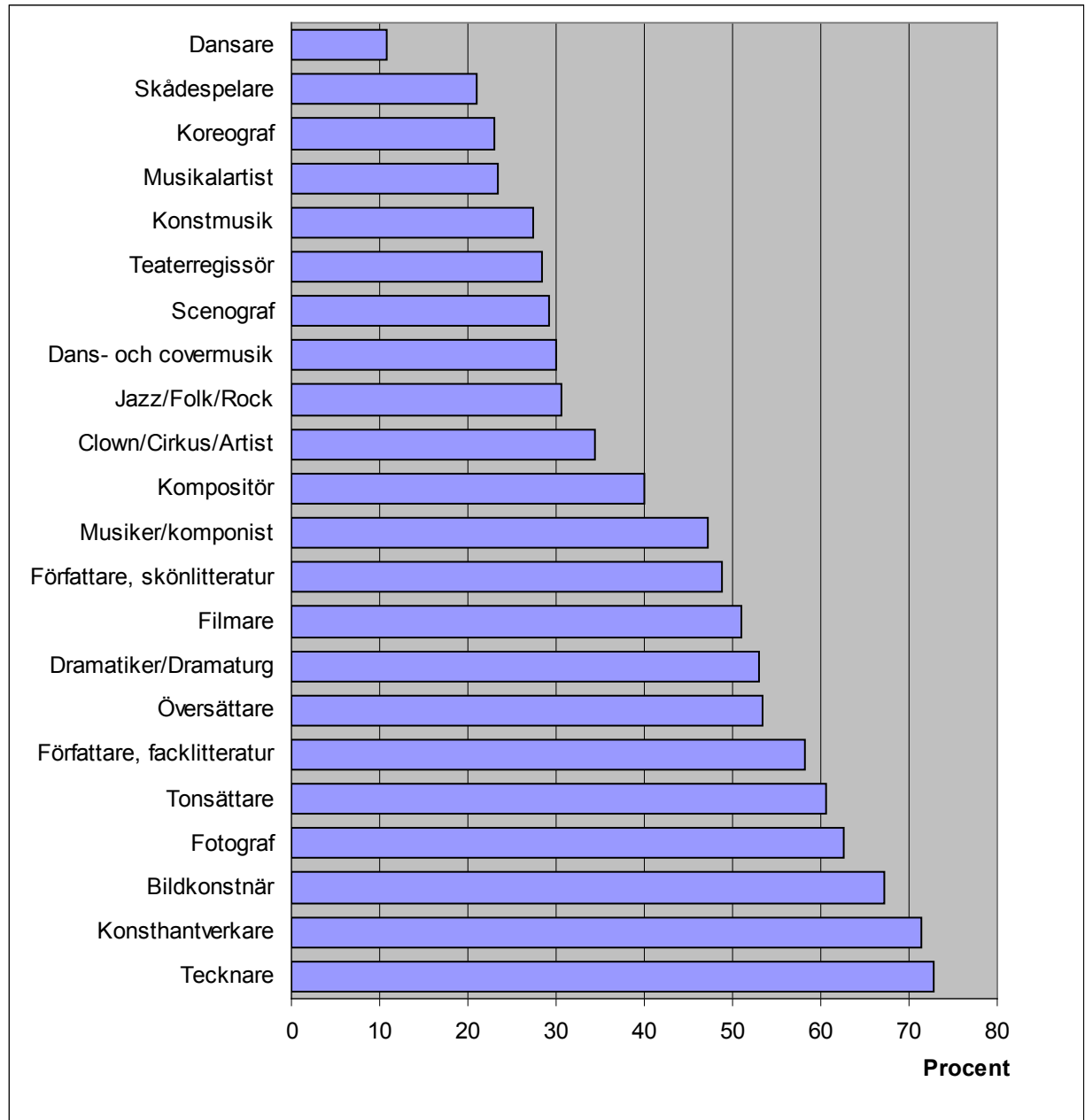
Figur 2: Utrecht-modellen för offentliga insatser till stöd för kulturföretag. Se Hagoort 2013.

Kvalitet	Det kulturella utbudets kvalitet (QCS)					
	Den lokala ledningens kvalitet (QLG)					
	Kunskapsproduktionens kvalitet (QPK)					
Utveckling	Utveckling av det lokala entreprenörskapet (DLE)					
	Utveckling av lokal talang (DLT)					
Attraktion	Attraktion av externa företag och					
	investeringar (AEF)					
	Attraktion av extern talang (AET)					
Nätverkande	Internt nätverkande (INW)					
	Extern nätverkande (ENW)					
Socialitet	Ledning av socialt viktiga funktioner (MSC)					
	Kapacitetsbyggande och utbildning av lokalsamhället (CBE)					
	Engagemang i lokalsamhället (LCI)					
		Naturligt kapital	Fysiskt kapital	Human-kapital	Socialt kapital	Symboliskt/kulturellt kapital

Figur 3: Saccos matris för att kartlägga en plats resurser för kulturell utveckling. Se Sacco 2013.

Konstnärer och företagande

Diagram 2. Andelen konstnärer 20–64 år som deklarerade näringsverksamhet 2004



Källa: Konstnärsnämnden (2009), *Konstnärernas inkomster – en statistisk undersökning av SCB inom alla konstområden 2004–2005*. s.14.

Kännetecken

- **Mikro-** och **levebrödsföretag**
- Stort mått av **flexibilitet**
- **Mångkunnighet**
- **Hög utbildningsnivå**
- Sektorn bygger på **kreativitet**: lateralt tänkande, gränsöverskridande, högt **risktagande**
- Nya kulturproducenter måste vara **entreprenörer**
- Kultursektorn är **urban**, den lockas till stadens mitt
- **Nätverkande** för informationsutbyte, råd och stöd, idéutbyte bygger upp sektorn
- Tillgång till **digitala medier** är nödvändig

Annorlunda?

- **Är kulturföretaget annorlunda än andra företag?**
- **Behövs skräddarsydda lösningar?**

Annorlunda?

1. **Branschens karaktär**
2. Upplevd skillnad. **Självbild**
3. Kulturekonomins **dubbla karaktär.**
Kulturellt kapital
4. **Produktorienterat**, inte marknadsorienterat
5. Konstkonsumtionens **ackumulerande logik.**
Aldrig mätt. Ingen konkurrens.
6. Varor och tjänster av **unik karaktär**

**Vilka verktyg
finns?**

Tack!



Kulturella och kreativa näringar

Seminarium 2: kulturföretagets affärsmodeller

Reglab • Dockside, Karlskrona • 4 februari 2015

david.karlsson@natverkstan.net • lotta.lekvall@natverkstan.net



Peter Johansson, *How to cook a souvenir* (1992).





Peter Johansson, *How to cook a souvenir* (1992).



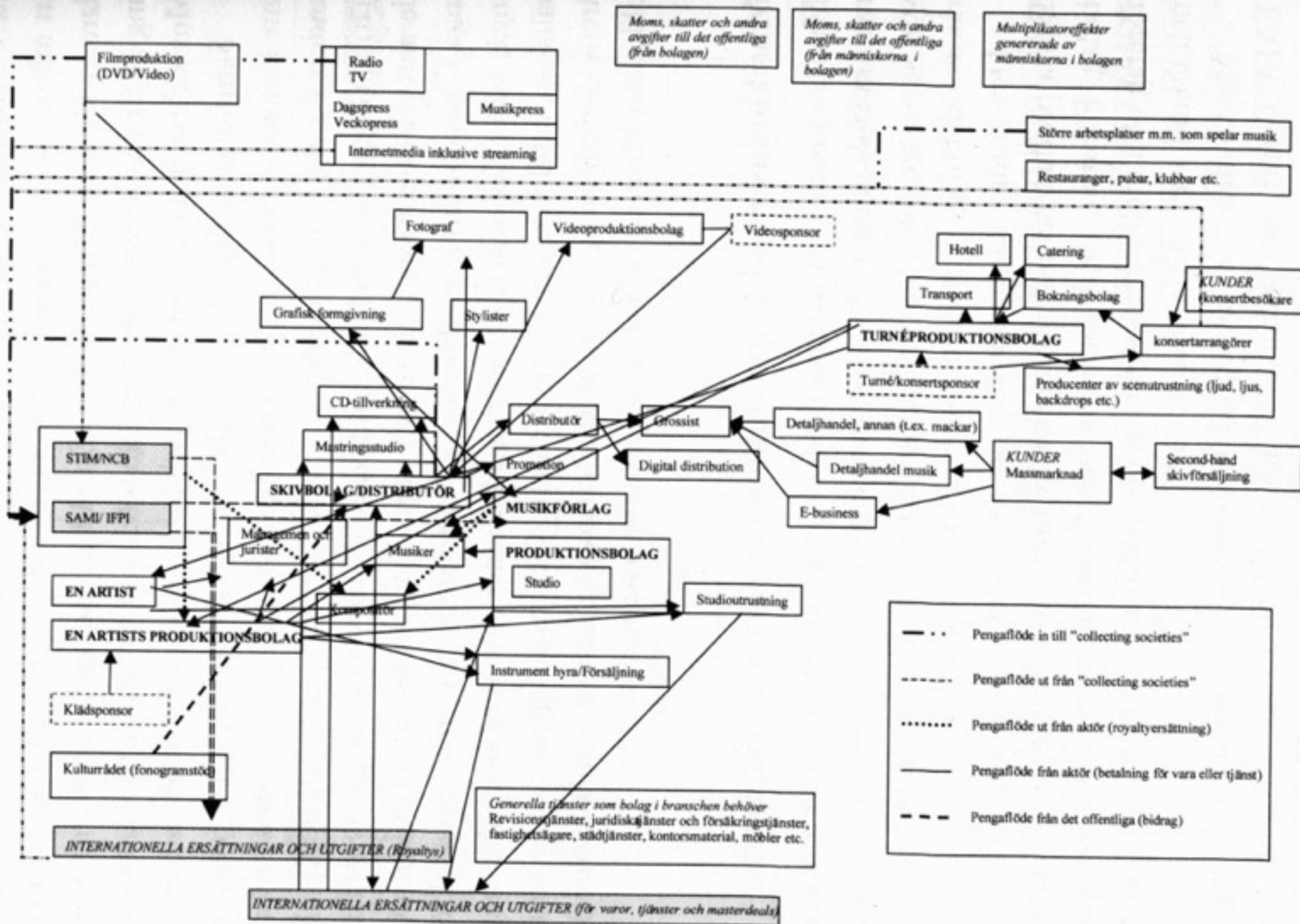
KULTURELL ID
SOM KONSTRUK
PETER JOHANSSON
FOTO: LARS TUN

Peter Johansson som dalahäst (2003).

”

Om vi bara hade en jävla
dalahäst att hata...

Konstnär, Sörmland



Musikindustrin som "industriellt system" – ekonomiska flöden.
Hallencreutz m fl "Populärmusik från Svedala", 2 uppl. (2007), s 45.

”

Regeringsmaskineriet vill att
saker och ting ska vara
mekaniska – men de utgör ett
ekosystem

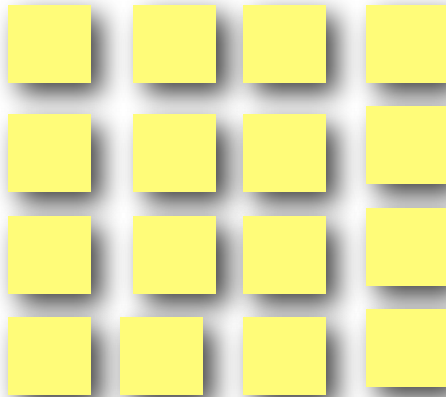
Paul Owens,

Burns Owens Partnership

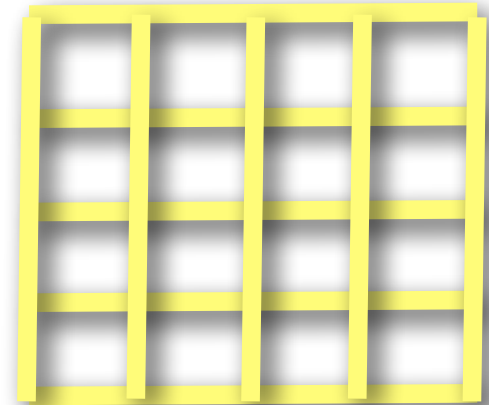
Intervju, London 18 okt 2010



industrial scale



small scale

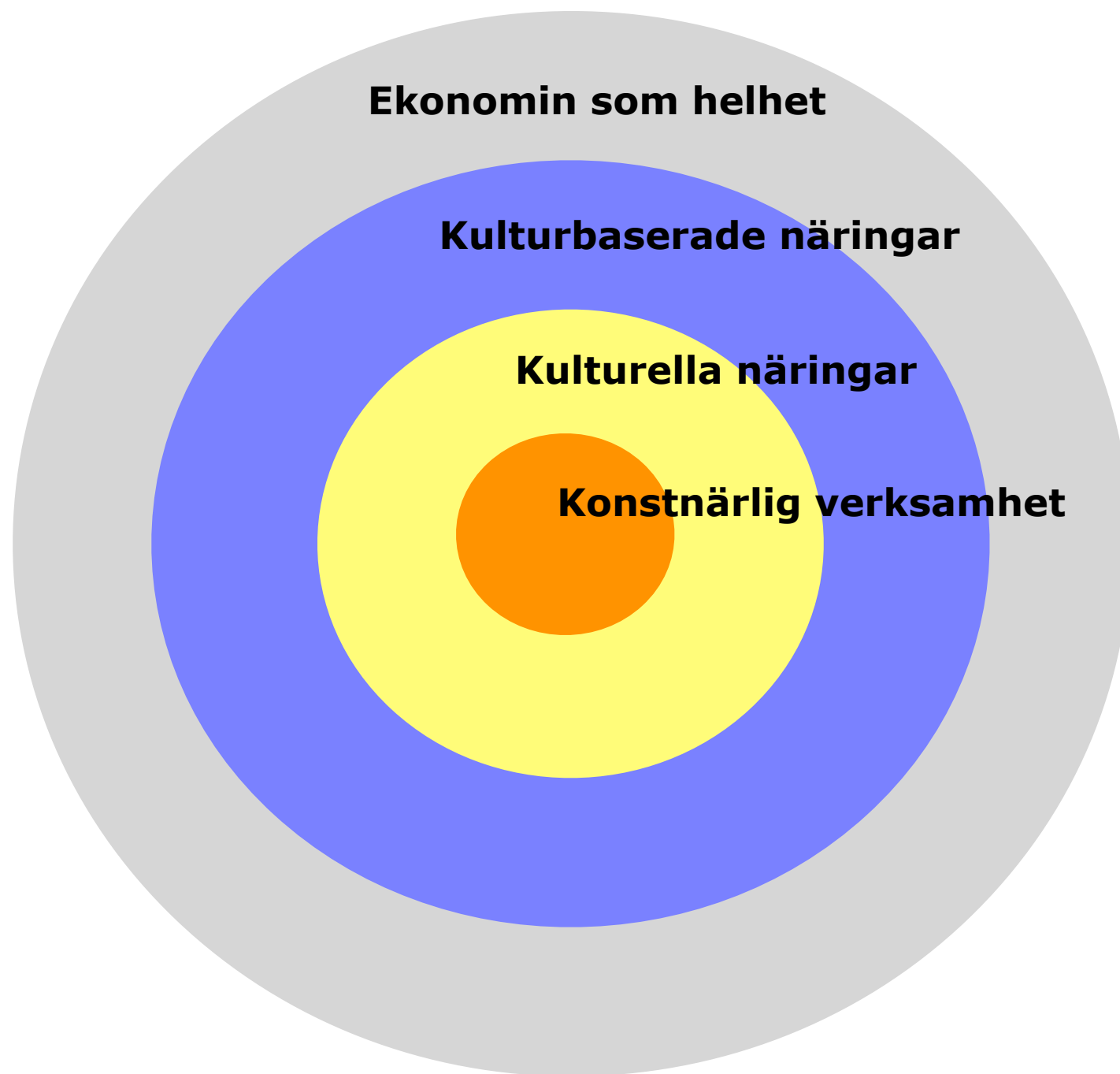


**new policy
information scale**

Källa:

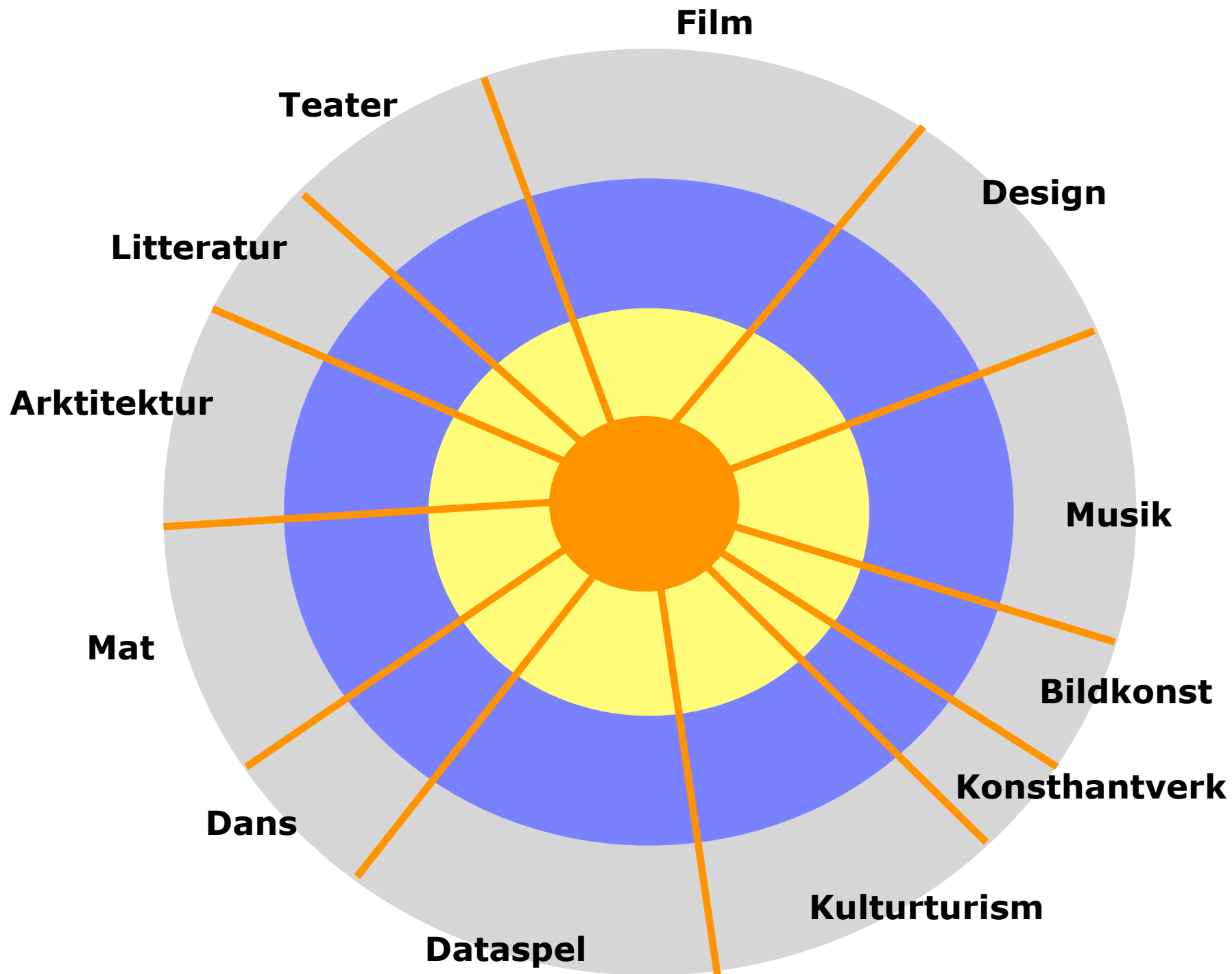
Charlie Tims & Shelagh Wright,

"So, what do you do? A new question for policy in the creative age". **Demos**, London, juni 2007.



Källa:

Throsby (2001), KEA (2006), DCMS (2007) m fl



Tack!