

# Sluttevaluering

Kulturell og kreativ næring

Atle Hauge, Karin Ibenholt,  
Birgitta Ericsson, Göran Hallin,  
Marte Marie Frisell, Carl Arvid Dahløf,  
Iveta Malasevska, Aleksander Bern



# Sluttevaluering

Kulturell og kreativ næring

Atle Hauge, Karin Ibenholt,  
Birgitta Ericsson, Göran Hallin,  
Marte Marie Frisell, Carl Arvid Dahløf,  
Iveta Malasevska, Aleksander Bern

Copyright © 2023 by  
Norsk kulturråd / Arts Council Norway  
All Rights Reserved  
Utgitt av Kulturrådet i kommisjon hos Vigmostad & Bjørke AS

ISBN: 978-82-7081-210-3

Grafisk produksjon: John Grieg, Bergen  
Sideombrekking og omslag ved forlaget

Forsidebilde:

*Tiril Hasselknippe, Play, 2022, detalj*

© Tiril Hasselknippe / BONO 2023

Foto: Tor S.Ulstein / KUNSTDOK

Kulturdirrektoratet  
Postboks 4808 Nydalen  
0422 Oslo  
Tlf.: +47 21 04 58 00  
E-post: [post@kulturdirektoratet.no](mailto:post@kulturdirektoratet.no)

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

For mer informasjon om Kulturrådet og Kulturrådets utgivelser:  
[www.kulturdirektoratet.no](http://www.kulturdirektoratet.no)

Kulturdirektoratets utgivelser omfatter forsknings-, utrednings- og evalueringsarbeider med relevans for Kulturdirektoratet, 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 Kulturdirektoratets oppfatninger.

Vigmostad & Bjørke AS er Miljøfyrtårn-sertifisert,  
og bøkene er produsert i miljøsertifiserte trykkerier.



# Forord

Denne rapporten utgjør den tredje og siste i følgeevalueringen av Regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring.

I den første rapporten var en viktig konklusjon at den overordnede innsatslogikken for satsingen på kulturell og kreativ næring virket god og sammenhengende, det vil si at tiltakene som ble 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»). Det bidrar til å gjøre det vanskelig å vurdere i hvor stor grad målene nås eller ikke.

I den andre rapporten, midtveisevalueringen, la vi derfor vekt på operasjonalisering av målene for å kunne vurdere graden av måloppnåelse. Vi brukte kvantitative så vel som kvalitative data for å se nærmere på dette. Midtveisvalueringen ble gjennomført samtidig som koronapandemien la begrensninger på aktivitet og inntjening i kulturell og kreativ næring, som i resten av samfunnet.

I sluttevalueringen har vi sett på i hvilken grad satsingen har bidratt til økonomisk vekst i næringen, om man har fått økt kunnskap om kultur som næring, og om virkemiddelapparatet har blitt bedre koordinert. Vi konkluderer med at det har skjedd en positiv utvikling på alle disse parameterne. Samtidig er satsingen kraftig redusert i 2023, og vi er derfor bekymret for utviklingen fremover.

Oppdragsgiveren for følgeevalueringen har vært Kulturrådet (Kulturdirektoratet fra 01.01.2023). Det har vært tett og god kontakt med oppdragsgiveren og informanter fra feltet vi evaluerer, men vi understreker at forskningen er fri og uavhengig. Følgeevalueringen gjennomføres av Østlandsforskning ved Høgskolen i Innlandet i samarbeid med Samfunnsøkonomisk analyse og WSP, som dermed er ansvarlig for alle konklusjoner og eventuelle feil.

Til slutt vil vi takke alle som har bidratt i arbeidet: representantene for virkemiddelapparatet, det vil si Kulturdirektoratet, Innovasjon Norge, NORLA, Filminstituttet, Music Norway, Danse- og teatersentrum, OCA og Norwegian Crafts, og alle bedrifter og organisasjoner som har besvart spørreundersøkelsen og stilt opp på intervjuer. Uten dere hadde vi ikke kunnet gjennomføre evalueringen.

Lillehammer og Oslo, 05.09.2023

Tonje Lauritzen – Instituttleder Østlandsforskning

Atle Hauge – Prosjektleder



# Innhold

<b>Oppsummering</b>	7
Kapittel 1	
<b>Innledning</b>	15
1.1 Følgeevaluering av satsingen	16
1.2 Programteori for KKN-satsingen	18
1.3 Leserveiledning	19
Kapittel 2	
<b>Utviklingen i kulturell og kreativ næring 2016–2021</b>	21
2.1 Økonomisk utvikling 2016–2021	23
2.2 Bransjestruktur og sysselsetting	34
2.3 Måloppnåelse på bransjenivå	36
Kapittel 3	
<b>Innovasjon Norge</b>	43
3.1 KKN-satsingen i perioden 2017–2022	44
3.2 Resultater og effekter for bedriftene	58
3.3 Måloppnåelse: Innovasjon Norge	67
Kapittel 4	
<b>Kulturrådet</b>	70
4.1 KKN-satsingen i 2017–2022	72
4.2 Resultater og effekter for bedriftene	82
4.3 Måloppnåelse – Kulturrådet	93
Kapittel 5	
<b>Norwegian Arts Abroad</b>	95
5.1 Norwegian Literature Abroad (NORLA)	97
5.2 Norsk filminstitutt (NFI)	101
5.3 Music Norway	102
5.4 Danse- og teatersentrum / Performing Arts Hub Norway (DTS/PAHN)	106
5.5 Office for Contemporary Arts Norway (OCA)	109
5.6 Norwegian Crafts	112

Kapittel 6

<b>Nytten av KKN-satsingen</b>	114
<b>6.1</b> Opplevd nytte og effekter for virksomhetene som har mottatt støtte	114
<b>6.2</b> Forvaltningen av tiltakene	120
<b>6.3</b> Satsingen sett utenfra	121
<b>6.4</b> Svarer satsingen på utfordringene i kulturell og kreativ næring	122
<b>6.5</b> Måloppnåelse	126

Kapittel 7

<b>Støtte til kulturell og kreativ næring i Sverige</b>	129
---	-----

Kapittel 8

<b>Veien videre?</b>	132
----------------------	-----

<b>Referanseliste</b>	136
-----------------------	-----

Vedlegg I

<b>Metode</b>	139
---------------	-----

Vedlegg II

<b>Økonomisk utvikling etter bransje</b>	141
--	-----

Vedlegg III

<b>Tiltakene i Innovasjon Norge og Kulturrådet</b>	145
--	-----

Vedlegg IV

<b>Næringsinndeling</b>	148
-------------------------	-----

Vedlegg V

<b>Yrkeskoder og kategorier</b>	150
---------------------------------	-----

# Oppsummering

Denne rapporten dokumenterer den avsluttende evalueringen innenfor følgeevalueringen av regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring. Denne satsingen ble satt i gang av Solberg-regjeringen i 2017. Følgeevalueringen dekker årene 2017 til 2022.

## De viktigste konklusjonene

For de fleste økonomiske parameterne var det en positiv utvikling i kulturell og kreativ næring i perioden 2016–2021.<sup>1</sup> Det var mange som slet i pandemien, men næringen som helhet ser ut til å ha kommet seg helskinnet igjennom pandemien.

Sysselsettingen i kulturell og kreativ næring hadde en høyere vekst sammenlignet med i sysselsettingen i resten av økonomien. Samtidig vokste omsetningen litt mindre enn i øvrig næringsliv, men i og med at kulturell og kreativ næring er en arbeidsintensiv næring, hadde veksten i omsetning en større effekt på sysselsettingen enn for resten av næringslivet.

Alt i alt var antall virksomheter i næringen relativt stabilt i perioden, selv om det var store bevegelser i den samlede virksomhetsmassen. Det var mange bedrifter som ble etablert og lagt ned i næringen, men i alle bransjene var det en fast kjerne av virksomheter som hadde overlevd mer enn fem år. Denne kjernen av virksomheter utgjorde 58 prosent av antall virksomheter, samtidig som de sto for hele 86 prosent av verdiskapingen.

Når det gjelder selve satsingen, så hadde de virksomhetene som fikk støtte (det vil si enten fikk tilskudd eller deltok i et kompetanseprogram) frem til og med 2019, generelt en positiv økonomisk utvikling etter støtten. For virksomheter som fikk støtte etter 2019, er det foreløpig ikke mulig å si noe om den økonomiske utviklingen etter at støtten ble gitt. Flertallet av de virksomhetene vi har intervjuet, melder at de gjennom støtten har fått økt kompetanse om forretningsutvikling, og det er sannsynlig at dette har gitt dem økt økonomisk bærekraft.

---

1 I sluttevalueringen har vi kun hatt tilgang til regnskapsdata frem til og med 2021.



I prinsippet melder alle aktørene som har vært en del av satsingen, det vil si virkemiddelaktørene Innovasjon Norge, Kulturrådet (Kulturdirektoratet fra 01.01.2023) og organisasjonene som inngår i Norwegian Arts Abroad (NAA), i tillegg til deltakende virksomheter og relevante bransjeorganisasjoner, at kunnskapen om næringsutvikling innenfor kulturell og kreativ næring har økt gjennom den aktuelle perioden (2017–2022). Det er imidlertid mange faktorer som har påvirket denne utviklingen, og derfor er det ikke mulig å tilskrive hele denne endringen til regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring.

Tilskudd fra Innovasjon Norge har til dels hatt store effekter for tilskuddsmottakerne, men det er usikkert hvor store effekter tilskuddene har hatt i form av kompetansebygging for øvrige deler av de berørte bransjene. Kulturrådets ordninger har i stor grad truffet mellomledet, det vil si lenken mellom den utøvende aktøren og markedet, og har dermed bidratt til å «bygge bransjer».

Satsingen har blitt kraftig svekket i 2023, og ordningene som Kulturrådet forvaltet, er lagt ned. Oppdraget til Innovasjon Norge fortsetter, om enn i begrenset omfang, mens oppdragene til NAA-ene videreføres som tidligere år. Avviklingen av Kulturdirektoratets arbeid med næringsutvikling kan dessverre bety at den kompetansen som er bygget opp i direktoratet gjennom satsingen, står i fare å forvitre.

## Kulturdepartementets satsing på kulturell og kreativ næring

I 2017 iverksatte regjeringen Solberg en satsing på kulturell og kreativ næring for å skape vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i denne næringen. Satsingen omfattet i 2017 en samlet økning i bevilgningene til kulturell og kreativ næring med 70 millioner kroner, hvorav 50 millioner kroner gikk til tiltak som ble forvaltet av Innovasjon Norge, Kulturrådet og Norwegian Arts Abroad (NAA). Det er disse som har vært gjenstand for følgeevalueringen. I perioden 2018–2022 ble det gjennom satsingen årlig bevilget mellom 40 og 50 millioner kroner til kulturell og kreativ næring. Alle tiltakene har vært finansiert gjennom Kultur- og likestillingsdepartementets budsjett.

Satsingen på kulturell og kreativ næring har hatt som mål å bidra til økte inntekter i de enkelte bransjene. Dette skulle skje gjennom tilskuddsordninger på kort sikt og kompetanseoppbygging på lengre sikt. Flere av tiltakene innenfor satsingen har søkt å «bygge bransjer» i et verdikjedeperspektiv, det vil si at de ikke først og fremst har vært rettet mot den enkelte kunstneren og det skapende leddet, men mot mellomledet. Ideen er at om verdikjeden blir mer profesjonalisert, og spesielt hos de som støtter

eller leverer tjenester til det skapende leddet, vil økonomien i bransjen som helhet bli bedre. Dette vil i sin tur være nyttig, både økonomisk og på annen måte, for aktører i det skapende leddet.

I det reviderte statsbudsjettet for 2023 er bevilgningen til kultur som næring kuttet med 25 millioner kroner, det vil si til 20,9 millioner kroner. Kuttet i bevilgningen rammer først og fremst Kulturdirektoratet, som fra 2023 ikke lenger får tilskuddsmidler og dermed ikke viderefører noen av ordningene for kulturell og kreativ næring. Innovasjon Norge har fått redusert bevilgningene med omtrent en tredjedel av tidligere års bevilgninger, mens bevilgningene til NAA-ene er blitt opprettholdt. Med disse endringene har det som var spesielt med satsingen, det vil si at Kulturrådet forvaltet tilskudd til næringsutvikling, blitt avsluttet.

## Sluttevaluering av satsingen

I sluttevalueringen har vi sett på utviklingen av de ordningene satsingen har bestått av, herunder hvordan de berørte virkemiddelaktørene har arbeidet med ordningene, og hvordan det har gått for de virksomhetene som har benyttet seg av disse ordningene. Videre har vi kartlagt utviklingen for hele den kulturelle og kreative næringen.

Evalueringen er basert på flere typer data og metoder, både kvalitative og kvantitative, i tillegg til studier av sentrale dokumenter, inkludert forsknings- og utredningsarbeider. Vi har intervjuet samtlige virkemiddelaktører, et utvalg tilskuddsmottakere og noen sentrale bransjeorganisasjoner. For å beskrive økonomisk verdiskaping og bruk av næringsrettede virkemidler har vi basert oss på regnskapsdata fra Brønnøysundregistrene og en database over alle mottakere av støtte fra det offentlige næringsrettede virkemiddelapparatet.<sup>2</sup>

## Virksomheter som har fått støtte

Samlet ble det i perioden 2017–2022 gitt støtte (tilskudd og/eller deltakelse i kompetanse- eller investorprogram) til minst 1 450 unike bedrifter gjennom KKN-satsingen. Det ble gitt tilskudd på i alt 197 millioner kroner til 770

---

<sup>2</sup> Kilder og metodebruk er mer detaljert beskrevet i *Midtveisevaluering* (Hauge mfl., 2021).

bedrifter, hvor tilskuddet per søknad varierte fra 3 000 til 1 000 000 kroner – det vil si at det var store forskjeller i tilskuddenes størrelse. Både Innovasjon Norge og Kulturrådet ga tilskudd til virksomheter i alle bransjene<sup>3</sup>, men med store forskjeller i fordelingen mellom dem. Innovasjon Norge har hatt en overvekt av støtte mot mer kommersielle bransjer, som arkitektur og design, mens Kulturrådet har hatt en overvekt mot utøvende og kunstnerisk virksomhet.

Andelen gründere, det vil si bedrifter som er tre år eller yngre, har variert fra år til år, men for hele perioden var 35 prosent av tilskuddsmottakerne i Innovasjon Norge gründere, mens tilsvarende tall for Kulturrådet var 27 prosent. Dette er som forventet, da Innovasjon Norge har hatt ordninger som i større grad har vært rettet mot gründere, og fordi den ene av Kulturrådets ordninger utelukket gründere, da den spesifikt rettet seg mot etablerte institusjoner.

Effektene et tilskudd eller deltakelse i et kompetanseprogram har på bedriftens resultater (omsetning, verdiskaping, lønnsomhet mv.), viser seg som regel først etter et par år, det vil si at man må ha regnskapsdata for en lengre periode for å kunne si noe om dette. Regnskapsdata for de bedriftene som fikk støtte tidlig i satsingen, viser at de samlet sett har hatt en større vekst i både omsetning og verdiskaping enn gjennomsnittet for hele den kulturelle og kreative næringen. For de som fikk støtte etter 2019, er det fortsatt usikkert hvilken effekt støtten har hatt, på grunn av at det har gått kort tid fra støtten ble gitt.

Den viktigste effekten av tilskudd eller deltakelse i kompetanseprogram er at bedriften har økt kompetansen om bedriftsutvikling generelt og markedsføring spesielt. 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.

De kritiske tilbakemeldingene er først og fremst knyttet til lave støttelep og for korte prosjektperioder. Dette gjelder spesielt i prosjekter hvor formålet er utvikling av digitale verktøy, uavhengig av støtteordning, da dette er prosjekter som er ressurskrevende og som regel krever kjøp av ekstern kompetanse. Det er flere av tilskuddsmottakerne som ønsker ordninger som består av to trinn, hvor de først søker på et forprosjekt for å utforske muligheter og lage prosjektplaner, og at de deretter kan søke om støtte til et hovedprosjekt.

---

3 Disse bransjene er bokbransjen/litteratur, musikk, dataspill, film, video, TV, radio og foto, arkitektur, annonse og reklame, designvirksomhet, utøvende og kunstnerisk virksomhet, bibliotek, museer, arkiver og andre kulturvirksomheter.

## Forvaltningen av satsingen

De åtte virkemiddelaktørene er fornøyde med ordningene, og de har funnet former for å oppnå målene som er godt tilpasset sin egen organisasjon og den eller de bransjene de retter seg mot. Kunnskapen om næringsutvikling innenfor kulturell og kreativ næring har blitt kraftig styrket hos virkemiddelaktørene gjennom de årene de har forvaltet KKN-satsingen. At satsingen er blitt kraftig svekket i 2023, og at den er helt avsluttet i Kulturdirektoratet, betyr dessverre at det er en risiko for at en del av den kompetansen som er bygget opp i virkemiddelapparatet, forsvinner.

## Satsingen sett utenfra

Tilbakemeldingene på satsingen fra bransjeorganisasjoner som ikke har vært direkte involvert, er litt blandede. For eksempel trekker noen frem at NAA-ene spiller en viktig rolle for de bransjene de arbeider med, men at tilskuddene de har gitt, og fortsatt gir, er altfor små – de spør seg hva de faktisk kan få til for så små midler. Det blir også satt spørsmålsteget ved om satsingen faktisk har hatt effekter for næringen totalt sett, eller om den først og fremst har vært nyttig for de bedriftene som faktisk har fått støtte.

Flere av bransjeorganisasjonene som vi har intervjuet, peker på at deres egen bransje er veldig sammensatt og spenner fra små, nærmest idealistiske virksomheter til store, helt kommersielle bedrifter – og at det gjerne går et skille mellom aktører som først og fremst ser seg selv som kulturarbeidere, og de mer kommersielle aktørene. For å utvikle virksomhetene med størst forretningspotensial ønsker flere av bransjeorganisasjonene en sterkere tilknytning til Nærings- og fiskeridepartementet. Noen trekker også frem at begrepet kulturell næring kan være problematisk fordi det assosieres med et lavt inntjeningspotensial.

## Løser satsingen utfordringene for kulturell og kreativ næring?

KKN-satsingen har bidratt til å redusere en del viktige utfordringer for virksomheter i kulturell og kreativ næring. Det vil særlig si utfordringer knyttet til for lav kompetanse om næringsutvikling, mangel på investorer

og vanskeligheter for å prioritere strategisk arbeid i en arbeidshverdag hvor de har fullt opp med daglig drift. Samtidig har mange virksomheter også andre utfordringer som i mange tilfeller ikke kan løses ved bruk av næringsrettede virkemidler – selv om denne type virkemidler kan gjøre virksomheten bedre rustet til å møte disse andre utfordringene. Noen av utfordringene er knyttet til markedsmessige forhold som myndighetene ikke nødvendigvis kan gjøre noe med, mens andre er under politisk kontroll, som for eksempel bestillerkompetanse ved offentlige anskaffelser og regelverk for merverdiavgift. Hvis det er et mål å styrke den økonomiske bærekraften, kan det for noen bransjer være viktigere at myndighetene ser på denne typen utfordringer, enn at de gir tilskudd til enkelte bedrifter.

## Overordnet måloppnåelse

Det overordnede målet for satsingen har vært tredelt. Satsingen skulle

- 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 virkemiddelinsats

Måloppnåelsen har generelt vært god, men også andre samfunnstrender har dratt i samme retning som virkemidlene tilknyttet KKN-satsingen. Derfor er det ikke mulig å knytte endringer i de to første målene bare til KKN-satsingen.

- Det har vært en vekst i omsetning, verdiskaping og arbeidsplasser i næringen generelt og hos de bedriftene som har mottatt tilskudd innenfor KKN-satsingen. I næringen samlet er det registrert en relativt stor økning i alle nøkkeltallene, bortsett fra i antall virksomheter. Dette indikerer at det er de største og mest robuste virksomhetene som har «overlevd» pandemien, noe som også bekreftes når vi ser på virksomhetenes overlevelsesrater. Samtidig har næringen hatt en mindre vekst i omsetningen og verdiskaping enn for hele næringslivet.
- Bedriftene som har deltatt i KKN-satsingen, har i gjennomsnitt hatt en positiv utvikling i omsetning og verdiskaping, og stort sett har de hatt en mer positiv utvikling enn den bransjen bedriften tilhører. Finansielle tilskudd har selvsagt bidratt til å styrke den enkelte mottakeren, men på lengre sikt er det sannsynlig at økt

kunnskap om forretningsutvikling gir en større økonomisk bæreevne. Noen bedrifter melder også at tilskuddet de selv har fått, har hatt positive effekter for samarbeidspartnere og andre aktører i egen bransje. Tilskuddene kan dermed ha bidratt til å «bygge bransjen», noe som har vært et (implisitt) overordnet mål for satsingen. Denne effekten er det ikke mulig å måle, derfor er det usikkert hvor stor den samlet sett er. Tilbakemeldingen fra bransjeorganisasjoner er at effektene for hele den aktuelle bransjen sannsynligvis har vært små.

- For virkemiddelapparatet og bedriftene som har deltatt, har KKN-satsingen absolutt bidratt til å øke kunnskapen om næringsutvikling i en kulturell virksomhet. Hvorvidt satsingen har bidratt til økt kunnskap om næringsutvikling generelt, er mer usikkert. Bevisstheten om næringsaspektet i kulturell virksomhet har utvilsomt økt i de årene satsingen har pågått, men dette kan også skyldes koronapandemien som satte søkelys på dette, og en økt modenhet i flere av bransjene. Kulturell og kreativ næring var satt på dagsordenen lenge før KKN-satsingen ble iverksatt. Helt siden slutten av 1990-tallet har møtepunktet mellom næring og kultur fått oppmerksomhet av både akademia, politikere og virkemiddelapparat. Dette har helt klart bidratt til økt kunnskap om kultur som næring.
- Gjennom satsingen har det vært etablert en bedre koordinering mellom virkemiddelaktørene, og de har blitt godt kjent med hverandre. Det har over tid vært en bevegelse hvor Innovasjon Norge har gått i en retning mot det mer kommersielle segmentet, som kreativ teknologi, mens Kulturrådet rettet seg mer mot det tradisjonelt mer kulturelle segmentet. NAA-enes tilbud ses av de aller fleste som et godt komplement til ordningene som Innovasjon Norge og Kulturrådet forvaltet.

Samlet sett ser vi at tilskuddene fra Innovasjon Norge har til dels store effekter for tilskuddsmottakerne, men disse er relativt få. Kulturrådet på sin side har gitt tilskudd til mange virksomheter, og flere av disse representerer mellomledet, det vil si koplingen mellom den utøvende aktøren og markedet.

Det kraftige kuttet i bevilgningene til kultur som næring i 2023 kan forstås som en avslutning av den satsingen som vi har følgevaluert. Samtidig er det et politisk ønske om fortsatt å styrke den kulturelle og kreative næringen. I en videreføring eller ny satsing kan det være hensiktsmessig å i større grad skille mellom de kulturelle og de kreative virksomhetene, et skille som ikke nødvendigvis går mellom ulike bransjer, men som like gjerne kan gå innenfor en bransje. For de kreative virksomhetene kan

virkemidlene gjerne være rettet mot kommersialisering og eksport, mens det for de kulturelle virksomhetene i større grad handler om økt økonomisk bærekraft og mulighet for å gjøre seg mindre avhengig av offentlig (kulturpolitisk) støtte. Sistnevnte virksomheter tilhører typisk den målgruppen som Kulturdirektoratets virkemidler rettet seg mot. Om man mener at også denne gruppen har behov for næringsrettede virkemidler i fremtiden, er det uheldig at Kulturdirektoratet har måttet legge ned sine ordninger, ikke minst fordi dette kan medføre at mye av den kompetansen som de bygget opp gjennom KKN-satsingen, kan gå tapt.

I en eventuell ny satsing mot kulturell og kreativ næring anbefaler vi også at det jobbes med en samordning av virkemidlene. Dette gjelder mellom virkemiddelaktørene, men også mellom virkemidlene. Det ser ut til at det å kombinere kompetanseutvikling med økonomiske tiltak gir best resultater. Det kan også gjerne kombineres med styrking av nettverk, både geografisk og på bransjenivå.

## Kapittel 1

# Innledning

I 2017 iverksatte regjeringen en ny satsing på kulturell og kreativ næring (KKN-satsingen), der hensikten var å skape vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i næringen. Omtalen av satsingen i budsjettproposisjonene har endret seg over årene, men i Prop. 1 S (2021–2022) fra Kulturdepartementet<sup>1</sup> ble satsingen trukket frem som en av regjeringens hovedprioriteringer, med følgende målsetting:

Regjeringens satsing på kultur og næring skal bidra til å styrke kunst- og kultursektorens økonomiske bærekraft ved å vektlegge kulturens næringspotensial. Regjeringen vil 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. Satsingen har som mål å bidra til vekst, verdiskaping og arbeidsplasser gjennom økt investering i og omsetning av kunst- og kulturproduksjoner. (Kulturdepartementet, 2021a, s. 90)

Tross skiftende omtale har Kulturdepartementet hele tiden hatt tre hovedmålsettinger med satsingen:<sup>2</sup>

- 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 virkemiddelinsats

---

1 Kulturdepartementet har i evalueringsperioden skiftet navn til Kultur- og likestillingsdepartementet, men vi har valgt å gjennomgående benevne departementet som Kulturdepartementet, uavhengig av hvilken tidsperiode vi refererer til.

2 Disse målene er formulert i oppdrags- og tilskuddsbrevene til Innovasjon Norge og Kulturrådet, se for eksempel Kultur- og likestillingsdepartementet (2022, 2023).



Satsingen består av flere tiltak som forvaltes av Innovasjon Norge, Norsk Kulturråd (Kulturdirektoratet fra 01.01.2023) og Norwegian Arts Abroad (NAA).

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 ordningene som følgeevalueringen dekker (Kulturdepartementet, 2016a).<sup>3</sup> Dette nivået har stort sett holdt seg med mindre variasjoner fra år til år, og for budsjettåret 2022 var bevilgningen 46 millioner kroner<sup>4</sup> (Kulturdepartementet, 2021a). For budsjettåret 2023 foreslo regjeringen en bevilgning på 45,9 millioner kroner, men i budsjettforliket mellom Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti ble det foreslått å redusere bevilgningen til Kultur som næring med 25 millioner kroner, det vil si til 20,9 millioner kroner. Dette ble vedtatt av Stortinget høsten 2022 (Innst 14 S (2022–23)). Kuttet i bevilgningen rammer først og fremst Kulturdirektoratet, som fra 2023 ikke lenger viderefører noen av ordningene for kulturell og kreativ næring.

## 1.1 Følgeevaluering av satsingen

Kulturrådet fikk i oppdrag av Kulturdepartementet å igangsette en følgeevaluering av KKN-satsingen. Følgeevalueringen har hatt til hensikt å kvalitetssikre satsingen, legge til rette for god måloppnåelse og bidra til økt kunnskap om kultur som næring. Følgeevalueringen startet opp høsten 2018 og har pågått frem til starten av 2023. Perioden som evalueres, strekker seg fra 2017 til 2022. Denne rapporten er den tredje og siste rapporteringen i denne følgeevalueringen. De øvrige delene i følgeevalueringen består av en nullpunktsanalyse (Hauge mfl., 2020) og en midtveiseevaluering (Hauge mfl., 2021).

I følgeevalueringen er det fem ulike momenter som har stått sentralt:

1. evaluering av satsingens innsatslogikk, også kalt programteori
2. evaluering av porteføljen av prosjekt/tiltak innenfor satsingen

---

3 De resterende 20 millioner kronene omfattet økte midler med 11 millioner kroner til filminsentivordningen (som 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, var 61 millioner kroner, men av dette var 15 millioner kroner avsatt til Arctic Race of Norway, som ikke er en del av de tiltakene som følgeevalueringen dekker.

3. evaluering av de aktivitetene som de ansvarlige virksomhetene gjennomfører
4. evaluering av resultater og effekter hos deltakende bedrifter/organisasjoner og på bransjenivå
5. etablering av en systematisk tilbakekopling av resultatene i de fire stegene

I evalueringen har vi basert oss på metodikken gitt i etablerte veiledere for evalueringer, se for eksempel DFØ (2007) og OECDs evalueringsmodell. Disse modellene er spesielt utviklet for å evaluere offentlige programmer og tiltak.

### 1.1.1 Sluttevalueringen

Sluttevalueringen er gjennomført etter at satsingen har fått virke en stund. I mandatet for følgeevalueringen er kravene til sluttevalueringen:

Sluttevalueringen skal synliggjøre resultater og effekter av satsingen og den skal gi råd om organisering, strategiske handlingslinjer og videre tiltak for utvikling av den kulturelle og kreative næringsen. Evalueringen skal baseres på sekundærkilder; dokumenter, tilgjengelige registre/tall og rapporter og på kvalitative og kvantitative undersøkelser blant et representativt utvalg av tilskuddsmottakere og interessenter i ordningen. (Kulturrådet, 2018)

Basert på denne kravspesifikasjonen består sluttevalueringen av

- en kort beskrivelse av tiltakene og virkemiddelaktørene som inngår i satsingen
- en analyse av utviklingen i verdiskaping og sysselsetting i de berørte bransjene i perioden 2016–2021
- en vurdering av tiltakene basert på intervjuer med tilskuddsmottakere
- en vurdering av satsingen fra interessenter som ikke har vært direkte berørt, først og fremst bestående av bransjenes interesseorganisasjoner
- en vurdering av videre tiltak for utvikling av den kulturelle og kreative næringsen

Sluttevalueringen er basert på dokumentstudier, på intervjuer med berørte virkemiddelaktører, utvalgte tilskuddsmottakere og andre aktører i næringsen og på analyse av relevant statistikk (regnskapsdata,

virkemiddelbruk med videre). En mer detaljert beskrivelse av metoden finnes i vedlegg I.

## 1.2 Programteori for KKN-satsingen

Følgeevalueringen baserer seg på programteori som analytisk tilnærming, det vil si 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). Grunnen til etableringen av KKN-satsingen, og begrunnelsen for tilskudd til næringsutvikling generelt, er grundig beskrevet i nullpunktsanalysen (Hauge mfl., 2020).

Tiltakene innenfor satsingen har vært forvaltet av Innovasjon Norge, Kulturrådet og Norwegian Arts Abroad (NAA)<sup>5</sup>:

- *Innovasjon Norges* innsats har vært rettet mot små og mellomstore virksomheter, og Innovasjon Norge har tilbydd kapital, kompetanse og nettverk. Målet har vært å bidra til økte private investeringer, til å øke kunnskapen hos aktørene om kultur som næring og til å skape flere vekstkraftige bedrifter.<sup>6</sup>
- *Kulturrådets* tiltak har vært rettet mot virksomheter i mellomledet mellom kunstner og marked/publikum, og som jobber med distribusjon, formidling, markedsføring eller salg av kulturelle uttrykk. I målgruppen inngår også etablerte kulturinstitusjoners arbeid med utvikling av (digitale) verktøy, metoder og modeller. Målet har vært å bidra til at norske kunstnere og kulturaktører oppnår økte inntekter gjennom kunstnerisk virksomhet.
- *NAA-enes* innsatser har hatt til hensikt å styrke de aktørene som arbeider med å selge og markedsføre norsk kultur og kunst internasjonalt. Tiltakene har hatt som mål å bidra til økte eksportinntekter i de enkelte bransjene.

---

5 Norwegian Arts Abroad er en paraplysammenslutning av syv 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.

6 I 2018 fikk også Innovasjon et oppdrag for å styrke samspillet mellom kultur og reiseliv.

Innsatsene har hatt til hensikt å bidra til vekst, verdiskaping og arbeidsplasser via økte investeringer i og omsetning av kunst og kulturproduksjoner. Felles for disse innsatsene er at de har søkt å «bygge bransjer» ut fra et verdikjedeperspektiv, det vil si at de ikke først og fremst har vært rettet mot den enkelte kunstneren eller det skapende leddet. Intensjonen har vært å bedre økonomien i alle leddene gjennom å profesjonalisere de leddene i verdikjeden som støtter og/eller leverer tjenester til det skapende leddet, og gjennom disse øke omsetningspotensialet. Denne programlogikken er illustrert i figur 1.1.

## 1.3 Leserveiledning

Rapporten starter med en redegjørelse for utviklingen i kulturell og kreativ næring fra året før satsingen ble etablert, 2016, og frem til 2021, som er det siste året som det finnes regnskapsdata for.

I kapittel 3–5 beskriver vi arbeidet med satsingen hos virkemiddelaktørene, det vil si Innovasjon Norge, Kulturrådet og de fem NAA-ene. Her ser vi også på hvilke virksomheter som har fått støtte, hvordan det har gått med disse, og hvilke erfaringer de har gjort seg. Videre vurderer vi måloppnåelsen spesielt for Innovasjon Norge og Kulturrådet.

I kapittel 6 ser vi på den samlede måloppnåelsen for satsingen. Her tar vi også med synspunkter fra bransjeaktører som ikke selv har vært en del av satsingen, og som dermed kan vurdere den utenfra.

I kapittel 7 ser vi på hvordan myndighetene har arbeidet med støtte til kulturell og kreativ næring i Sverige. Hensikten med dette er å se om vi kan lære noe for en eventuell videreutvikling eller nystart for en satsing på kulturell og kreativ næring.

I siste kapitlet tar vi nettopp opp noen lærdommer fra satsingen som kan være nyttige når man vurderer veien videre for denne næringen.



» **Figur 1.1** Programlogikk for satsingen på kulturell og kreativ næring.

\* Tilskudd til regionale kompetansemiljøer ble i 2021 flyttet til fylkeskommunene.

\*\* I 2018 hadde Innovasjon Norge også et oppdrag rettet mot reiseliv og kultur, «Powered by Culture».

\*\*\* Bedriftsnettverk ble i 2020 flyttet til fylkeskommunene.

# Utviklingen i kulturell og kreativ næring 2016–2021

I sluttevalueringen har vi hatt som mål å vurdere virkningen av tiltakene som har inngått i satsingen. Virkninger av tiltakene kan imidlertid ikke vurderes uavhengig av hva som ellers skjer i andre virksomheter i næringen, i resten av næringslivet og i samfunnet. Koronapandemien og tiltakene for å begrense smittespredning i perioden 2020–2021 hadde stor påvirkning på samfunnet generelt og på kulturell og kreativ næring spesielt. Næringen ble hardt rammet, og særlig de delene som er avhengig av publikum og/eller personlig oppmøte. Det var mange runder med ulike avbøtende tiltak. Selv om mange av tiltakene og effektene var relativt kortvarige, er det vanskelig å skille «vanlige» utviklingstrekk i næringen fra de ekstraordinære effektene som først og fremst skyldes pandemien. Dette betyr imidlertid ikke at den utviklingen som faktisk er registrert, ikke skal tas alvorlig. Det er den som må legge grunnlaget for hvordan vi forstår situasjonen, og for fremtidige tiltak.

I dette kapitlet gir vi en oversikt over enkelte sentrale økonomiske indikatorer og sysselsetting fra året før satsingen ble etablert, det vil si fra 2016, og frem til 2021. Datagrunnlaget vårt er hentet fra Brønnøysundregistrene, og det inkluderer kun regnskapspliktige virksomheter med omsetning på 50 000 kroner eller mer i det respektive året. Utviklingen presenteres for hele næringen og for de enkelte bransjene (se boks. 2.1 og vedlegg IV for en definisjon av de enkelte bransjene). Sentrale størrelser er naturligvis antall virksomheter, verdiskaping og omsetning, men også forhold som investeringer, egenkapital og gjeld bidrar til å belyse tilstanden i næringen. Satsingen hadde til hensikt å bidra til arbeidsplasser i næringen. Vi har derfor sett på sysselsettingsutviklingen i næringen bransjevis og etter lokalisering og sammenlignet med utviklingen i hele Norge.

▸ **Boks 2.1** Definisjon av kulturell og kreativ næring

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 vår operasjonisering av næringen har vi brukt følgende inndeling av bransjer:

- *bokbransjen/litteratur*: forfattere, bokhandler, forlag mv., tidsskrifter og periodiske publikasjoner og nyhetsbyråer
- *musikk*: lydinnspillingar, publisering, komponister, tekstforfattere, butikkhandler med musikk, live orkestre og støttende tjenester / impresariovirksomhet
- *dataspill*: utviklere, forleggere, salgssteder og distribusjon
- *film, video, TV, radio og foto*: innspilling og filmproduksjon, programproduksjon, fotografivirksomhet, post-produksjon, distribusjon og tilhørende kreative aktører
- *arkitektur*: arkitektbyråer
- *annonse og reklame*: reklamebyråer
- *designvirksomhet*: industridesign, produktdesign, interiørdesign og grafisk og visuell design
- *utøvande og kunstnerisk virksomhet*: utøvande kunstnere og underholdningsvirksomhet innen scenekunst, selvstendig kunstnerisk virksomhet innen visuell kunst og scenekunst og undervisning i kunstfag og kultur
- *bibliotek, museer, arkiver og andre kulturvirksomheter*: drift av museer, arkiver, historiske steder og bygningar

Note: Bransjeinndelingen stammer blant annet fra Department for Digital, Culture, Media and Sport (2001), se også nullpunktanalysen (Hauge mfl., 2020) for en diskusjon av bransjeinndelingen.

## 2.1 Økonomisk utvikling 2016–2021

De sentrale indikatorene for utviklingen i næringen samlet (tabell 2.1) viser at det er svært store forskjeller mellom de enkelte bransjene og mellom de enkelte årene. Omsetning og verdiskaping har økt med om lag tjue prosent, og sysselsettingen har økt med i underkant av ti prosent. Som følge av at egenkapitalen har økt mer enn gjelden, er gjeldsgraden<sup>1</sup> i næringen som helhet redusert i perioden. Antallet virksomheter har tilsynelatende stått omtrent på stedet hvil, men dette skjuler at virksomheter både har opphørt eller redusert omsetningen, og at nye er kommet til. Når antallet virksomheter holder seg relativt konstant, mens sysselsetting, verdiskaping og omsetning øker, indikerer det at det har foregått en konsolidering i deler av næringen, og at det er de største virksomhetene som nå er representert i materialet. De utfordrende rammebetingelsene under koronapandemien de siste årene av evalueringsperioden er en del av situasjonen næringen og myndighetene har måttet forholde seg til. De kan være en del av forklaringen på utviklingen, men utviklingen er likefullt en realitet.

» **Tabell 2.1** Økonomiske nøkkeltall i kulturell og kreativ næring 2016, 2018, 2020 og 2021. Endring 2016–2021. Millioner kroner, antall sysselsatte og antall virksomheter.<sup>1</sup>

	2016	2018	2020	2021	Endring 2016–2021
Egenkapital, mill. kr	22 000	25 612	32 378	34 038	55 %
Eiendeler, mill. kr	60 313	67 148	75 685	92 741	54 %
Gjeld, mill. kr	38 318	41 536	43 306	48 492	27 %
Omsetning**, mill. kr	82 637	92 986	98 740	99 692	21 %
Verdiskaping, mill. kr	34 327	37 272	39 993	40 456	18 %
Driftsmargin, %	6,1 %	5,7 %	7,4 %	5,8 %	–0,3 %
Sysselsetting, antall	78 656	82 703	81 615	85 256	8 %
Virksomheter, antall	9 036	9 569	8 498	9 122	1 %

<sup>1</sup>Tallene inkluderer kun virksomheter med omsetning på minst 50 000 kr.

\*\*Eventuell koronastøtte er registrert som omsetning.

Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt.

1 Gjeldsgraden viser til hvor mye gjeld en virksomhet har i forhold til egenkapitalen. Dersom det er like mye gjeld som egenkapital, vil denne graden være lik 1.



### **Kort oppsummering av utviklingen i de enkelte bransjene**

De to største bransjene målt både i omsetning og verdiskaping er bokbransjen og film-, video- og fjernsynsproduksjon, radio og foto. De står til sammen for 53 prosent av omsetningen og 46 prosent av verdiskapingen i næringen. Utviklingen i disse bransjene vil derfor i stor grad prege utviklingen i hele næringen. Nedenfor gir vi en kort oppsummering av utviklingen i de enkelte bransjene.

#### **Bokbransjen (forlagsvirksomheter)**

- Det har vært en reduksjon i antall virksomheter, noe som i hovedsak skyldes utskillelse av hovedkontorvirksomhet som egen næringskode, men som også skyldes konsolidering i bransjen.
- Sysselsettingen er redusert med seks prosent (ca. tusen personer), blant annet på grunn av at hovedkontorfunksjoner er tatt ut av bransjekoden. Reduksjonen er størst utenfor Oslo.
- Bokbransjen er den største bransjen målt i omsetning, verdiskaping og egenkapital, men også i gjeld. Det er viktig å huske på at forlagsvirksomhet også er inkludert i denne bransjen.
- Bokbransjen har som én av to bransjer økt driftsmarginen i perioden. Også verdiskapingen er økt i perioden, men ikke så mye som gjennomsnittet i næringen.
- Bransjen var i endring også før pandemien og har utfordringer blant annet som følge av endringer i medievaner og teknologiske endringer.
- Overlevelsesraten (andel virksomheter som er etablert i 2016 eller før, som fortsatt er i drift i 2021) er på 63 prosent.
- Pandemien har ikke ført til ytterligere press på bransjen, som tvert imot hadde en opptur under pandemien.

#### **Musikkbransjen**

- Det har vært en stor reduksjon i antall virksomheter (–33 prosent), omsetning (–30 prosent) og verdiskaping (–37 prosent) i perioden. Dette kan hovedsakelig tilbakeføres til koronapandemien, og de største negative økonomiske effektene av pandemien er registrert i denne bransjen.
- Det er likevel registrert en nedgang i gjeldsgraden (fra 2,6 i 2016 til 1,4 i 2021).

- Driftsmarginen er vesentlig redusert, men den er fortsatt positiv (5,9 prosent) og mer på linje med resten av næringen. Frem til de siste årene av evalueringen var den på omtrent femten prosent.
- Det er ikke registrert store endringer i sysselsettingen. I 2021 var det 6 800 sysselsatte, noe som er marginalt flere i forhold til i 2016.
- På grunn av de sterke restriksjonene på ansamlinger av personer ble så godt som all klubb- og konsertvirksomhet lagt i dvale de to siste årene som er analysert. Dette har naturligvis lagt store begrensninger på aktivitet og konsertvirksomhet, og det har hatt konsekvenser for omsetning og økonomi.
- Bransjen har den laveste overlevelsesraten<sup>2</sup> av alle bransjene (37 prosent), men utøvende og kunstneriske virksomheter har kun marginalt høyere (40 prosent) overlevelse. I næringen samlet sett har 58 prosent av virksomhetene i 2021 vært i drift minst fem år.

### Utøvende og kunstnerisk virksomhet

- Utøvende og kunstnerisk virksomhet har også registrert en stor reduksjon i antall virksomheter, ni prosent nedgang i verdiskaping og nær halvering av driftsmarginen (–40 prosent).
- Omsetningen i bransjen (6 600 millioner kroner i 2021) er redusert med fire prosent, mens omsetningen i næringen i alt har økt med 21 prosent.
- Selv om bransjen scorer beskjedent på de andre økonomiske parametrene, er den størst målt i antall sysselsatte, med 16 000 av i alt 85 000 personer i hele næringen. Dette skyldes først og fremst det store innslaget av enkeltpersonforetak som ikke er regnskapspliktige, og mange mindre virksomheter med relativt liten samlet arbeidsinnsats.
- Bransjen har tært på egenkapitalen de siste årene, og det er den eneste bransjen med negativ utvikling i egenkapital (–13 prosent).
- Dette er også den eneste bransjen med en økning i gjeldsgraden, fra 2,1 til 2,6: Dette skyldes både bruk av egenkapital og økt lånekapital.
- Det er grunn til å anta at det er store forskjeller innad i bransjen, avhengig av typen aktivitet, produksjon eller forestilling, men dette er det ikke mulig å finne tall for.

---

2 Overlevelsesraten måler virksomheter som hadde minst 50 000 kroner i omsetning i 2021.

## Spesialisert designvirksomhet

- Det er registrert mange nyetableringer i hele den spesialiserte designbransjen. 37 prosent av virksomhetene er yngre enn tre år.
- Overlevelseshraten (64 prosent) er på samme nivå som i de fleste bransjene.
- Mange nyetableringer og høy overlevelseshrate har gitt den største registrerte netto tilveksten i næringen i perioden målt i antall virksomheter – hele 36 prosent.
- Bransjen har også registrert stor vekst i omsetning (79 prosent), verdiskaping (86 prosent) og ikke minst egenkapital (206 prosent). Dette er de høyeste tallene i næringen, og de er langt høyere enn gjennomsnittet.
- Dette er også den bransjen som har hatt størst relativ vekst i selsettingen i perioden med 34 prosent, mens gjennomsnittet i næringen er åtte prosent.
- Svært mye av utviklingen i bransjen kan tilbakeføres til industri-design innenfor shipping, offshore og olje- og gassindustrien, aquakultur og elbilladere. I 2021 sto industridesign for 48 prosent av all verdiskaping i bransjen.
- Verdiskapingen innenfor industridesign kan særlig tilbakeføres til fylkene Vestland, Rogaland og Trøndelag, som til sammen står for 50 prosent av verdiskapingen innenfor industridesign.

## Arkitektur

- Bransjen har hatt en relativt stabil situasjon med en liten netto tilvekst i antall virksomheter på ti prosent.
- Andelen virksomheter som er yngre enn tre år, er 22 prosent, mens hele 75 prosent har vært i drift i mer enn fem år.
- Driftsmarginen på åtte prosent er fortsatt relativt høy, men det har vært en liten reduksjon på om lag ett prosentpoeng i perioden.
- Det er registrert en liten reduksjon i gjeldsgraden fra 1,8 i 2016 til 1,5 i 2021.
- Det er forhold som kan tyde på at det foregår en konsolidering også i denne bransjen.
- Bransjen ser ut til å ha blitt lite påvirket av pandemien.

## Dataspill

- Bransjen er svært liten uavhengig av måleparameter. I 2021 var det 19 virksomheter som var regnskapspliktige og hadde en omsetning på 50 000 kroner eller mer.
- Det er vanskelig å vurdere utviklingen i bransjen på grunn av få enheter og ingen klare utviklingstrekk.
- Overlevelseshastighet og tilvekst er omtrent som for de øvrige bransjene, men det er som nevnt få enheter, og dermed får endringer hos enkeltvirksomheter relativt stor betydning.
- Det har vært store svingninger i driftsmarginen. I 2021 var den på minus 3,5 prosent, som er en reduksjon på over 20 prosentpoeng siden 2016.
- Det er likevel registrert en stor relativ økning (138 prosent) i sysselsettingen. De reelle tallene går fra 98 sysselsatte i 2016 til 233 i 2021.
- Gjeldsgraden er redusert, som i alle bransjene, unntatt utøvende og kunstnerisk virksomhet.
- Små tall med små endringer fører til at endringer i relative tall kan gi et forkjært bilde av situasjonen. Det vil si at bransjen kan se ut til å ha større betydning enn den reelt har.

## Film, video, fjernsyn osv.

- Veksten i verdiskapingen har i perioden vært åtte prosent, mens gjennomsnittet i næringen var 18 prosent.
- Det var likevel 12 prosent netto tilvekst i antall virksomheter. Det kan tilbakeføres både til høy overlevelseshastighet, 63 prosent har vært i drift mer enn fem år, og at 31 prosent er etablert i løpet av de tre siste årene.
- Det har vært en liten økning i driftsmarginen på 1,7 prosentpoeng, men den har variert i enkeltår.
- Omsetningsutviklingen har vært på samme nivå som gjennomsnittet i næringen, med en økning på 21 prosent.
- Sysselsettingen har økt med syv prosent, på samme nivå som for næringen samlet.

## AnnONSE og reklame

- Bransjen har hatt stor vekst i omsetningen, 61 prosent, som er den nest høyeste av bransjene i næringen.
- Annonse og reklame utgjør også en relativt stor andel, 13 prosent, av den samlede omsetningen i hele næringen.
- Verdiskapingen har økt med 49 prosent. Det er mer enn dobbelt så mye som gjennomsnittet for hele næringen (som var 18 prosent).
- Bransjen har forholdsvis liten betydning for sysselsettingen. Den utgjør omtrent åtte prosent av samlet sysselsetting i næringen. Veksten på fem prosent er mindre enn for næringen som helhet (åtte prosent).

## Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter

- Bransjen utgjorde i 2021 seks prosent av alle virksomheter i næringen, men det er registrert en reduksjon i antall virksomheter på 31 prosent fra 2016 til 2021.
- Mange lokale og regionale museer, historiske steder, bygninger og lignende severdigheter drives av ikke-offentlige aktører og kan være rammet av pandemien.
- Nyetableringer utgjør en mindre del enn i andre bransjer. 15 prosent av virksomhetene som var i drift i 2021, var yngre enn tre år.
- Selv om antallet virksomheter er redusert, er det registrert en omsetningsøkning på 38 prosent og mer enn 25 prosent økning i verdiskaping i perioden.

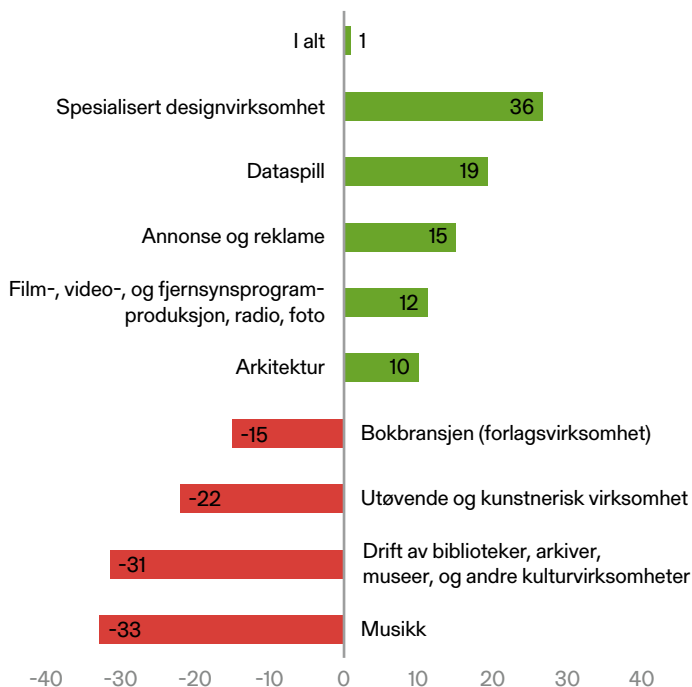
### 2.1.1 Antall virksomheter i kulturell og kreativ næring

I 2021 var det registrert 9 122 virksomheter med en omsetning på 50 000 kroner eller mer i kulturell og kreativ næring. Det er omtrent det samme antallet som i 2016. De siste årene av denne perioden har imidlertid vært preget av koronapandemien, noe som også har påvirket denne delen av økonomien. Det er imidlertid relativt store forskjeller mellom de enkelte bransjene.

Nedgangen i antall virksomheter som ble registrert i bokbransjen i midtveiseevalueringen, har delvis fortsatt også i siste del av perioden, men pandemien har trolig bremset denne utviklingen. Noe av nedgangen i bokbransjen skyldes at virksomheter er overført til andre bransjekoder, og særlig

at «hovedkontortjenester» nå er skilt ut som egen bransje.<sup>3</sup> Det gjelder også delvis for annonse- og reklamebransjen. I tillegg til nedgangen i bokbransjen er det nå i siste del av perioden registrert en stor reduksjon i antall virksomheter innenfor musikkbransjen, innenfor drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter og innenfor utøvende og kunstnerisk virksomhet. Nedgangen i disse bransjene skyldes trolig fremfor alt en reduksjon i omsetning som følge av pandemirestriksjonene, slik at omsetningen er falt under 50 000 kroner, og ikke at virksomhetene nødvendigvis er blitt borte. I musikkbransjen er omsetningen redusert med 30 prosent selv i de virksomhetene som fortsatt har en omsetning på mer enn 50 000 kroner.

I de øvrige bransjene er det kommet til flere bedrifter, særlig innenfor spesialisert designvirksomhet (figur 2.1, se også tabell II.1. i vedlegg II). Antallet dataspillvirksomheter er fortsatt få. Det var en vekst i antall virksomheter i begynnelsen av perioden, men den har stagnert de siste årene.



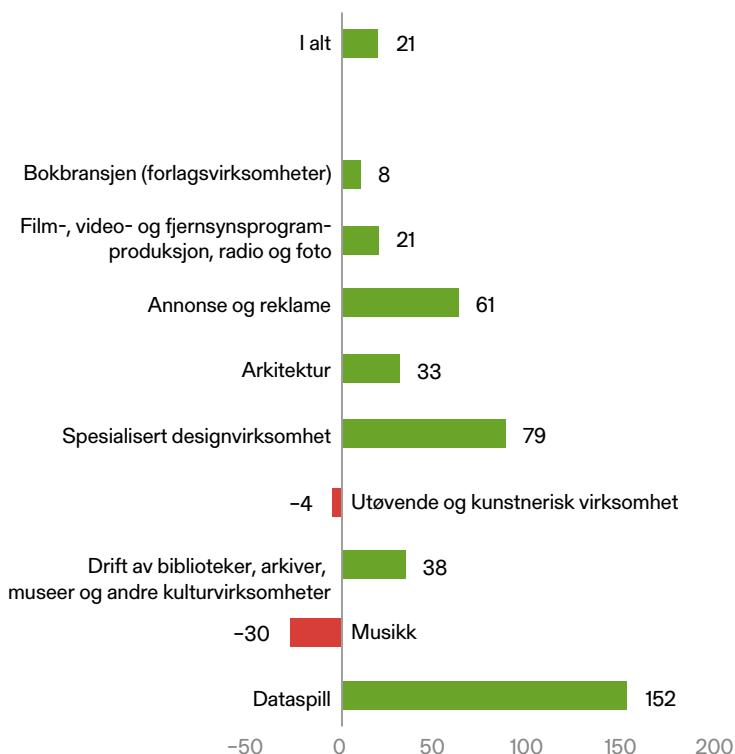
↘ **Figur 2.1** Nettotilvekst i antall virksomheter med omsetning på 50 000 kroner eller mer i respektive år. Kulturell og kreativ næring 2016–2021. Prosent.

3 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 sammenligninger over tid.

## 2.1.2 Omsetning

Totalt var omsetningen i næringen på nær 100 milliarder kroner i 2021, en økning fra 2016 med 21 prosent (figur 2.2). Tre bransjer står til sammen for hele 66 prosent av omsetningen, og utviklingen i disse bransjene vil naturligvis prege utviklingen i hele næringen. De tre store bransjene er bokbransjen (29 prosent av omsetningen), film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto (24 prosent) og dessuten annonse og reklame (13 prosent).

I alle bransjer unntatt musikk og utøvende og kunstnerisk virksomhet er det registrert en økning i omsetningen, mens det er registrert en reduksjon på hele 30 prosent i musikkbransjen, og fire prosent i kunstnerisk og utøvende virksomhet. Økningen har vært særlig stor innenfor spesialisert designvirksomhet (79 prosent) og annonse og reklame (61 prosent) (se også tabell II.2 i vedlegg II).

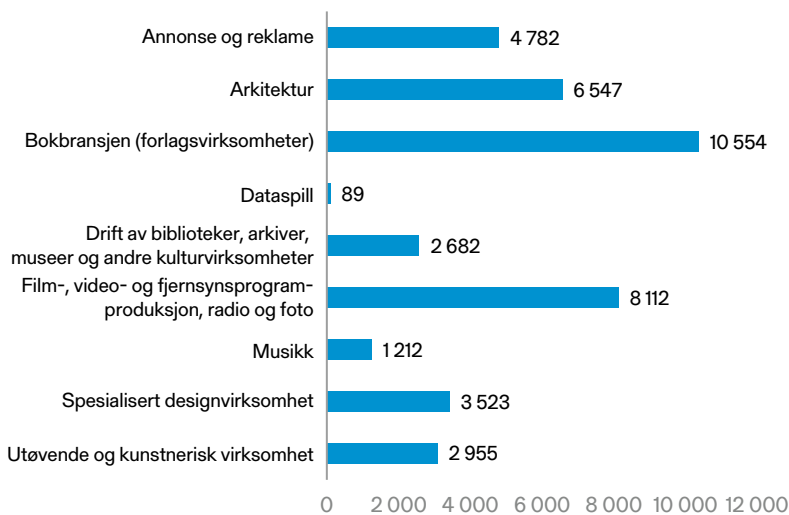


▾ **Figur 2.2** Endring i omsetning i kulturell og kreativ næring 2016–2021. Prosent.

### 2.1.3 Verdiskaping

Den totale verdiskapingen<sup>4</sup> i kulturell og kreativ næring i Norge var på 40,5 milliarder kroner i 2021<sup>5</sup>, hvorav bokbransjen alene sto for omtrent 25 prosent (figur 2.3). Det er om lag det samme som i 2020, men det er en økning på 18 prosent fra 2016. Selv om enkelte bransjene, som spesialisert designvirksomhet og annonse og reklame, har økt verdiskapingen med over femti prosent, er det utviklingen i de store bransjene som er avgjørende for utviklingen i næringen samlet. Dataspill utgjør en svært liten del av verdiskapingen, men har hatt stor økning siden 2016. Denne økningen kom fremfor alt i perioden 2016 til 2018, og verdiskapingen var særlig stor i 2018. Det er generelt registrert store svingninger i denne bransjen i den analyserte perioden.

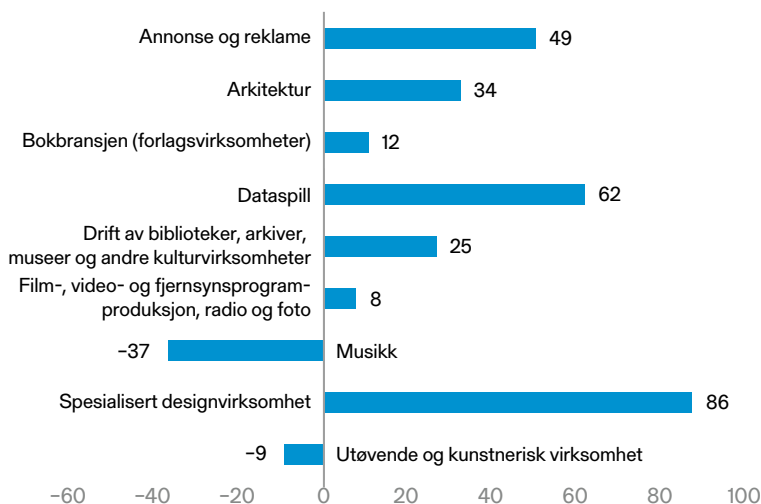
I to bransjer er det registrert en stor nedgang i verdiskapingen, nemlig musikk med hele 37 prosent reduksjon og utøvende og kunstnerisk virksomhet med ni prosent reduksjon (figur 2.4, se også tabell II.3. i vedlegg II). Dette er bransjer som ble hardt rammet av tiltak for å begrense koronapandemien, og det er rimelig å anta at denne utviklingen er preget av disse tiltakene.



▫ **Figur 2.3** Verdiskaping i kulturell og kreativ næring etter bransje. Millioner kroner 2021. Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt.

- 
- 4 Verdiskapingen er lik bruttoproduksjonen i næringene, som i prinsippet er virksomhetenes omsetning minus produktinnsatsen. Verdiskapingen består av lønn til ansatte og eier (utbytte).
- 5 Beregningen inkluderer kun virksomheter med omsetning på mer enn 50 000 kroner i de respektive årene.





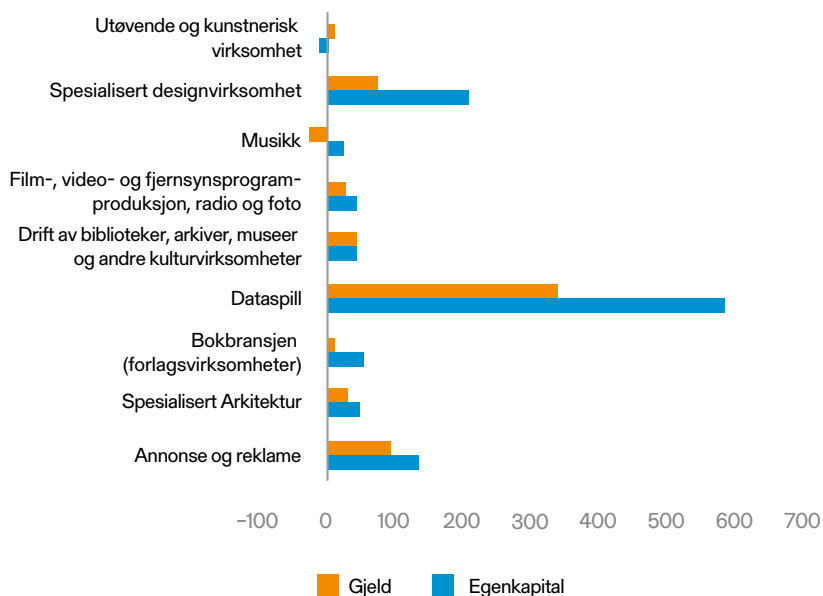
▸ **Figur 2.4** Verdiskaping i kulturell og kreativ næring etter bransje. Netto endring 2016–2021. Prosent. Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt.

## 2.1.4 Egenkapital og gjeld

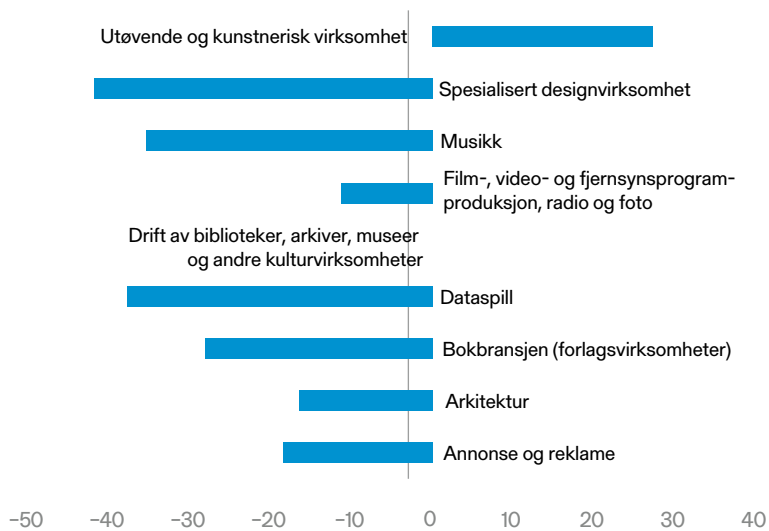
En oversikt over de økonomiske nøkkeltallene som sier noe om soliditeten, det vil si egenkapital, gjeld og gjeldsgrad, viser at det i næringen samlet har vært en forbedring i form av høyere egenkapital og lavere gjeld fra 2016 til 2021. Den samlede egenkapitalen økte med 55 prosent i denne perioden. Frem til 2020 økte gjelden mindre enn egenkapitalen for næringen totalt, men i 2021 økte gjelden mer enn egenkapitalen. For hele perioden var det en økning i gjelden på 27 prosent. Det er imidlertid store forskjeller mellom bransjene (figur 2.5, se også tabell II.4 og II.5 i vedlegg II). De enkelte bransjene har ikke alle vært like påvirket av koronapandemien.

Fra 2016 til 2021 har gjeldsgraden blitt redusert i samtlige bransjer, unntatt utøvende og kunstnerisk virksomhet, der den har økt med 27 prosent (figur 2.6, se også tabell II.6 i vedlegg II). I utøvende og kunstnerisk virksomhet har gjelden økt og egenkapitalen blitt redusert. Det betyr at bransjen både har tært på egenkapitalen og økt låneopptaket, noe som sannsynligvis er resultat av den krevende situasjonen som særlig denne bransjen har vært i under koronatiltakene.

## Utviklingen i kulturell og kreativ næring 2016–2021



➤ **Figur 2.5** Egenkapital og gjeld i kulturell og kreativ næring etter bransje. Netto endring 2016–2021. Prosent. Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt.



➤ **Figur 2.6** Gjeldsgrad i kulturell og kreativ næring etter bransje. Netto endring 2016–2021. Prosent. Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt.

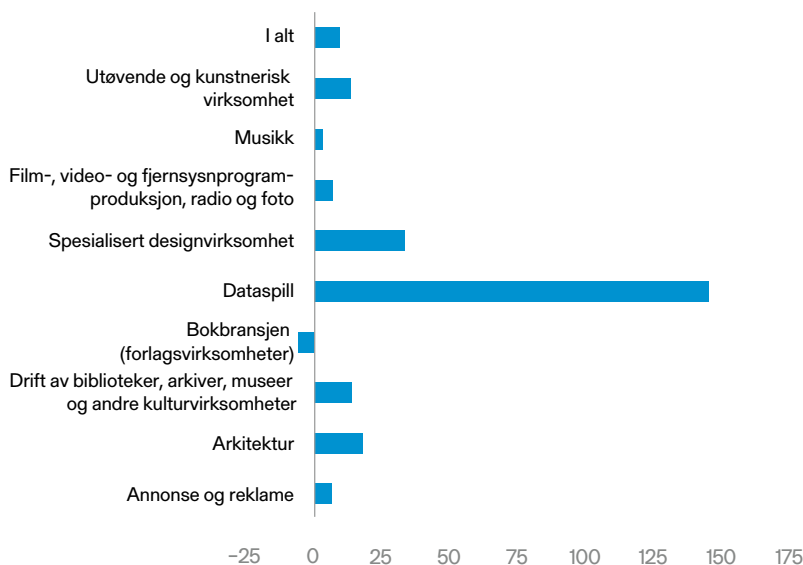
## 2.2 Bransjestruktur og sysselsetting

Det ble i 2021 registrert om lag 85 300 sysselsatte i kulturell og kreativ næring i Norge, en oppgang fra om lag 78 700 i 2016<sup>6</sup>, tilsvarende en økning på åtte prosent. Sysselsettingstallene omfatter samtlige virksomheter, inkludert enkeltpersonforetak, og er uten begrensninger for virksomhetenes omsetning. Disse tallene gir derfor et litt annet bilde av størrelsesforholdet mellom bransjene enn når vi ser på de økonomiske størrelsene. Det gir særlig store utslag i utøvende og kunstnerisk virksomhet, som målt i sysselsetting blir den største bransjen, men som er forholdsvis beskjeden etter økonomiske mål (se for eksempel figur 2.3). Det skyldes at det er mange små foretak og/eller enkeltpersonforetak i denne bransjen, som verken har stort arbeidsomfang eller er regnskapspliktige, og som derfor ikke registrert med regnskapsdata i Brønnøysundregistrene.

Det er store forskjeller i utviklingen i sysselsettingen mellom de ulike bransjene: Mens virksomheter som er registrert innenfor dataspill, har økt sysselsettingen med godt over hundre prosent i perioden 2016–2021, har bok- og forlagsbransjen redusert sin sysselsetting med seks prosent (figur 2.7). Dette må likevel ikke tilsløre at mens økningen innenfor dataspill utgjør 135 personer, representerer nedgangen i bokbransjen 1 000 personer.

---

6 Avvik fra tall i nullpunktsanalysen og midtveisevalueringen skyldes at vi her har brukt det mer komplette sysselsettingsregisteret fra Statistisk sentralbyrå for å få sammenlignbare tall over tid. Disse tallene omfatter også virksomheter med mindre enn 50 000 kroner i omsetning. Vi vet ikke hvordan bransjeendringene som er omtalt ovenfor, eventuelt har hatt innflytelse på disse tallene.



» **Figur 2.7** Sysselsetting i kreative og kulturelle næringer etter bransje. Netto endring 2016–2021. Prosent. Kilde: Statistisk sentralbyrå, registerbaserte tall<sup>7</sup>.

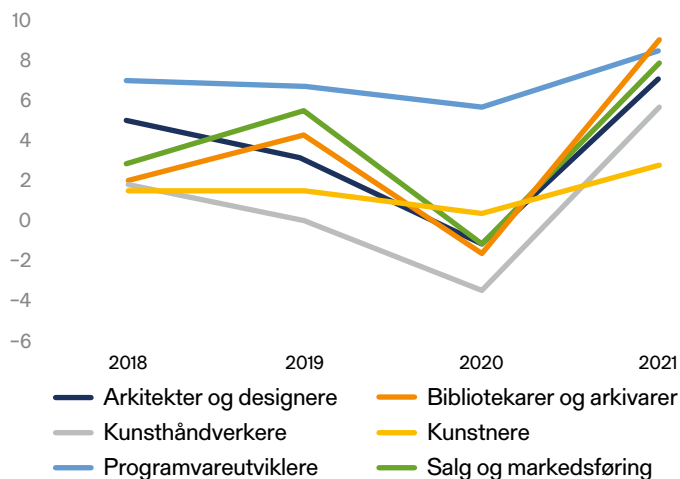
### 2.2.1 Pandemiens innvirkning på kreative og kulturelle næringer, operasjonalisert gjennom yrke

For å vurdere sysselsettingen for personer med kulturelle og kreative yrker kan vi se på yrkesstatistikken fra Statistisk sentralbyrå. Det er verdt å merke seg at dette er en noe annen datakilde enn næringsstatistikken basert på NACE, som er brukt ovenfor. I denne analysen har vi brukt samme definisjon som ble utviklet til rapporten «Dynamic Mapping of Norway's cultural and creative economy» (Power og Spilsbury, 2017). Analysen er basert på 37 yrkeskoder, summert til seks grupper etter sammenhengen (se vedlegg V).

Ser vi på prosentvis årlig endring, skiller det første pandemiåret seg tydelig ut, hvor alle yrkesgrupper opplevde en reduksjon i veksten i sysselsettingen, og hvor den var negativ for fire av de seks gruppene (figur 2.8). Dette viser at pandemien traff de ulike kategoriene veldig ulikt.

7 Statistisk sentralbyrå publiserer registerbasert sysselsettingsstatistikk på bransje- og kommunenivå: <https://www.ssb.no/statbank/table/13470/tableViewLayout1/>. 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/>).

Programvareutviklere hadde en økning på 5,6 prosent i antallet sysselsatte, som er marginalt lavere enn vanlig, men de fleste andre grupper hadde en reell tilbakegang. Av disse fem var det kun bibliotekarer og antikvarer som beholdt en positiv vekst, sannsynligvis fordi denne gruppen stort sett er offentlige ansatte. Videre ser vi at sysselsettingsveksten tok fart igjen i 2021 for alle yrkesgruppene. Alle hadde en høyere vekt i 2021 enn i 2019, det vil si at alle har kompensert noe for tapet i 2020.



✎ **Figur 2.8** Årlig endring i sysselsetting for utvalgte yrkesgrupper. Prosent. 2018–2021. Kilde: Statistisk sentralbyrå.

## 2.3 Måloppnåelse på bransjenivå

Som nevnt tidligere er det overordnede målet for satsingen tredelt. Satsingen 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 typen måling. Dette handler dels om tidsperspektivet, ettersom det sannsynligvis vil ta lang tid før effekter fra satsingen viser seg for næringen som helhet, og dels om vanskeligheter med å isolere effekten av satsingen fra andre forhold. Eventuelle avvik på bedriftsnivå kan ikke nødvendigvis tilbakeføres til støtten som er gitt. Den viktigste grunnen til at vi allikevel tar med disse indikatorene for hele næringen, er at de kan fungere som en referanse for å måle effekten hos de bedriftene som har fått tilskudd eller annen støtte gjennom satsingen. Det er dessuten interessant i seg selv å følge med på, uavhengig av tilknytningen til KKN-satsingen.

Det har vært en økning i egenkapital, eiendeler og gjeld i de fleste bransjene innenfor kulturell og kreativ næring i perioden 2016–2021, men med til dels store variasjoner mellom bransjene (tabell 2.2). Som vi har pekt på ovenfor, har den relative veksten vært eksepsjonelt stor i dataspillbransjen, noe som skyldes at det er få virksomheter, og derfor blir veksten her misvisende sammenlignet med utviklingen i øvrige bransjer. Bokbransjen og filmbransjen har hatt en lavere eller lik vekst som gjennomsnittet i næringen.

▸ **Tabell 2.2** Endring i egenkapital, eiendeler, gjeld og omsetning i kulturell og kreativ næring 2016–2021. Prosent.

	Egenkapital	Eiendeler	Gjeld	Omsetning
<b>Annonse og reklame</b>	143 %	112 %	98 %	61 %
<b>Arkitektur</b>	54 %	38 %	29 %	33 %
<b>Bokbransjen (forlagsvirksomhet)</b>	55 %	30 %	12 %	8 %
<b>Dataspill (få enheter)</b>	585 %	415 %	336 %	152 %
<b>Drift av bibliotek, arkiv og museum</b>	40 %	40 %	40 %	38 %
<b>Film, video og fjernsynsprogram</b>	40 %	30 %	25 %	21 %
<b>Musikk</b>	22 %	274 %	–21 %	–30 %
<b>Spesialisert designvirksomhet</b>	206 %	113 %	78 %	79 %
<b>Utøvende og kunstnerisk virksomhet</b>	–13 %	2 %	10 %	–4 %
<b>Kulturell og kreativ næring i alt</b>	<b>55 %</b>	<b>54 %</b>	<b>27 %</b>	<b>21 %</b>

Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt, SSB.

### 2.3.1 Vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i kulturell og kreativ næring

I perioden 2016–2021 ble det etablert knappe 4 600 nye bedrifter innenfor kulturell og kreativ næring, men netto tilvekst av bedrifter var ikke på mer enn én prosent (tabell 2.3). Det betyr at det var relativt store bevegelser i den samlede virksomhetsmassen, men der forskjellene mellom de enkelte bransjene stort sett utlignet hverandre. Størst vekst var det i spesialisert designvirksomhet, som hadde en tilvekst på over tusen virksomheter i perioden. I musikkbransjen etablerte det seg over 400 nye virksomheter, men det var likevel en reduksjon på 33 prosent i det samlede antallet. En tilsvarende situasjon er registrert for utøvende og kunstnerisk virksomhet. Disse to bransjene hadde dermed en lav overlevelseshastighet. Henholdsvis var 37 og 40 prosent av virksomhetene eldre enn fem år, og om lag en tredjedel var yngre enn tre år i 2021 (tabell 2.3).

Arkitekturbransjen ser ut til å ha hatt den mest stabile situasjonen. Tilveksten var lav, men overlevelseshastigheten var den høyeste av alle bransjene, der 75 prosent av virksomhetene var eldre enn fem år i 2021. I de øvrige bransjene var det mellom halvparten og to tredjedeler av virksomhetene som var eldre enn fem år. Samlet for alle bransjene var 30 prosent av virksomhetene etablert i løpet av de tre siste årene (2019–2021), mens 58 prosent var eldre enn fem år.

Sysselsettingen i kulturell og kreativ næring økte med åtte prosent fra 2016 til 2021, hvilket er en del høyere enn veksten i sysselsetting for hele landet, som var på knappe seks prosent i samme periode. De fleste bransjene i kulturell og kreativ næring er arbeidsintensive. Derfor er det ventet at en vekst i omsetningen her gir en høyere vekst i sysselsettingen enn for mindre arbeidsintensive næringer (som for eksempel industrien).

En vekstkraftig bedrift må over tid være lønnsom, også om den perioden kan gå med underskudd. Det finnes forskjellige måter å vurdere lønnsomheten i et selskap på. For eksempel kan man se på driftsmarginen, det vil si driftsresultatet i prosent av omsetningen, eller på hvor stor avkastningen på (egen)kapitalen er i form av egenkapitalrentabilitet. Vi har konsentrert oss om driftsmarginen og hvordan den har endret seg fra 2016 til 2021. Det er imidlertid store forskjeller mellom bransjene, hvor dataspill igjen skiller seg ut med svært store svingninger i perioden. Dette skyldes som sagt at det er svært få virksomheter i denne bransjen. Film med videre,

bokbransjen og spesialisert designvirksomhet er bransjer med økning i driftsmarginen, og i de øvrige bransjene er det registrert en nedgang fra 2016. Driftsmarginen kan gjerne variere fra år til år, noe som også fremgår av tabell 2.4, slik at man ikke bør legge altfor stor vekt på endringer mellom to år eller i kortere perioder. I de fleste bransjene er det imidlertid registrert en liten nedgang i driftsmarginen for hele perioden, og samlet for næringen er det registrert en nedgang på 0,3 prosentpoeng. Musikkbransjen hadde både i 2016 og 2018 gode marginer på cirka 15 prosent, men i 2021 ble den redusert til 5,9 prosent og mer på linje med hele næringen.

▸ **Tabell 2.3** Antall virksomheter og endring i omsetning og verdiskaping 2016–2021. Antall og prosent.

	Nye bedrifter 2016–2021		Andel yngre enn 3 år*, 2021	Over-levelses-rate**, > 5 år	Endring 2016–2021	
	Antall nye bedrifter	Netto tilvekst %			Sysselsetting	Verdiskaping %
<b>Annonse og reklame</b>	751	14 %	34 %	61 %	5 %	49 %
<b>Arkitektur</b>	396	10 %	22 %	<b>75 %</b>	17 %	34 %
<b>Bokbransjen (forlagsvirksomhet)</b>	364	–15 %	18 %	63 %	–6 %	12 %
<b>Dataspill</b>	9	19 %	21 %	69 %	138 %	62 %
<b>Drift av bibliotek, arkiv og museum</b>	85	–31 %	15 %	51 %	14 %	25 %
<b>Film, video og fjernsynsprogram</b>	834	12 %	31 %	63 %	7 %	8 %
<b>Musikk</b>	418	–33 %	30 %	<b>37 %</b>	3 %	–37 %
<b>Spesialisert designvirksomhet</b>	1 144	36 %	37 %	64 %	34 %	86 %
<b>Utøvende og kunstnerisk virksomhet</b>	571	–22 %	33 %	<b>40 %</b>	12 %	–9 %
<b>Kulturell og kreativ næring i alt</b>	<b>4 572</b>	<b>1 %</b>	<b>30 %</b>	<b>58 %</b>	<b>8 %</b>	<b>18 %</b>

\* Andel yngre enn 3 år = bedrifter etablert i 2018 eller senere som andel av alle aktive i 2021.

\*\* Overlevelsesrate: bedrifter etablert i 2016 eller tidligere med omsetning mer enn 50 000 kroner, fortsatt aktive i 2021 med omsetning mer enn 50 000 kroner.

Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt, SSB.



▾ **Tabell 2.4** Driftsmargin (driftsresultat som andel av omsetning/driftsinntekter), 2016, 2018, 2021 (prosent) og endring 2016–2021 (prosentpoeng).

	2016, %	2018, %	2021, %	Endring 2016–2021, %-poeng
<b>Annonse og reklame</b>	6,3	5,5	4,6 %	–1,7
<b>Arkitektur</b>	9,2	9,9	8,3 %	–0,9
<b>Bokbransjen (forlagsvirksomhet)</b>	6,5	5,9	7,7 %	1,2
<b>Dataspill</b>	17,7	25,2	–3,5 %	–21,2
<b>Drift av bibliotek, arkiv og museum</b>	4,0	6,0	3,8 %	–0,2
<b>Film, video og fjernsynsprogram</b>	2,3	1,4	4,0 %	1,7
<b>Musikk</b>	15,1	14,9	5,9 %	–9,2
<b>Spesialisert designvirksomhet</b>	5,7	6,7	6,0 %	0,3
<b>Utøvende og kunstnerisk virksomhet</b>	6,7	3,6	4,0 %	–2,7
<b>Kulturell og kreativ næring i alt</b>	<b>6,1</b>	<b>5,7</b>	<b>5,8 %</b>	<b>–0,3</b>

Kilde: Enhetsregister.

Det kan i enkelte tilfeller være tilslørende å se på utviklingen i næringen og de enkelte bransjene uten å nyansere bildet. Det kommer klart frem når vi kopleer overlevelsesrate og verdiskaping. I samtlige bransjer er det en stabil kjerne av virksomheter. Her har vi definert den som virksomheter som har vært i drift i mer enn fem år. Denne andelen varierer mellom bransjene (tabell 2.5). I 2021 hadde i alt 58 prosent av virksomhetene vært aktive i mer enn fem år, og disse sto da for hele 86 prosent av den samlede verdiskapingen i næringen. Det er verdt å merke seg at uansett hvor stor eller liten andelen «overlevende» virksomheter er, så står disse virksomhetene for mesteparten av verdiskapingen i sin bransje. Dette indikerer at det i alle bransjene finnes en fast kjerne av virksomheter, men også en mer turbulent del der virksomheter både kommer til og blir borte.

En målsetting bør være å få flere virksomheter over i denne faste kjernen. Derfor er det aktuelt å vurdere virkemidler som kan hjelpe over det som også er blitt kalt «dødens dal» i entreprenørskapsliteraturen. Uttrykket spiller på at mange bedrifter sliter i den fasen der de går fra å være nyetablert til mer etablert drift. Dette er ikke unikt for kulturelle og kreative næringer, men noe man finner i store deler av næringslivet.

### 2.3.2 Samlet vurdering av måloppnåelse på bransjenivå

Selv om det er store variasjoner mellom bransjene, har det i perioden 2016–2021 vært en økning i egenkapital, eiendeler og gjeld innenfor kulturell og kreativ næring. Dette viser at det har vært en økt soliditet i næringen.

▸ **Tabell.2.5** Antall virksomheter, overlevelsesrater og «overlevendes» andel av verdiskaping. 2021.

Bransje	Antall virksomheter i alt 2021	Overlevelsesrate: Andel av virksomheter eldre enn 5 år	Overlevende > 5 år: Andel av verdiskaping
Annonse og reklame	1 440	61 %	71 %
Arkitektur	1 155	75 %	86 %
Bokbransjen (forlagsvirksomhet)	1 119	63 %	94 %
Dataspill*	19	69 %	76 %
Drift av bibliotek, arkiv og museum	314	51 %	93 %
Film, video og fjernsynsprogram	1 651	63 %	90 %
Musikk	617	37 %	78 %
Spesialisert designvirksomhet	1 912	64 %	76 %
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	895	40 %	85 %
<b>Kulturell og kreativ næring i alt</b>	<b>9 122</b>	<b>58 %</b>	<b>86 %</b>

\* Disse tallene er basert på svært få enheter og bør ikke tillegges vesentlig vekt som sammenligningstall.

Kilde: Enhetsregister.

Den totale verdiskapingen i kulturell og kreativ næring i Norge var på 40,5 milliarder kroner i 2021, hvorav bokbransjen alene sto for om lag 25 prosent. Verdiskapingen var dermed om lag den samme som i 2020, men med en økning på 18 prosent fra 2016. Selv om enkelte bransjer har økt verdiskapingen betydelig, er det utviklingen i de store bransjene som er avgjørende for utviklingen i næringen samlet.

Sysselsettingen i kulturell og kreativ næring har hatt en høyere vekst enn sysselsettingen for hele landet. Det ble i 2021 registrert om lag 85 300 sysselsatte i kulturell og kreativ næring i Norge, en oppgang tilsvarende åtte prosent fra 2016.<sup>8</sup> Bransjen utøvende og kunstnerisk virksomhet har flest sysselsatte, men bransjen er forholdsvis beskjeden målt med økonomiske tall. Det skyldes at det er mange små foretak og/eller enkeltpersonsforetak i denne bransjen, og at disse verken har stort arbeidsomfang eller er regnskapspliktige. Det sistnevnte betyr at de ikke er inkludert i analysen av de økonomiske tallene.

8 Sysselsettingen for hele Norge økte i samme periode med 5,7 prosent (SSB tabell 13472: Sysselsatte per 4. kvartal).

Alt i alt har antall virksomheter holdt seg relativt stabilt, selv om det har vært store bevegelser i den samlede virksomhetsmassen. Forskjellene mellom de enkelte bransjene utligner stort sett hverandre.

Det var mange bedrifter som ble etablert og lagt ned i næringen i perioden 2016–2021, men i alle bransjene er en fast kjerne av virksomheter som har en overlevelsesrate på mer enn fem år. Det er denne kjernen av virksomheter som står for mesteparten av verdiskapingen i sin bransje.

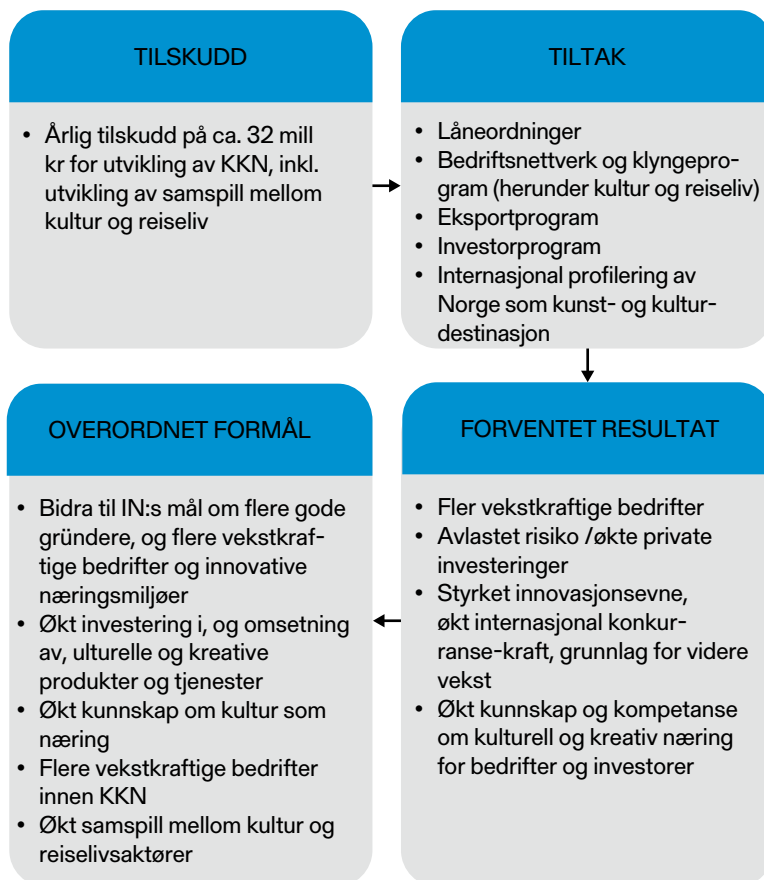
# Innovasjon Norge

Innovasjon Norge er statens og fylkeskommunenes virkemiddel for å realisere verdiskapende næringsutvikling i hele landet. Selskapet forvalter virkemidler innenfor finansiering, kompetanse, profilering, nettverk og rådgiving. Innovasjon Norge får bevilgninger og oppdrag via oppdragsbrev fra åtte departementer, alle fylkeskommunene, statsforvalterne og andre offentlige aktører.

I forbindelse med at satsingen på kulturell og kreativ næring startet i 2017, fikk Innovasjon Norge sitt første oppdrag fra Kulturdepartementet, med en målsetting om å styrke mulighetene for entreprenørskap i kultursektoren og iverksette en rekke tiltak rettet mot bedrifter med vekstpotensial. Oppdraget til Innovasjon Norge har vært i størrelsesordenen 30 millioner kroner per år, med enkelte unntak. Se vedlegg II for en detaljert oppstilling av oppdraget og tilhørende tilskudd for hele perioden. I 2023 ble oppdraget redusert til 20,9 millioner kroner.

### **Innsatslogikken**

Innovasjon Norges innsats i KKN-satsingen har vært å bidra til å oppfylle Innovasjon Norges generelle mål om flere gode gründere og flere vekstkraftige bedrifter og innovative næringsmiljøer. Det har videre vært spesifisert at satsingen i Innovasjon Norge skal bidra til økte investeringer og økt kunnskap om kultur som næring. Hensikten har vært å øke norske bedrifters og investorers investering i kulturelle og kreative produkter og tjenester, rettigheter og talenter i tillegg til å utvikle vekstkraftige virksomheter som omsetter kulturelt og kreativt innhold nasjonalt og internasjonalt.



▫ **Figur 3.1** Innsatslogikk for Innovasjon Norges arbeid med kulturell og kreativ næring.

### 3.1 KKN-satsingen i perioden 2017–2022

I årene 2017 til 2022 har Innovasjon Norge etablert og forvaltet de ordningene som ble beskrevet i de årlige oppdragsbrevene fra Kulturdepartementet. Det har vært noen variasjoner i tiltakene, med fire tiltak som har vært en del av oppdraget i flere år: låneordninger, eksportprogram, bedriftsnettverks- og klyngeprogram og investorprogram. Tiltakene ble grundig beskrevet i midtveisevalueringen (Hauge mfl., 2021), derfor gir vi her kun en kortfattet beskrivelse, der vi legger vekt på gjennomføringen i 2021 og 2022, det vil si de to siste årene av oppdragsperioden. Den årlige bevilgningen for hvert tiltak og den totale bevilgningen til Innovasjon Norge finnes i vedlegg III.

### 3.1.1 Låneordninger

Siden 2017 er det årlig satt av ti millioner kroner til å styrke Innovasjon Norges låne- og garantiordninger. Midlene håndteres i tråd med de eksisterende ordningene i Innovasjon Norge, uten lemping av kriterier, men de er øremerket bedrifter innen kulturell og kreativ næring (Innovasjon Norge, 2020). Ordningen 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 oppstarts- eller innovasjonslån og garantier.

Innovasjon Norge gir få lån til mottakere innenfor de NACE-kodene som utgjør kulturell og kreativ næring, og det har vært relativt store variasjoner mellom de enkelte årene i perioden 2015–2021 (tabell 3.1). Det er derfor vanskelig å utlede en «trend», og tilfeldigheter kan gi store utslag. Videre kan avbøtende virkemidler for koronapandemien ha gitt en unaturlig høy topp i 2020. I 2021, da det fortsatt var pandemi og fall i inntekter, kan situasjonen ha vært ekstra utfordrende, og det kan derfor ha vært vanskelig for bedriftene å benytte seg av lån. I de første årene av satsingen var en stor andel av de innvilgede lånene oppstartlån, det vil si lån rettet mot bedrifter yngre enn fem år. Men ifølge oppdragsrapporten for 2021 har dette endret seg, og i 2021 var antallet innvilgede oppstartlån 7, mot 21 i 2020. Dette følger utviklingen i den totale låneporteføljen, hvor antall oppstartlån gikk ned fra 396 i 2020 til 88 i 2021. Samtidig har andelen innvilgede oppstartlån til kulturell og kreativ næring i den totale porteføljen økt fra 5,3 prosent i 2020 til 7,9 prosent i 2021.

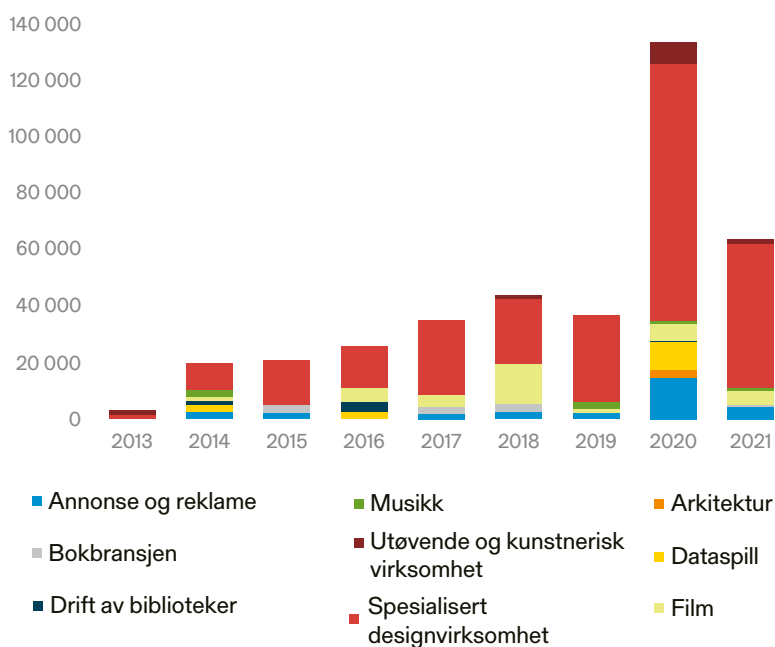
» **Tabell 3.1** Lånebevilgninger til bedrifter i kulturell og kreativ næring, antall lån og millioner kroner.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Antall</b>	4	15	17	27	16	45	13
<b>Beløp, mill. kr</b>	15	25	33	41	21	80	21

Kilde: Innovasjon Norges oppdragsgiverrapporter for 2017–2021.

Vi har tatt ut samlet lånebeløp til kulturell og kreativ næring fra Samspillsdatabasen for perioden 2013–2021 (figur 3.2). Det var en stor økning i samlet lånebeløp fra 2013 til 2021, og trenden ser ut til å være økende. Det er designvirksomheter som står for den absolutt største andelen av lånene i alle årene 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 lån som innvilges per år, og at det dermed kan være litt tilfeldig hvilken bransje disse tilhører. Det samlede beløpet var rekordhøyt i 2020, noe vi ser i sammenheng med den ekstraordinære innsatsen under pandemien (se avsnittet over).



✎ **Figur 3.2** Lån til kulturell og kreativ næring fra Innovasjon Norge. Millioner kroner, løpende priser, 2013–2021. Kilde: Innovasjon Norge, Samfunnsøkonomisk analyse. Note: Næringene som inngår i de ulike bransjene, følger vår næringsinndeling av kulturell og kreativ næring, som beskrevet i vedlegg III.

I tillegg til lån kan bedriftene søke om garantier under vekstgarantiordningen. Innovasjon Norge har rammeavtaler med 14 norske banker, og gjennom disse yter Innovasjon Norge garantier som kan å dekke opptil 75 prosent av endelig tap på enkeltlån og maksimalt 20 prosent på porteføljebasis. Det er den långivende banken som foretar all kredittvurdering. Garantien utgjør en supplerende sikkerhet i saker hvor låntakerne vurderes kredittverdige, men mangler tilfredsstillende sikkerheter for bankfinansiering. I perioden 2016–2019 ble det maksimalt gitt to slike garantier, men i 2020 ble det gitt 16, og i 2021 ble det gitt 22. Garantiene som ble gitt i 2021, tilsvarer en verdi på 40 millioner kroner.

Bedrifter som får lån, må i tillegg til å ha god økonomi ha et betydelig vekstpotensial, ha innovative produkter eller tjenester og dessuten kunne dokumentere et betalingsvillig marked, og de må ha tilgang til privat kapital (som er 40 prosent for oppstartslån og 50 prosent for innovasjonslån). Mange bedrifter i kulturell og kreativ næring er små, og de kan ha problemer med å stille tilstrekkelig sikkerhet. Det sistnevnte henger blant annet sammen med at dette typisk er rettighetsbaserte bransjer, hvor immaterielle rettigheter kan utgjøre en vesentlig del av egenkapitalen. Generelt er det vanskeligere å vurdere verdien av egenkapitalen for denne typen bedrifter enn for bedrifter som i større grad har industrielle rettigheter (Innovasjon Norge, 2020). Innovasjon Norge peker på at det er behov for mer kunnskap om verdivurdering av immaterielle verdier. Det er også ønskelig å bygge kompetanse om investeringer både hos bedriftene selv og hos potensielle investorer i disse bedriftene, slik som det gjøres gjennom investorprogrammene.

De utfordringene som er nevnt ovenfor, ser ut til å være vedvarende, selv om det over tid har vært en økning i lånene til denne næringen med unntak av i 2021. Endringene i lånerammen over år følger relativt godt utviklingen for lån generelt i Innovasjon Norge.

### 3.1.2 Eksportprogrammene

«Ut i verden» er en serie med eksportprogrammer som retter seg mot enkeltbransjer innenfor den kulturelle og kreative næringen. Den bransjen som velges for hvert program, er gitt i oppdraget fra Kulturdepartementet. Målet for hvert enkelt program er å svare på bransjens utfordringer med et skreddersydd eksportrettet program og å bidra til å styrke de deltakende bedriftenes internasjonale konkurransekraft.

Ut i verden-programmene skiller seg fra andre virkemidler i Innovasjon Norge ved at de er flerårige, og at de bidrar med både tilskudd og kompetanse til de bedriftene som deltar i programmet, i tillegg til felles bransjetiltak som kommer flere bedrifter til gode.<sup>1</sup> Programmet tar utgangspunkt i bransjen og bedriftenes behov og består av fagsamlinger og markedsbesøk. Hvert program varer i to år.

Pilotprogrammet Spill ut i verden var det første av eksportprogrammene for kreativ næring. Det ble gjennomført i perioden 2016–2018 og er dermed ikke en del av KKN-satsingen som denne evalueringen omfatter.

---

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



Det har allikevel vært viktig for de påfølgende eksportprogrammene og for å forme Innovasjon Norges rolle i hele satsingen.

Innenfor KKN-satsingen er det gjennomført fire Ut i verden-programmer:

- Arkitektur ut i verden, 2017–2019: Programmet ble gjennomført i samarbeid med DOGA, hvor DOGA bisto med arkitekturfaglig kompetanse. Syv bedrifter deltok i programmet. Programmet ble avsluttet med en konferanse i mai 2019.
- Litteratur ut i verden, 2018–2020: Programmet ble gjennomført i samarbeid med NORLA. I alt syv agenturer deltok i programmet. Programmet ble avsluttet med en konferanse september 2020, gjennomført som en hybrid med fysisk og digital deltakelse.
- Musikk ut i verden, 2019–2022: Her samarbeidet Innovasjon Norge med Music Norway. Åtte musikkbedrifter deltok i programmet. Dette programmet ble også rammet av koronapandemien, og fagsamlingene ble gjennomført som en kombinasjon av digitale og fysiske samlinger. For å kunne gjennomføre alle de planlagte aktivitetene ble programmet også forlenget med ett år. Avslutningskonferansen ble avholdt våren 2022.
- Kreativ teknologi ut i verden, 2020–2022: Programmet ble gjennomført i samarbeid med 657 Oslo. Programmet rettet seg mot bedrifter som utvikler teknologiske løsninger eller digitale tjenester som gir tilgang til et mangfoldig kunst- og kulturtilbud. Åtte bedrifter deltok i programmet. Programmet ble gjennomført med en kombinasjon av fysiske og digitale samlinger, og det ble avsluttet med en konferanse i desember 2022.<sup>2</sup>

Av kapasitetshensyn ble det ikke utlyst noe eksportprogram i 2021, siden det på det daværende tidspunktet var to pågående eksportprogrammer: Musikk ut i verden og Kreativ teknologi ut i verden. I 2023 er det blitt lyst ut ytterligere ett Ut i verden-program for kreativ teknologi finansiert gjennom midler i oppdragene fra 2022 og 2023. Ifølge Innovasjon Norge har teknologiintensive bedrifter ofte skalerbare forretningsmodeller, og her ligger det et stort eksportpotensial for kulturell og kreativ næring.

Innovasjon Norges erfaringer fra Ut i verden-programmene er positive, og de deltakende bedriftene gir gode tilbakemeldinger i Innovasjon Norges egne prosjektevalueringer. Suksesskriterier synes å være at de

---

2 <https://657.no/creative-industry-brief/the-creative-tech-conference/>

følger bedriftene over tid, og at virkemiddelet kombinerer et finansielt tilskudd med et kompetanseprogram. I oppdragsrapporten for 2019 sies det:

[V]ed at programmet går over en periode på to år, etableres en til-lit som er avgjørende for bedriftenes utvikling. Deltagende bedrif-ter har vist både evne og vilje til å dele relevant forretningskom-petanse og konkrete råd med hverandre, noe som har ført til økt samarbeid og gode resultater. Effektmålingene fra programmene viser også en markant økning i antall ansatte og omsetning totalt sett. (Innovasjon Norge, 2020)

Innovasjon Norge viser også til en evaluering av ordninger for oppstarts-finansiering, som trekker frem kombinasjonen av kompetanse og kapital som nyttig for å lykkes (Menon, 2022).

### 3.1.3 Bedriftsnettverk og klynger

I perioden 2017–2019 hadde bedrifter innen kulturell og kreativ næring mulighet å benytte seg av virkemiddelet Bedriftsnettverk<sup>3</sup>, som var en godt etablert ordning i Innovasjon Norges portefølje. I 2020 ble hele bedriftsnettverksordningen overført til fylkeskommunene som en del av regionreformen.<sup>4</sup> For KKN-satsingen betydde dette at Innovasjon Norge kun ga forprosjektmidler til klynger<sup>5</sup> frem til 2023 (i 2023 ble ordningen tatt ut fra oppdraget). Den årlige rammen for dette tiltaket var to millioner kroner. Målet var at flere aktører innen kulturell og kreativ næring skulle kvalifisere seg for deltakelse i klyngeprogrammet. Innovasjon Norge fikk ikke noen søknader til forprosjekt for klynger i 2020 og 2021, hvilket mest sannsynlig er knyttet til koronapandemien. I 2022 ble det bevilget 500 000 kroner til et klynge-forprosjekt, Norwegian Games Cluster.

De første årene av satsingen ble det bevilget mange forprosjekter under Bedriftsnettverksordningen. Likevel ble det allerede i oppdragsrapporten

---

3 Bedriftsnettverk, som må bestå av minst tre små og mellomstore bedrifter, er en totrinns tilskuddsordning, som starter med et forprosjekt som eventuelt videreføres i et hovedprosjekt.

4 Innovasjon Norge fortsetter å forvalte Bedriftsnettverk, men nå på oppdrag fra hver enkelt fylkeskommune. Midlene er fortsatt øremerket til kulturell og kreativ næring.

5 Klyngestatus kan gis til samarbeid mellom næringsliv, kunnskapsmiljøer og offentlige utviklingsaktører. Gjennom KKN-satsingen er det kun gitt forprosjektmidler, for å kunne kvalifisere til å søke om klyngestatus.

for 2017 pekt på at mangel på kunnskap om etablering av profesjonelle nettverk utgjorde en barriere for videre utvikling. Det kan være en årsak til at det har vært få hovedprosjekt Bedriftsnettverk og få forprosjekt klynge innenfor disse næringene.

Klyngeordningen er knyttet til lange prosesser, hvor tilskuddsmottakerne starter med et «forprosjekt klynge» for å kvalifisere til Arena-programmet innenfor Norwegian Innovation Cluster.<sup>6</sup> Det eneste nettverket som fikk tilskudd til forprosjekt klynge i 2019, Norwegian Fashion Hub, søkte om og fikk Arena Pro-status i 2020 (som Norwegian Fashion & Textile Agenda)<sup>7</sup> og er i dag den eneste arenaklyngen innenfor kulturell og kreativ næring.<sup>8</sup>

På grunn av kutt i klyngeprogrammet Norwegian Innovation Cluster på nesten 60 millioner kroner i budsjettet for 2022 ble det ingen opptak av nye klynger til programmet på Arena og Arena Pro nivå.

### 3.1.4 Investorprogram

Investorprogrammene har til hensikt å øke kunnskapen om kulturell og kreativ næring hos potensielle investorer og å øke bedriftenes kompetanse om hvordan de kan innhente kapital for å stimulere privat investering i næringen. I årene 2017–2019 ble det avsatt 600 000 kroner årlig til å gjennomføre kompetanseprogram for økt kunnskap om investeringsprosessen og strategier for vekst. For 2020 og 2021 ble disse midlene økt til 2,2 millioner kroner per år og i 2022 ble det avsatt 2 millioner kroner. Innovasjon Norge gjennomfører programmet i samarbeid med Startup Norway. Det er gratis for bedriftene å delta i investorprogrammene.

De siste årene har det vært gjennomført flere aktiviteter innenfor investorprogrammet:<sup>9</sup>

- Fundraising for Startups Creative Industries Edition er et kompetanseprogram særlig rettet mot KKN. Over en periode på to

---

6 <https://www.innovasjon Norge.no/no/subsites/forside/>

7 [https://www.innovasjon Norge.no/no/subsites/forside/om\\_klyngeprogrammet/kart/arena-pro/norwegian-fashion-textile/](https://www.innovasjon Norge.no/no/subsites/forside/om_klyngeprogrammet/kart/arena-pro/norwegian-fashion-textile/)

8 NCE Media er også en klynge innenfor kulturell og kreativ næring, men denne ble etablert før KKN-satsingen og tilhører gruppen modne klynger. Videre er det flere av de andre klyngene som har med seg medlemmer fra kulturell og kreativ næring, for eksempel WoodWorks og Norwegian Wood Cluster, som begge har arkitektbedrifter som medlemmer.

9 Se også <https://www.startupnorway.com/>

måneder gjennomføres det fem samlinger med selskapsgjennomgang og utarbeidelse av pitch-deck<sup>10</sup>. Det har deltatt 10–15 bedrifter på hvert program. I tillegg til samlingene får deltakerne mentoring fra erfarne investorer. I 2021 deltok 12 investorer, og i 2022 deltok 10 potensielle investorer.

- Creative Startups Roundtable er en todagers samling med fasiliterte møter mellom investorer og bedrifter for å øke bevisstheten om mulighetene for investeringer i kulturell og kreativ næring. I 2021 deltok 25 investorer og 12 bedrifter, og i 2022 deltok 13 bedrifter og 28 investorer.
- Scale Up studio er en tredje aktivitet som ble etablert i 2022. Tre utvalgte bedrifter med stort skaleringspotensial fikk strategisk en-til-en-veiledning der det ble lagt vekt på kapitalinnhenting.

Investorprogrammene har variert i utforming og omfang gjennom satsingen, men Innovasjon Norge opplever at de i dag har en god kombinasjon av programmer, som både omfatter bedriftene i kulturell og kreativ næring og potensielle investorer. Det at det har vært en økning i søknadene både til Fundraising<sup>11</sup> og Roundtable-programmene, kan også ses som et uttrykk for at programmene er blitt mer kjent. Innovasjon Norge melder også at det er blitt lettere å finne investorer, og flere profesjonelle investorer har registrert at det er et potensial i kulturelle og kreative bransjer. I 2020 var det 20 investorer som søkte om deltakelse i Creative Startups Roundtable, og tallet økte til 35 i 2022. Startup Norway, som gjennomfører programmene, rapporterer om gode tilbakemeldinger fra deltakerne i programmene. Både Fundraising og Roundtable, som ble gjennomført våren 2021, fikk en score på henholdsvis 4,25 og 4,5 av 5 mulige i Startup Norways deltakerevaluering. Ifølge Innovasjon Norges oppdragsgiverrapport for 2021 er det flere av de deltakende bedriftene som har lyktes med å innhente investorkapital etter endt deltakelse.

### 3.1.5 Mentortjeneste

Fra og med 2021 inkluderer oppdraget fra Kulturdepartementet 5 millioner kroner til en mentortjeneste. Hensikten med denne er «å bistå gründere og bedrifter med vekstpotensial og -ambisjon med strategisk veiledning og oppfølging for å bidra til at omstillings- og/eller vekstprosessen går raskere,

10 En pitch-deck er en presentasjon av virksomheten for potensielle investorer.

11 For Fundraising økte antall søkere fra 13 i 2019 til 26 i 2021.

sjansen for å lykkes økes og unødige feil reduseres» (Kulturdepartementet, 2021). Midlene skal både gå til å rekruttere flere kvalifiserte mentorer og til et tilbud om strategisk mentor for bedrifter fra kulturell og kreativ næring. Ordningen skal legge vekt på omstilling og eksport.

Det ble i 2021 etablert et fundament for å sette i gang mentortjenesten, men på grunn av koronapandemien og ressursituasjonen ble utlysningen skjøvet til 2022. Samtidig har det pågått et arbeid med å videreutvikle Innovasjon Norges generelle mentortjeneste, og Innovasjon Norge har derfor sett det som hensiktsmessig å vente med utlysningen av mentortjenesten til kulturell og kreativ næring for å se den i sammenheng med den nye generelle ordningen når den er på plass.

### 3.1.6 Andre tiltak

Som en del av kulturnæringsstrategien 2013–2016 ble kompetanseprogrammet «Bygg bedrift – forretningsutvikling for kulturbedrifter med ambisjoner» lansert i 2014. Tiltaket ble videreført som en del av satsingen på kulturell og kreativ næring i 2017. Det ble gjennomført i alt tolv programmer i perioden 2017–2018. Hvert program besto av to samlinger, hvor de deltakende bedriftene fikk tilgang til forretningsutviklingskompetanse (mentorer), opplæring og et web-basert verktøy for økonomisk planlegging (Innovasjon Norge, 2018). Totalt deltok 93 bedrifter i Bygg Bedrift. I 2018 ble dette tiltaket overført til Kulturrådet og videreført under navnet Ovasjon (se også kapittel 4.1.4).

I 2018 fikk Innovasjon Norge, som en del av oppdraget fra Kulturdepartementet, et eget tiltak som la vekt på reiseliv og kultur, «Powered by Culture». Her fikk tre bedrifter, etter en konkurranse, tilskudd til utvikling av markedsføringsmateriell til bruk i profileringen av Norge. Hensikten var å sikre at kulturell og kreativ næring ble en relevant del av den fremtidige plattformen for merkevaren Norge.

### 3.1.7 Sammenstilling av bevilgninger

Tabell 3.2 viser hvordan støtten fordelte seg mellom de enkelte programmene i perioden 2017–2022. Bevilgede tilskudd er lavere enn den bevilgede rammen fra Kulturdepartementet, selv om man ser bort fra avsetning til låneordninger og administrasjon, men ettersom oppdraget fra Kulturdepartementet er et utviklingsarbeid, er midlene overførbare til kommende år. Det er viktig med tanke på at dette skal være en langsiktig satsing. Videre medførte koronapandemien at flere av tiltakene ble forskjøvet i tid.

↘ **Tabell 3.2** Tilskudd innenfor Innovasjon Norges del av KKN-satsingen, antall mottakere av tilskudd og bevilget / brukt<sup>1</sup> beløp per ordning (ekskl. låneordningene), 2017–2022. Millioner kroner.

	2017–2019	2020	2021	2022
<b>Ut i verden</b>				
<b>Antall bedrifter</b>	14 <sup>2</sup>	8 <sup>3</sup>	8 <sup>4</sup>	0
<b>Tilskudd t bedrifter, mill. kr</b>	10,5/9,2	6,6/6,0	6,0/5,9	6,0/0,0
<b>Kompetansetiltak, mill. kr</b>	3,6/3,2	1,4/0,4	2,0/0,9	2,0/0,0
<b>Bedriftsnettverk, klynger</b>				
<b>Antall forprosjekter</b>	29			
<b>Antall hovedprosjekter</b>	2			
<b>Antall klynger</b>	3	1		1
<b>Beløp, mill. kr</b>	24/11,7	2,0/0,3	2,0/0,0	2,0/0,5
<b>Investorprogram</b>				
<b>Fundraising, deltakere</b>	29	12	14	12
<b>Roundtable, deltakere</b>		12	14	12
<b>Scaleup, deltakere</b>				3
<b>Beløp, mill. kr</b>	1,8/1,6	2,2/0,7	2,2/1,1	2,0/na
<b>Annet<sup>5</sup></b>				
<b>Antall bedrifter</b>	96			
<b>Beløp, mill. kr</b>	5,0/5,0		5,0/0,0	5,0/0,0
<b>TOTALT</b>				
<b>Antall bedrifter</b>	175	35	36	29
<b>Beløp</b>	45,8/31,3	12,2/7,4	17,2/7,9	17,0/na

Note: Kontrollert opp mot rapporteringen i oppdragsgiverrapportene er det enkelte avvik fra hva vi finner i dataene med oversikt over mottakere. Da har vi konsekvent brukt funn fra dataene.

<sup>1</sup> Brukt beløp viser status per 31.12.2021, det vil si ved siste tilgjengelige oppdragsrapport.

<sup>2</sup> Tallet inkluderer Arkitektur ut i verden og Litteratur ut i verden. Restmidlene fra Arkitektur ut i verden ble brukt til å arrangere BD360-seminaret i 2021, et forretningsutviklingsprogram som la vekt på internasjonale aktiviteter.

<sup>3</sup> Tallet gjelder Musikk ut i verden, som ble bevilget av KUD i 2019, men samlingene startet opp først i 2020.

<sup>4</sup> Tallet gjelder Kreativ teknologi ut i verden.

<sup>5</sup> Dette inkluderer Bygg Bedrift (2017–2018), Powered by Culture (2018) og Mentortjenesten (2021–2022).

Kilde: Innovasjon Norge (data over mottakere), Innovasjon Norges oppdragsgiverrapporter for 2017–2021.

## Bransjefordelingen

Tabell 3.3 sammenstiller tilskuddsbeløp og antall tilskudd/deltakere per bransje, hvor bransjen er hentet fra den næringskoden som hver bedrift er registrert med i Enhetsregistret. Alle bransjer er representert, om enn med en viss overvekt av designvirksomheter.

▫ **Tabell 3.3** Bransjefordelte tall: antall tilskudd/deltakere og innvilget beløp per bransje, millioner kroner (antall unike mottakere) 2017–2022.

Bransje	Bedriftsnettverk og klynger		Investor-program	Eksport-program		Powered by Culture	
	Mill. kr	Antall	Antall	Mill. kr	Antall	Mill. kr	Antall
<b>AnnONSE og reklame</b>			2			1,9	2
<b>Arkitektur</b>	0,6	2	2	5,5	7		
<b>Bokbransjen</b>	0,6	2	2	3,7	7	1,1	1
<b>Dataspill</b>	0,5	1	14	0,8	1		
<b>Designvirksomhet</b>	3,8	11	16				
<b>Film, video, TV, radio og foto</b>	1,0	4	6				
<b>Musikk</b>	1,7	6	6	6,4	9		
<b>Tverrfaglig, annet</b>	1,6	6	13	3,1	4		
<b>Utøvende og kunstnerisk virksomhet</b>	2,1	8	6	0,8	1		
<b>Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter</b>			3	0,8	1		
<b>Ukjent</b>			37				

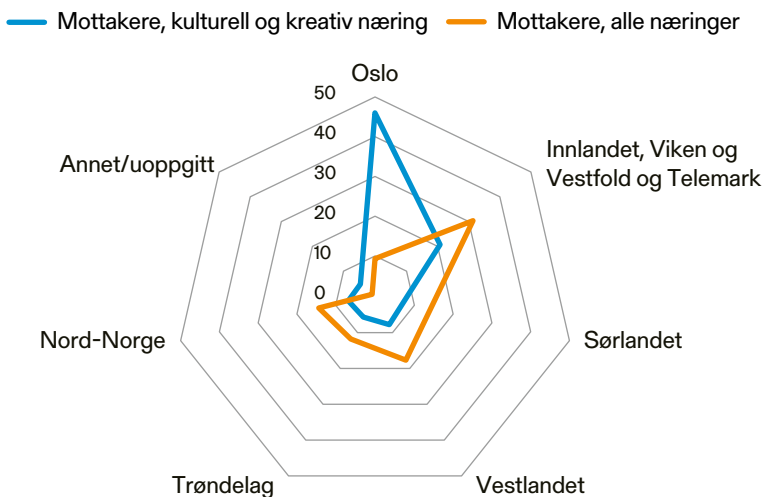
Note: Bygg bedrift er ikke inkludert i tabellen. Flere mottakere manglet organisasjonsnummer i dataene fra Innovasjon Norge. For å finne organisasjonsnummer har vi matchet virksomhetsnavnet mot foretaksregisteret, og i tillegg har vi gjennomgått dem manuelt. De som vi ikke lyktes med å finne organisasjonsnummeret til, er kategorisert som «tverrfaglig, annet». Tall for bransjer og regnskapstall gjelder for de bedriftene vi har organisasjonsnummeret for. I noen tilfeller har mottakeren angitt bransje i dataene fra Innovasjon Norge. Når vi ikke har funnet bransje på annen måte, har vi benyttet dataene fra Innovasjon Norge. «Ukjent»-posten samler opp de mottakerne vi ikke har klart å plassere i en bransje.

Kilde: Innovasjon Norge (data over mottakere), foretaksregisteret.

## Geografisk fordeling

Når det gjelder den geografiske fordelingen av tilskuddene fra Innovasjon Norge innenfor KKN-satsingen, er det en stor konsentrasjon av tilskuddsmottakere i Oslo (figur 3.3). Andelen i Oslo er også høyere i KKN-satsingen enn for tilskuddsmottakere generelt i Innovasjon Norge. Fordelingen på øvrige regioner følger stort sett samme mønster som alle tilskuddene som

Innovasjon Norge forvalter, om enn med lavere andeler. Konsentrasjonen til Østlandet, spesielt Oslo, for KKN-satsingen henger nok i stor grad sammen med lokaliseringsmønstret for disse næringene, som omtalt i midtveis-evalueringen (Hauge mfl., 2021).



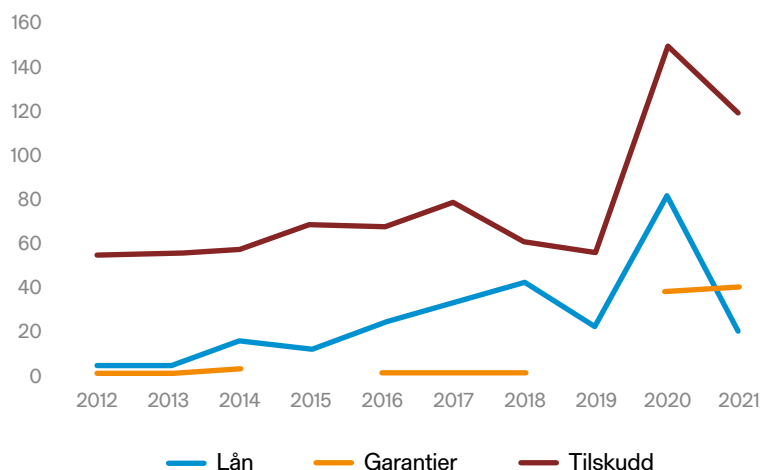
- ▾ **Figur 3.3** Geografisk fordeling av mottakere av tilskudd fra Innovasjon Norge til nærings- og kompetanseutvikling samlet sett og fra KKN-satsingen, 2017–2022. Prosent. Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse AS og Innovasjon Norge. Note: For mottakere i Kulturell og kreativ næring inkluderes ordningene Bedriftsnettverk (før- 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. For alle næringer gjelder dataene kun til 2021. Sørlandet omfatter Agder og Rogaland, og Vestlandet omfatter Vestland og Møre og Romsdal. Fem virksomheter har oppgitt både Oslo og Viken som sted, og disse telles dermed to ganger, en gang i hvert område.

### 3.1.8 Totale tilskudd til kulturell og kreativ næring i Innovasjon Norge

Arbeidet med kulturell og kreativ næring i Innovasjon Norge er ikke begrenset til kun de ordningene som er en del av KKN-satsingen. I oppdragsrapportene rapporterer Innovasjon Norge også hvor mange tilskudd og lån som gis til bedrifter innenfor kulturell og kreativ næring innenfor alle tilskudds- og låneordningene. Det har vært en økning både i lån, garantier og tilskudd til denne næringen i perioden 2012–2021 (figur 3.4). Denne økningen ser imidlertid ut til å ha begynt før satsingen ble lansert i 2017, slik at det er vanskelig å tilegne hele økningen til satsingen. Videre forstyrrer tilskudd gitt



i pandemien bildet, da kulturell og kreativ næring var blant de næringene som fikk «god uttelling» på ordningen «ekstraordinært innovasjonstilskudd».



» **Figur 3.4** Tilskudd, lån og garantier til bedrifter i kulturell og kreativ næring, mill. kroner 2012–2021. Kilde: Innovasjon Norge.

Innovasjon Norge oppgir at de får mange henvendelser fra gründere innen kulturell og kreativ næring som er interesserte i virkemidler i oppstartsfasen. Flere av disse har vekstambisjoner og potensial, men det er likevel utfordrende for dem å oppfylle vilkårene for mange av virkemidlene. «Lav innovasjonshøyde» og «beskjedent markedspotensial» og/eller «lite skalerbar forretningsmodell» er noen av de vanligste avslagsbegrunnelsene.

### 3.1.9 Organisering og gjennomføring i Innovasjon Norge

I bevilgingen fra Kulturdepartementet har det hvert år vært avsatt midler til administrasjon og forvaltning av oppdraget. I 2017 var beløpet 3,4 millioner kroner, og i 2022 var det 4,1 millioner kroner. Innovasjon Norge har stort sett utnyttet denne rammen hvert år, med enkelte unntak.<sup>12</sup> Bevilgingen brukes til to heltidsstillinger på Innovasjon Norges hovedkontor i tillegg til det arbeidet tilknyttet KKN-satsingen som gjøres på regionskontorene.

12 I 2019 hadde Innovasjon Norge et overforbruk på 400 000 kroner (dekket av restmidler fra tidligere år). I 2021 hadde de et vesentlig underforbruk, 2,7 millioner av en bevilgning på 4,0, som til store deler forklares av at en av de ansatte var i permisjon store deler av året (oppdragsgiverrapporten for 2021).

I løpet av de seks årene som satsingen har pågått, har Innovasjon Norge gjennomgått flere omorganiseringer, og KKN-satsingen har vært plassert i forskjellige enheter i organisasjonen. I 2022 er de to stillingene som er dedikert til KKN-satsingen, organisatorisk plassert i divisjonen for reiseliv og spesialoppdrag.

### **Kompetansebygging internt**

Bedrifter som søker lån, tilskudd, rådgivning og/eller deltakelse i programmer, 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 og om de mulighetene som ligger i oppdraget fra Kulturdepartementet. I forbindelse med KKN-satsingen ble det etablert et internt fagnettverk for kreativ næring, som består av 20–25 personer fra regionskontor og hovedkontor som møtes digitalt hver måned. De regionale kunderådgiverne følger også «sine» bedrifter i eksportprogrammene og kan gjennom dette bygge opp kompetanse både om den enkelte bedriften og den aktuelle bransjen. Den interne kompetansebyggingen har bidratt til å øke interessen for kreativ næring i fagnettverket. Organisasjonen har blant annet fått en økt forståelse for potensialet innenfor næringen.

### **Synliggjøring av ordningene**

Gjennom årene har det variert hvor synlig KKN-satsingen har vært på Innovasjon Norges nettsider. I perioder har de hatt egne temasider for kulturell og kreativ næring, men i 2022 fantes det ikke noen egen side som samlet informasjon om ordningene under KKN-satsingen. Når de enkelte ordningene/programmene lyses ut, skal de isteden vises på de sidene som har informasjon om søkbare ordninger. Begrunnelsen for å ikke fremheve satsingen på kulturell og kreativ næring på nettsidene er at Innovasjon Norge ønsker en mest mulig generell, næringsnøytral og strømlinjeformet portal mot næringslivet (Innovasjon Norge, 2022b). Bedriftene skal enkelt få oversikt over hvilke virkemidler de kan søke på, uavhengig av hvilken næring de tilhører.

I de tilfellene hvor det er relevant, bruker Innovasjon Norge samarbeidspartnerne for å spre informasjon og nyheter om ordningene. For eksempel annonseres investorprogrammene på nettsidene til 657 Oslo og Startup Norway. Dette er sannsynligvis en effektiv måte å nå mulige deltakere, da disse samarbeidspartnerne i noen tilfeller er tettere på bedriftene i kulturell og kreativ næring enn hva Innovasjon Norge er.

I 2020 arrangerte Innovasjon Norge, i samarbeid med Kulturrådet, et webinar for å informere og orientere næringen og potensielle søkere om

ordningene. Det er ikke gjennomført tilsvarende arrangementer etter det, men webinarer er tilgjengelig på Innovasjon Norges nettsider.<sup>13</sup>

### **Samarbeid**

Innovasjon Norge har to styringsmøter med Kulturdepartementet i året, og ellers har de løpende dialog ved behov. Alle oppdragsgivere får årlige innspill fra Innovasjon Norge, også til Kulturdepartementet. Innovasjon Norge oppfatter dialogen med Kulturdepartementet som god og konstruktiv.

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. Der har DOGA, NORLA og Music Norway vært viktige samarbeidspartnere for henholdsvis arkitektur, litteratur og musikk, og Norsk Filminstitutt har vært en viktig samarbeidspartner for Spill ut i verden. Programmet Kreativ teknologi er ikke bransjespesifikt på samme måte som de tidligere eksportprogrammene, og det ble det derfor lyst ut et forenklet tilbud for å finne en samarbeidspartner til programmet. Kontrakten ble tildelt 657 Oslo.

Med Kulturrådet har Innovasjon Norge hatt et mer løpende samarbeid, med jevnlig møter for erfaringsutveksling og diskusjoner om gråsoner og grenseoppgang mellom de ordningene som hver av dem forvalter. Innovasjon Norge og Kulturrådet har imidlertid ikke samarbeidet om noen konkrete prosjekter, men har henvist kunder til hverandre ved behov. Det har heller ikke vært noen koordinering av oppdrag mellom Innovasjon Norge og Kulturrådet, da organisasjonen her har lagt til grunn den arbeidsdelingen som har fremkommet i oppdrags- og tildelingsbrev fra Kulturdepartementet.

## **3.2 Resultater og effekter for bedriftene**

### **3.2.1 Økonomisk utvikling**

Det er gitt 275 tildelinger til 247 unike støttemottakere (det vil si de som har fått tilskudd eller deltatt i et kompetanseprogram) innenfor de ordningene som Innovasjon Norge forvalter i KKN-satsingen i perioden 2017 til og med 2022. For 208 av disse har vi regnskapsdata som kan brukes for å følge utviklingen i for eksempel omsetning og verdiskaping. De øvrige

---

13 Webinarer kan ses her.

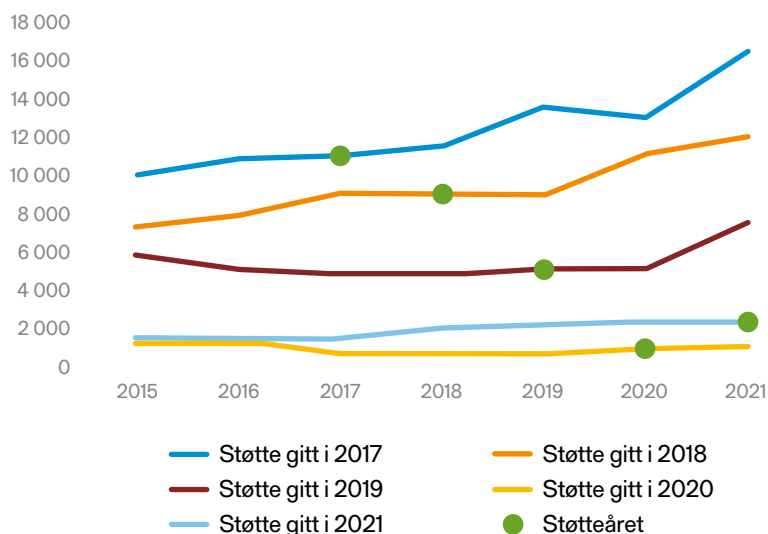
mottakerne er enten ikke pliktige til å levere regnskap til Brønnøysundregistret (det vil si at de er enkeltpersonforetak eller foreninger), de er ikke lenger aktive, eller så har vi ikke lyktes med å finne organisasjonsnummeret for koplingen med regnskapsregisteret.

Figur 3.5 viser utviklingen i gjennomsnittlig omsetning for perioden 2015–2021 for de bedriftene som fikk tilskudd eller deltok i et kompetanseprogram i ett av årene 2017–2021. Bedriftene som deltok i 2017, har i gjennomsnitt hatt en positiv utvikling etter det, selv om dataene ikke gir mulighet til å si hvorvidt dette er et resultat av støtten. Det kan også være interessant å notere at den gjennomsnittlige omsetningen hos bedriftene som har deltatt i Innovasjon Norges del av KKN-satsingen, i hvert av årene 2017 til 2021 har blitt redusert. De som fikk støtte i 2022 (og som ikke er med i figur 3.5), hadde i gjennomsnitt enn vesentlig lavere omsetning enn i alle foregående år. Noe av den reduserte størrelsen på bedrifter som har mottatt støtte, skyldes innretningen på eksportprogrammet. I 2017 rettet dette programmet seg mot etablerte arkitektelskaper, mens programmene etter det har rettet seg mot mindre og mer nyetablerte selskaper.

Sysselsettingen i bedriftene følger i stor grad omsetningen, og for de som fikk støtte i 2017, har gjennomsnittlig antall årsverk økt fra 5,3 i 2015 til 8,7 i 2021. De bedriftene som fikk støtte i 2022, er såpass nye at vi ikke har data for årsverk i 2015 og 2016. I 2017 hadde disse bedriftene i snitt 1 årsverk, og dette økte til 1,1 årsverk i 2021.

Lønnsomheten i bedriftene kan blant annet måles med driftsmarginen (driftsresultatet som andel av driftsinntektene) eller med egenkapitalens rentabilitet (driftsresultatet som andel av egenkapitalen, se også kap. 2.3.1). Utfordringen er at vi har forholdsvis få observasjoner og relativt store svingninger per år, noe som gjør at enkeltbedrifter kan få uforholdsmessig stort gjennomslag i gjennomsnittstallene. Tallene blir dermed vanskelige å tolke. Vi har derfor valgt ikke å presentere disse tallene for tilskuddsmottakerne her.

## Sluttevaluering



- **Figur 3.5** Utvikling i gjennomsnittlig omsetning fra 2015 til 2021 for virksomheter som har fått støtte gjennom Innovasjon Norges ordninger innen satsingen på kulturell og kreativ næring. Tusen kroner. Etter år da støtten ble innvilget. Kilde: Innovasjon Norge, Samfunnsøkonomisk Analyse AS. Note: Tre konserner med svært høy omsetning sammenlignet med de andre er tatt ut, da de påvirket tallene uforholdsmessig mye.

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

- *Eksportprogrammene*: For de bedriftene som deltok i 2017 (Arkitektur ut i verden), vokste både omsetning og verdiskaping vesentlig mer enn for de andre virksomhetene fra kulturell og kreativ næring som deltok i INs ordninger i 2017, og også mer enn hele arkitekturbransjen.<sup>14</sup> Dataene gir ikke mulighet til å finne årsaken til denne utviklingen, og dermed kan vi ikke si at deltakelsen i eksportprogrammene har gitt en høy vekst. Det kan like gjerne bero på at de bedriftene som søkte og etter hvert ble med i programmet, ikke er helt representative for bransjen og næringen. For eksportprogrammene i 2018 og 2019 (det vil si litteratur og musikk) er det ikke en

14 Virksomhetene hadde en tilnærmet doblet omsetning og verdiskaping i perioden 2016 til 2021, hvilket er vesentlig høyere enn KKN totalt som deltok i INs ordninger i 2017, og også høyere enn veksten i bransjen i samme periode (kapittel 2.1.2). Veksten var høyest fra 2016 til 2017. I perioden fra 2017 falt veksten noe til i underkant av 10 prosent, før den steg igjen fra 2020 til 2021.

like tydelig vekst, hvilket delvis kan skyldes at koronapandemien hadde stor påvirkning på disse virksomhetene.

- *Bedriftsnettverk*: Bedriftene som deltok i 2017, har hatt en svært god utvikling i omsetning og verdiskaping, med en økning på i overkant av 30 prosent i perioden fra 2016 til 2018. Fra 2016 til 2021 økte omsetningen for alle bedriftene som deltok i 2017, med rundt 150 prosent, og verdiskapingen økte med rundt 200 prosent.
- *Investorprogrammene*: Her er bedriftene i gjennomsnitt små, noe som kan forventes blant oppstartsbedrifter. Disse bedriftene har også hatt en høy vekst i omsetning, og hvis man ser på alle bedriftene som har deltatt i perioden 2017–2022, har den gjennomsnittlige omsetningen tredoblet seg fra 2016 (535 000 kr) til 2021 (1,5 millioner kroner). Både verdiskaping og lønnsomhet er lav, eller negativ, men det er som ventet for denne typen bedrifter.

### Bedriftenes bruk av øvrige virkemidler

Informasjonen om støttemottakerne innenfor Innovasjon Norges ordninger klyngeprogram (forprosjekt), investorprogram, Ut i verden-program og Bedriftsnettverk er sammenstilt med data i Samspillsdatabasen<sup>15</sup>, hvor bruk av næringsrettede virkemidler er registrert.

Vi finner at det spesielt er SkatteFUNN som brukes av mange bedrifter. SkatteFUNN 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 fra 2015 av hvordan kulturell og kreativ næring bruker næringsrettede virkemidler, hvor dette var den eneste ordningen hvor næringen brukte et næringsrettet virkemiddel i samme omfatning som andre næringer (Ibenholt mfl., 2015). Vi finner også at relativt mange bedrifter har vært innom Siva<sup>16</sup>, hvilket kan skyldes at det er mange nystartede bedrifter som befinner seg i Sivas målgruppe.

15 Samspillsdatabasen er en database over mottakere av støtte fra det offentlige virkemiddelapparatet. Databasen gir mulighet for å identifisere virksomheter som har mottatt støtte fra ulike deler av virkemiddelapparatet, eller som deltar i ulike former for formalisert samarbeid med forskningsinstitusjoner og andre virksomheter. Samfunnsøkonomisk analyse utviklet og forvaltet databasen frem til 2020, da SSB tok over dataene (nærings- og forskningspolitiske virkemidler). Samfunnsøkonomisk analyse oppdaterer fortsatt deler av databasen, men den inneholder ikke lenger alle virkemiddelaktører.

16 Siva (Selskapet for industrivekst) er et statlig foretak som utvikler, eier og finansierer en nasjonal infrastruktur for innovasjon og næringsutvikling bestående av inkubatorer, næringshager, katapult-sentre, innovasjonsselskaper, samt innovasjonssentre og industribygg, se <https://siva.no/>.

### 3.2.2 Bedriftenes vurderinger

I sluttevalueringen har vi gjennomført intervjuer med 14 virksomheter som har fått tilskudd fra Innovasjon Norge innenfor KKN-satsingen. 12 av virksomhetene har deltatt i eksportprogrammene, to har deltatt i et investorprogram (i tillegg til eksportprogram), og to har deltatt i et forprosjekt Klynge. Tre av bedriftene ble også intervjuet i forbindelse med midtveisevalueringen. Bedriftene dekker de fleste bransjene i kulturell og kreativ næring, med unntak av utøvende og kunstnerisk virksomhet og bibliotek, museer, arkiver og andre kulturvirksomheter. Det vil si at den bransjefordeling som gjelder for hele KKN-satsingen i Innovasjon Norge, er godt reflektert. Nedenfor redegjør vi spesielt for intervjuene med deltakere i eksportprogrammene. Omtalen av dialog og samarbeid med Innovasjon Norge, støttens betydning i pandemien og utfordringer med videre bygger på alle intervjuene.

#### **Hovedfunn fra midtveisevalueringen**

Før vi redegjør for funnene i intervjuene, kan det være hensiktsmessig å kort se på hva som var de viktigste funnene blant bedriftenes egne vurderinger i midtveisevalueringen. I den evalueringen ble det gjennomført både en spørreundersøkelse rettet mot alle tilskuddsmottakerne og intervjuer med seks virksomheter. Den dominerende tilbakemeldingen fra både spørreundersøkelsen og intervjuene var at de som hadde mottatt tilskudd, var fornøyde med tilskuddet og kontakten med Innovasjon Norge. Det var også en relativt stor enighet om at ordningene generelt var tilpasset de behovene og utfordringene som virksomhetene står overfor. Den absolutt viktigste effekten av tilskuddet var økt kompetanse knyttet til bedriftsutvikling generelt og markedsføring spesielt, og denne kompetansen ble av mange vurdert som et viktigere resultat enn det faktiske produktet eller verktøyet de utviklet innenfor sitt prosjekt. Blant suksessfaktorene som blir trukket frem, er det flere som nevner kombinasjonen av kapital og kompetanse i eksportprogrammene. Nettverksaktiviteter ble også oppfattet som nyttige, da de tilbød en arena for dialog om felles saker og for å dele erfaringer. Hvor nyttig det var, var samtidig avhengig av sammensetningen av nettverket, og stor grad av fellesskap mellom deltakerne ble trukket frem som en forutsetning for å få best mulig nytte ut av nettverket. Flere pekte også på utfordringen med å holde på nettverket etter at programmet var avsluttet.

#### **Kreativ teknologi ut i verden**

Som i alle eksportprogrammene har de deltakende bedriftene brukt tilskuddet til ulike typer av innovasjons- og markedsaktiviteter og til reiser, både de reisene som var en del av programmet, og egne reiser. Det er en

relativt stor bredde i innovasjons- og markedsaktivitetene. For eksempel har noen valgt å bruke en del av tilskuddet til å bygge kompetanse om juridiske forhold, noen har utviklet internasjonalt rettet markedsmaterial, og andre har brukt midler på å utvikle hjemmesider og visuelle profiler. Muligheten for selv å velge hvordan de vil bruke tilskuddet, trekkes av flere frem som viktig. Ettersom programmet nettopp var avsluttet når intervjuene i sluttevalueringen ble gjennomført, kan vi ikke si noe om langsiktige resultater av tilskuddet. De vi har intervjuet, melder likevel at de aktivitetene de har gjennomført, har gjort selskapet bedre rigget for å gå ut i verden – for eksempel gjennom å spisse sin virksomhet og/eller internasjonale strategi bedre<sup>17</sup> eller gjennom å få et avtaleverk på plass. Noen nevner også at tilskuddet har vært avgjørende for å drive med innovasjon i en oppstartsfase, og at det har bidratt til at de har kunnet lage løsninger og tjenester som er forventet å være økonomisk bærekraftige på sikt. En annen viktig effekt av tilskuddet og programmet er at det er en form for godkjentstempel som kan benyttes når bedriften skal søke om midler fra andre potensielle investorer, og som «reklame for at man gjør noe bra».

Samtidig trekker flere frem kompetanseprogrammet og nettverket som viktige, og for noen er dette viktigere enn selve prosjektet. Dette er den samme tilbakemeldingen som andre eksportprogrammer fikk i midtveis-evalueringen. I Kreativ teknologi ut i verden har det deltatt virksomheter fra mange forskjellige bransjer, men felles for virksomhetene er at de er relativt nystartede, at de tilbyr nettbaserte tjenester (apper og lignende), og at de har internasjonale ambisjoner. Det at bedriftene kommer fra forskjellige bransjer, ser ikke ut til å ha hatt noen negativ effekt. Bedriftene har hatt nok til felles slik at møtene og nettverket har vært viktig og nyttig for de fleste:

Det å møte andre bedrifter som er på tilsvarende program, og få testet forretningsideen og snakke med de som har kommet samme plass i livsløpet, har vært veldig nyttig. Det blir et slags utvidet kollegium. (intervju)

De vi har intervjuet, trekker også frem det at støtten «binder en ved masten», som en suksessfaktor, og at det må være samsvar mellom intensjonen og hva man faktisk bruker pengene på. Videre nevner flere at programmet har hjulpet dem med å fokusere. Og også her trekker noen frem nytten

---

17 Det synes som at mange har hatt en altfor bred tilnærming til internasjonalisering før de går inn i programmet, for eksempel at de ønsker å satse på for mange land eller for mange tjenester/produkter.



av å kombinere tilskudd med kompetansebygging. Selv om tilskuddet er knyttet til ett konkret prosjekt, så er hvert program så pass langvarig at forutsetningene for gjennomføringen kan endre seg (slik som pandemien kom «i veien» for tidligere programmer). For deltakerne er det derfor viktig med en viss fleksibilitet og mulighet for å gjøre endringer i prosjektet underveis, noe som har vært uproblematisk å få aksept for i Innovasjon Norge.

Av mer kritiske tilbakemeldinger er det noen som trekker frem det at de ikke kan bruke midlene til å betale lønn til egne ansatte, som et problem.<sup>18</sup> At de må kjøpe eksterne tjenester og i tillegg bidra med egne midler, kan for noen være en utfordring og bety at de må ta opp lån. Noen mener også at de ville fått mer for pengene hvis de hadde blitt brukt internt, det vil si at det for dem var ineffektivt å bruke eksterne konsulenter. Samtidig er det andre som mener at akkurat dette kravet er positivt – det sikrer at midlene blir brukt på det som faktisk var intensjonen.

Deltakerne i Kreativ teknologi ut i verden hadde kontakt med Innovasjon Norge allerede før programmet ble etablert, noe deltakerne i de tidligere eksportprogrammene ikke hadde i like stor grad. Noen hadde for eksempel fått oppstartsmidler og oppstartslån, mens andre hadde søkt om eller vært i dialog for å søke om denne typen midler. Flere oppgir at de ble oppfordret av Innovasjon Norge til å søke på programmet.

### **Øvrige eksportprogram**

I de tidligere eksportprogrammene var det viktigste resultatet den kompetansen deltakerne opparbeidet. Samtlige vi har intervjuet, uttrykker at programmet i stort hadde de effekter de forventet, og at det var viktig for virksomheten. Selv om det varierer hvor internasjonalt bedriftene arbeider i dag, har den kompetansen og den øvrige nytten som programmet ga, vært viktige i arbeidet med det norske markedet. Som for Kreativ teknologi ut i verden ga deltakelsen en form for godkjentstempel som har vært nyttig i andre sammenhenger. Det nevnes blant annet at programmet bidro til en profesjonalisering av bransjen (Litteratur ut i verden), og det ble bygget nettverk som til viss del fremdeles eksisterer.

Noen av de vi har intervjuet, savner en kontinuitet i arbeidet. Dette kan delvis skyldes at pandemien forstyrret muligheten for å jobbe internasjonalt, eller at virksomheten, og da spesielt de mindre, ikke har maktet

---

18 Alle tilskuddene i KKN-satsingen er underlagt EØS-reglementet for statsstøtte, hvor hovedregelen er at statsstøtte bare kan gis til investeringskostnader, ikke driftskostnader (se også omtale av EØS-reglementet i nullpunksanalysen).

å opprettholde denne typen arbeid. Særlig for deltakerne i Litteratur ut i verden trekkes det frem at det momentet som programmet ga for agenturene, i kombinasjon med at Norge var gjesteland på bokmessen i Frankfurt 2019, har blitt svekket delvis på grunn av koronapandemien. Men også om pandemien ga et avbrudd i den internasjonale satsingen, er det noen som melder fra om at de nå har tatt den opp på nytt, og at de da bygger på den kompetansen som de fikk gjennom deltakelsen i eksportprogrammet, og en del av de kontaktene som ble etablert.

Det varierer i hvilken grad deltakerne har greid å holde på det nettverket som ble etablert gjennom programmet. Slike nettverk er avhengige av at noen har/tar ansvar for vedlikehold over tid, men hvem dette i tilfelle skulle være, ble ikke avtalt før programmet ble avsluttet. Det må også være et ønske fra deltakerne og en evne å holde på nettverket. Flere har foreslått at Innovasjon Norge, eller den samarbeidende organisasjonen, burde opprette en form for alumnigrupper som møtes en gang i året – og hvor den koordinerende organisasjonen tar på seg å invitere til og fasilitere disse møtene, eller i hvert fall sende en påminnelse til nettverket en gang iblant.<sup>19</sup>

Det var Musikk ut i verden, og til en viss del Litteratur ut i verden, som pågikk under pandemien. Dette betydde at Innovasjon Norge var nødt til å gjøre noen endringer i gjennomføringen, blant annet at flere av samlingene ble digitale, og at utenlandsreisene ble begrenset. Deltakerne har selvsagt forståelse for dette, men mener også at det uansett hadde vært mulig med mer samkvem med internasjonale kontakter, for eksempel gjennom deltakelse på de norske møtene.

Suksessfaktorer som trekkes frem, er godt fungerende samarbeid med Innovasjon Norge og NORLA (gjelder for Litteratur ut i verden), fleksibilitet fra Innovasjon Norge om hva de ønsket å samarbeide om i kompetanseseden, gode foredragsholdere og utenlandsturene, i tillegg til kombinasjonen av kompetanse og penger. Videre nevnes fleksibilitet i hva de har kunnet bruke pengene til etter som virkeligheten endrer seg, som viktig.

Selv om eksportprogrammene går over minst to år, er det noen som uttrykker bekymring over at de mangler langsiktighet, og som mener at det er en risiko for at de mister kompetansen når det er et engangstiltak. Flere av aktørene opererer i relativt unge/umodne markeder, hvor det er behov for kontinuerlig utvikling. Samtidig er det ingen som har søkt om tilskudd

---

19 NORLA har et agentforum hvor mange av de som deltok i Litteratur ut i verden, deltar, men dels er dette forumet åpent også for andre agenter, og dels er dette en arena for å diskutere faglige spørsmål, men ikke for videre kompetanseutvikling, og det er heller ikke en arena for å ta opp mer politiske spørsmål.

eller lån fra Innovasjon Norge etter at de har deltatt i eksportprogrammene, selv om enkelte er i prosess for å søke om innovasjonskontrakt eller om vekstgaranti. Noen nevner også at de ønsker mer bistand til å forstå EUs støtteordninger, som kan være relevante for selskaper som skal ut i verden. Det kan også nevnes at fire av de vi har intervjuet, har fått tilskudd til næringsutvikling i Kulturrådets portefølje etter at eksportprogrammet var avsluttet. Flere bruker dessuten bransjetilskuddene som NAA-ene tilbyr, mer eller mindre jevnlig. At de ikke har brukt Innovasjon Norge etterpå, ser ut til å henge sammen med at de ikke tilfredsstillter kravene til de generelle låne- eller tilskuddsordningene.

### **Dialog og samarbeid med Innovasjon Norge**

Kontakten og dialogen med Innovasjon Norge oppleves av de fleste deltagende bedriftene som meget god – det være seg eksportprogrammene eller klynger. De som arbeider med KKN-ordningene i Innovasjon Norge, får gjennomgående meget gode skussmål. Samtidig er det flere som etterlyser at Innovasjon Norge er mer proaktive, både før og etter tilskuddet eller programmet. Det er flere som uttrykker et ønske om at kunderådgiverne i Innovasjon Norge skal være mer oppsøkende. Organisasjonen oppfattes av flere som litt introvert, noe som blir forsterket av at det er vanskelig å finne informasjon om KKN-ordningene på hjemmesiden. Når de er kjent med personene i organisasjonen, fungerer det godt, og disse personene er stort sett tilgjengelige.

Har man fått penger en gang, forstår man bedre, da løsner det. Første gangen man søker, er det tidskrevende. Vanskeligst er at man tror at det sitter «dark lords» i andre enden. Hvis man vet at det egentlig er «Gunnar», så er det enklere. (intervju)

Administrasjonen knyttet til søknader og rapportering oppleves ikke som særlig krevende, selv om det selvsagt er en terskel å komme over for de som ikke tidligere har benyttet seg av Innovasjon Norges tjenester. Samtidig er tilbakemeldingen at Innovasjon Norges søke- og rapporteringsportal er veldig bra, den er lett å forstå seg på og har gode hjelpetekster.

### **Pandemien**

Vi har spurt alle vi har hatt kontakt med, om tilskudd og kompetanseprogram hadde betydning for hvordan de kom seg gjennom pandemien og de restriksjonene som fulgte med. Selv om det er flere som mener at dette ikke hadde betydning, så er det andre som har hatt stor nytte av

tilskuddene. Noen går til og med så langt som å si at det ville ha vært en «katastrofe» for selskapet hvis de ikke hadde fått støtten eller tilskuddet.

### Andre tilbakemeldinger

En generell utfordring som er uavhengig av bransje, er langsiktigheten i finansieringen. Dette henger delvis sammen med at ting som regel tar lenger tid enn planlagt, og at det er en risiko for at finansieringen tar slutt før prosjektet er helt i mål. Det blir blant annet pekt på at myndighetene bør se på hvordan en mer langsiktig finansiering, spesielt av klynger, gjøres i Danmark og Sverige.

Videre fremholdes det hvor viktig det er med nettverkstiltak. Spesielt gjelder dette små og mellomstore bedrifter, som i mindre grad kan ha egne ressurser eller ansatte for å arbeide med spørsmål knyttet til for eksempel kommersialisering, internasjonalisering, bærekraft og digitalisering, og hvor det kreves samarbeid med andre.

De som har fått tilskudd fra Innovasjon Norge, mener at tilskuddene stort sett svarer til de utfordringene de er ment å svare på, det vil si en profesjonalisering av egen drift eller en hjelp når bedriften skal gå ut i verden. Men det er ikke sikkert at det er der de største utfordringene ligger for enkelte av bransjene. Dette kan tolkes som at tilskuddene er viktige for den virksomheten som får støtte, men at det ikke nødvendigvis har noen større betydning for utviklingen av bransjen.

Mange av virksomhetene i kulturell og kreativ næring arbeider med immaterielle rettigheter, og noen av våre respondenter trekker frem et behov for et bransjeuavhengig fellesskap eller nettverk for alle som eksporterer denne typen rettigheter. Innovasjon Norge peker også på immaterielle rettigheter som en utfordring, da spesielt når selskap skal verdsettes ved lånevurderinger og lignende. Det er derfor behov for kontinuerlig kompetanseutvikling om immaterielle rettigheter, både hos næringsaktørene og i virkemiddelapparatet.

## 3.3 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, i tillegg til å utvikle vekstkraftige virksomheter som omsetter kulturelt og kreativt innhold nasjonalt og internasjonalt.

For å måle hvorvidt Innovasjon Norge når disse målene, har vi brutt dem ned til et antall indikatorer, basert på informasjon om de bedriftene 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, etter som det ikke finnes gode data, for eksempel hvordan investorer investerer i kulturelle og kreative produkter og tjenester.

Tilskudd til gründere, det vil si bedrifter som er tre år eller yngre, økte fra 2017 til 2019, noe som må sies å være i tråd med målene for Innovasjon Norge (tabell 3.4). De tre siste årene har det vært få tilskuddsmottakere, og tilfeldige variasjoner kan gi store utslag i andelen av tilskudd som gis til gründere, og derfor legger vi ikke for stor vekt på utviklingen disse årene. De tre første årene var antall bedrifter som fikk tilskudd, tilnærmet likt, og gjennomsnittlig beløp per tilskudd var nokså konstant. De tre siste årene har det, på grunn av endringene i ordningen og koronapandemien, vært få bedrifter som har fått tilskudd, og derfor er det også større variasjon i gjennomsnittlig tilskudd per år.

▸ **Tabell 3.4** Indikatorer for KKN-satsingen i Innovasjon Norge.

Indikator	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Antall nye unike bedrifter totalt	100	47	32	17	29	23
Antall unike bedrifter som har fått lån	21	26	23	67	31	n.a
Antall bedrifter som har deltatt i eksportprogram	7	7		8	8	
Antall nettverk og klynger	12	11 <sup>1</sup>	15	1	0	1
Antall bedrifter som har deltatt i investorprogram	20	–	9	24	26	28
Antall bedrifter i kompetanseprogram	65	30	–	–	–	–
Totalt bevilget beløp som tilskudd, mill. kr	8,8	9,8	10,7	0,3	5,9	0,5
Totale tilskudd til gründere, mill. kr	1,7	2,5	5,9	0	2,0	0,5
Andel av tilskuddene til gründere	18 %	26 %	60 %	0 %	36 %	100 %
Gjennomsnittlig beløp pr. tilskudd, kr	463 400	466 500	464 500	290 000	737 500	500 000

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.

<sup>1</sup> Fire virksomheter som fikk støtte til bedriftsnettverk forprosjekt i 2017, fikk forlenget prosjektet i 2018.

Kilde: Innovasjon Norge og Samfunnsøkonomisk analyse AS.

▾ **Tabell 3.5** Oversikt over indikatorer for tiltakene

Indikator	
Antall søknader og tilsagn	<p>Innovasjon Norge fører ikke oversikt over antall søknader per 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. Til Kreativ teknologi ut i verden fikk de inn 41 søknader, men kun åtte ble valgt ut, det vil si at for dette programmet var tilslagsprosenten 20 prosent.</p> <p><b>Innovasjon Norge har en høy tilslagsprosent.</b></p>
Andel nye tilskuddsmottakere	<p>For 2017 nådde Innovasjon Norge gjennom KKN-satsingen åtte bedrifter som tidligere ikke har benyttet noen av de virkemidlene som er registrert i Samspillsdatabasen (det vil si næringsrettede virkemidler) siden år 2000. Med forbehold om at Samspillsdatabasen ikke lenger inkluderer alle virkemiddelaktører, så viser data at det fortsatt er mange av tilskuddsmottakerne i Innovasjon Norge som ikke tidligere har mottatt tilskudd eller deltatt i kompetanseprogrammer e.l. hos andre næringsrettede virkemiddelaktører</p> <p><b>Innovasjon Norge har over tid klart å nå ut til en ny målgruppe.</b></p>
Geografisk fordeling: søknader, tilskudd og beløp per region	<p>Til forskjell fra Innovasjon Norges geografiske profil generelt så har en stor del av tilskuddene gått til bedrifter i Oslo-regionen. Dette henger sammen med at KKN-næringen i stor grad er konsentrert i dette området.</p> <p>For de øvrige regionene er KKN-næringene underrepresentert sammenlignet med KKN-satsingen og Innovasjon Norges øvrige virkemidler, som fordeler seg mer jevnt i alle regionene sammenlignet med KKN-næringene.</p> <p>Det er gitt få tilskudd innenfor KKN-satsingen til Trøndelag og Nord-Norge, hvor Innovasjon Norge ellers er relativt sterkt til stede.</p> <p><b>Geografisk fordeling er i tråd med næringenes lokaliseringsmønster.</b></p>
Bransjemessig fordeling	<p>Innovasjon Norge har støttmottakere i alle de kulturelle og kreative bransjene. Det er en overvekt av støttmottakere innenfor design, spill og tverrfaglige/andre bransjer, og det er få mottakere innen annonse og reklame og bibliotekdrift o.l. 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, etter design, som utgjør den største andelen. Investorprogram er det som dekker flest bransjer – her er de fleste bransjene representert. Innovasjon Norge har likevel beveget seg i en retning mot mer kreative bransjer, med et kulturelt innhold.</p> <p><b>Støtten har i økende grad gått til de mer kommersielle bransjene i kulturell og kreativ næring.</b></p>

# Kulturrådet

Kulturrådet var tidligere navnet på et statlig forvaltningsorgan som besto av et kollegialt organ (rådet) og en fagadministrasjon. Fra 1. januar 2023 har fagadministrasjonen fått et eget navn, Kulturdirektoratet, mens det kollegiale organet har beholdt navnet Kulturrådet. Det var fagadministrasjonen i det gamle Kulturrådet som forvaltet tilskuddsordningene tilknyttet KKN-satsingen, og siden dette er det historisk korrekte, har vi valgt å bruke navnet Kulturrådet i beskrivelsen av arbeidet med KKN-satsingen i perioden 2017–2022. Det presiseres at Kulturrådet i denne rapporten ikke sammenfaller med det kollegiale organet som fra 2023 alene heter Kulturrådet. Vi bruker navnet Kulturdirektoratet når vi omtaler fagadministrasjonen etter januar 2023.

Kulturdirektoratet 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. Kulturdirektoratet gir tilskudd til kunst og kultur over hele landet, driver utviklingsarbeid og er en pådriver for nye kunst- og kulturprosjekter i tillegg til å være en rådgiver for staten i kulturspørsmål. Organisasjonen er underlagt Kulturdepartementet og er sekretariat for Kulturrådet, for utvalget for statens stipend og garantiinntekter for kunstnere og for styret for Fond for lyd og bilde.

Fra og med 2023 er alle tilskuddsordningene for kreativ næring i Kulturdirektoratet avviklet på grunn av et kutt i Kulturdepartementets budsjettet.<sup>1</sup>

### Innsatslogikk

Kulturrådets tiltak og ordninger innenfor KKN-satsingen skulle bidra til at kunstnere og mindre virksomheter fikk økte inntekter basert på kunstnerisk virksomhet. Hovedgrepet var å styrke bransjeorganisasjoner og profesjonalisere støtteapparatet. Kulturrådet hadde også ordninger som støttet etablerte kulturinstitusjoner.

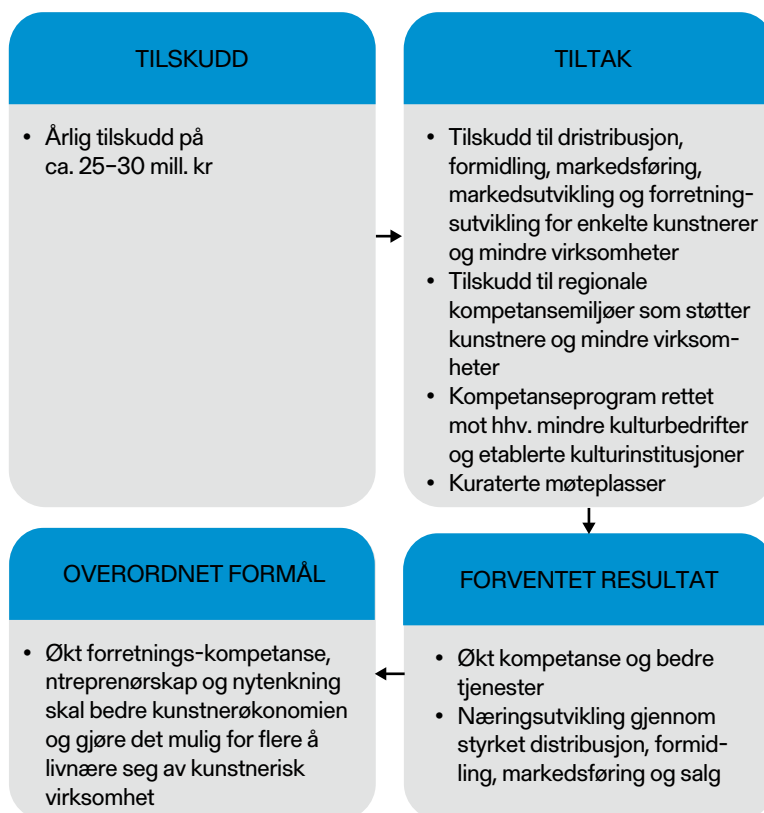
---

1 Ved budsjettforhandlingene ble det vedtatt et kutt i Kultur- og likestillingsdepartementets budsjett, kap. 325 post 71, Kultur som næring, på 25 millioner kr.

Det overordnede målet var å bidra til at flere skulle kunne leve av sin kunstneriske virksomhet, hvilket skulle realiseres gjennom økt forretningskompetanse og økt entreprenørskap. I tilskuddsbrevene fra Kulturdepartementet nevnes også resultater som økt kompetanse, bedre tjenester fra støttefunksjoner og næringslivsutvikling gjennom bedre distribusjon, markedsføring med videre (Kulturdepartementet, 2017).

Målene skulle nås hovedsakelig gjennom tre innsatsområder:

- tilskuddsordninger til henholdsvis distribusjon, formidling, markedsføring og bedriftsutvikling rettet mot kunstnere og mindre bedrifter
- utvikling av regionale kompetansemiljøer som kunne støtte kunstnere og mindre bedrifter, og til kulturinstitusjoner for utvikling av digitale løsninger
- kompetanseprogram som rettet seg mot kunstnere og mindre kulturbedrifter, i tillegg til kuraterte møteplasser



» **Figur 4.1** Innsatslogikk for Kulturrådets arbeid med kreative næringer.



## 4.1 KKN-satsingen i 2017–2022

I årene 2017 til 2022 etablerte og forvaltet Kulturrådet flere tilskuddsordninger innenfor KKN-satsingen: Næringsutvikling (2017–2022), Regional bransjeutvikling (2017–2020), Utviklingsprosjekter for etablerte kulturinstitusjoner (2019–2022) og kompetanseprogrammet Ovasjon (2018–2022). Tiltakene ble grundig beskrevet i midtveisevalueringen (Hauge mfl., 2021). Her gir vi derfor kun gir en kortfattet beskrivelse, der vi legger vekt på gjennomføringen i 2021 og 2022. Den årlige bevilgningen for hvert tiltak og den totale bevilgningen til Kulturrådet finnes i vedlegg III.

### 4.1.1 Næringsutvikling

Tilskuddsordningen Næringsutvikling rettet seg mot kunstnere og mindre virksomheter innenfor distribusjon, markedsføring, formidling eller salg av kulturelle uttrykk. Denne ordningen var i prinsippet den samme i hele perioden. Kulturrådet ga støtte til tiltak som hadde som mål å bidra til økt salg og økt publikumsoppslutning om kunstproduksjoner, gjennom for eksempel økt distribusjon, markedsføring eller formidling (støttefunksjoner). Det var mulig å få tilskudd på inntil 400 000 kroner, og som hovedregel kunne tilskudd kun gis én gang. Det var imidlertid seks virksomheter som fikk støtte to ganger, men da til forskjellige prosjekter (for eksempel til forretningsutvikling ett år og så til et internasjonaliseringsprosjekt et par år senere).

Målgruppen for ordningen var mindre virksomheter i mellomledet mellom kunstner og marked, for eksempel agenter, managere, gallerister, produsenter, arrangører og lignende, i samarbeid med kunstnere.

Antall søknader til næringsutvikling, som kan ses som en indikasjon på både kjennskap til og interesse for ordningen, varierte noe fra år til år.<sup>2</sup> Tilslagsprosenten målt i antall virksomheter var omtrent 20 prosent, og målt i mottatt tilskudd varierte den fra 11 prosent (2017) til 30 prosent (2021). At tilslagsprosenten i kroner var lavere målt i tilskudd enn målt i antall, skyldes at innvilgede prosjekter ikke nødvendigvis fikk hele summen de hadde søkt om, og totalt ble 77 prosent av beløpet virksomhetene søkte

---

2 I 2018 var det 169 søkere, mens det i 2022 «kun» var 137 søkere. Antall tilskuddsmottakere har vært rundt 30 hvert år, med unntak av i 2021 da det var 56 virksomheter som fikk tilskudd. Det høye tallet for 2021 skyldes en økning av tilskuddsrammen med 10 millioner kroner på grunn av koronapandemien.

om, innvilget (gjennomsnittlig innvilget beløp var lik 83 prosent av søkt beløp). Kvaliteten på søknaden, for eksempel realismen i gjennomføringsplanen og budsjettet, var det viktigste vurderingskriteriet. I vurderingen av søknadene var det en utfordring at søkerne kom fra svært forskjellige bransjer, fra dataspill til scenekunst, med svært forskjellig modenhet og muligheter for næringsutvikling. De som fikk avslag på en søknad, kunne be om rådgivning opp mot neste frist, med mulighet for å gå igjennom svakheter ved den forrige søknaden. Ifølge Kulturrådet leverte de som ba om rådgivning, ofte bedre søknader, og de erfarte at de som hadde gjennomført kompetanseprogrammet Ovasjon, gjennomgående leverte bedre søknader med bedre budsjett og mer konkrete prosjektforslag. Av de i alt 900 søknadene til næringsutvikling kom to tredjedeler fra virksomheter som kun søkte én gang, det vil si at 130 virksomheter søkte om støtte to eller flere ganger. Det er en svak tendens til at de som søkte to til tre ganger, hadde en økt sannsynlighet for å få tilsagn på søknad nummer to eller tre, men det er også flere eksempler på virksomheter som fikk tilslag på den første søknaden, men ikke på den andre og/eller tredje. De få som søkte fire eller fem ganger, ser faktisk ut til å ha hatt lavest sannsynlighet for å nå frem med sin søknad.<sup>3</sup>

Kulturrådet selv oppfatter at ordningen ble godt mottatt. I midtveisevalueringen pekte Kulturrådet på at dette delvis kunne skyldes en ny generasjon hvor entreprenørskapet i næringen er mer akseptert, og yngre søkere som er vokst opp med digitalisering, arbeid mot publikum og et opplevelsesstyrt samfunn. Over tid har stadig flere av søknadene handlet om internasjonalisering og eksport, fra å utgjøre en tredjedel av alle søknader i 2018 til å utgjøre cirka 60 prosent i 2020 og 2021.

#### 4.1.2 Regional bransjeutvikling

Formålet med tilskuddet til regional bransjeutvikling var å utvikle bransjestrukturer og profesjonalisere verdikjeden i regioner og bransjer. Det ble gitt støtte til bransjebyggende tiltak, kompetanseheving, videreføring av kompetanse fra én region til en annen med videre. Tilskuddene ble fordelt likt i fem regioner (Nord-, Midt-, Vest-, Sør- og Øst-Norge). Målgruppen var etablerte regionale kompetansesentre og andre bransjebyggende aktører med større nedslagsfelt i en eller flere regioner.

---

3 Det er 12 virksomheter som har søkt 5 eller flere ganger, og av disse er det tre som ikke har nådd frem med noen søknad, én som har fått tilslag på alle søknader, og åtte som har fått tilskudd én eller to ganger.

I 2021 ble ordningen overført til fylkeskommunene, og ifølge Kulturrådet har de fleste fylkeskommunene beholdt ordningen i en eller annen form. Kulturrådet oppgir at de har hatt kontakt med fylkeskommunene om forvaltningen av disse midlene. For eksempel har Kulturrådet kommet med innspill til tiltak for å bidra til at midlene til bransjestrukturelle tiltak brukes så effektivt som mulig. Da Kulturrådet forvaltet ordningen, ble en del av midlene avsatt til tverregionale prosjekter. Kulturrådets erfaring er at denne typen prosjekter ikke lenger har hatt samme mulighet for å søke om støtte etter at fylkeskommunene tok over. Kulturrådet ønsket derfor å styrke samhandling med og mellom fylkeskommunene, for eksempel ved at en liten andel av de totale midlene kunne blitt forvaltet av Kulturrådet i samarbeid med fylkeskommunene. Forslaget er ikke blitt realisert.

#### 4.1.3 Utviklingsprogram for kulturinstitusjoner

I 2019 etablerte Kulturrådet et nytt program for etablerte kulturinstitusjoner<sup>4</sup> og prosjekter som testet nye metoder med vekt på det digitale markedet, for markedsføring, effektivisering av inntektsmodeller og tilrettelegging av informasjon til publikum. Institusjoner som fikk tilskudd, ble en del av et nettverk som skulle dele erfaringer underveis og etter prosjektperioden.

I perioden 2019–2022 fikk Kulturrådet inn 131 søknader, med omtrent 35 søknader per år med unntak av 2022, da det var 25 søkere. Totalt ga Kulturrådet tilskudd til 46 av disse søknadene, det vil si at tilslagsprosenten var 35 prosent. Den årlige rammen for utviklingsprogrammet var 5 millioner kroner.

De første årene var det hovedsakelig museer som fikk tilskudd, men også større utstillingsvirksomheter og noen festivaler og festspill som har aktiviteter gjennom hele året. En grunn til at museumssektoren var overrepresentert de første årene, kan ha vært at denne sektoren allerede kjente Kulturrådet godt, og at den dermed hadde en lavere terskel for å søke enn kulturinstitusjoner i andre sektorer. De to siste årene av satsingen var det imidlertid en større bredde blant søkerne, og en utvikling mot «flere spennende prosjekter enn ved oppstart av programmet» (Kulturrådet, 2022a).

I 2022 endret Kulturrådet ordningen for å tillate økt støtte til de enkelte prosjektene, det vil si at det var færre prosjekter som fikk støtte (7 mot

---

4 Etablerte kulturinstitusjoner er definert som institusjoner som har helårsdrift og fast ansatte, og de skal i tillegg være programmerende, produserende og formidlende.

12–14 tidligere år). Endringen var basert på Kulturrådets egne erfaringer om at prosjektene ikke klarte å komme helt i mål og ikke i tilstrekkelig grad fikk testet ut eller lansert det digitale produktet. Dette var også en viktig tilbakemelding fra tilskuddsmottakerne i midtveiseevalueringen.

#### 4.1.4 Kompetanseprogrammet Ovasjon

Ovasjon var et utviklingsprogram for kunstnere og mindre virksomheter innen kulturell og kreativ næring. Formålet var å videreutvikle disse virksomhetene gjennom å bygge og utvikle forretnings- og entreprenørskapskompetanse hos deltakerne. Målgruppen var 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 besto av fagsamlinger, en digital arbeidsplattform, e-læring og veiledning, i tillegg til tilbud om mentor i ti måneder. Programmet hadde en årlig ramme på drøye 2 millioner kroner. I perioden 2019–2022 ble det gjennomført i alt 51 programmer, med 588 deltakende prosjekter (og 644 personer). I tillegg til det ordinære Ovasjonsprogrammet ble det også testet ut tilleggsmoduler i 2021 og 2022, som Ovasjon Flerkulturell og et samarbeidsprosjekt med Polen kalt Ova NorPol.

Programmet hadde mange søkere, og det ble flere over tid. Kulturrådet oppgir at de i 2022 måtte avslutte rekrutteringskampanjen på grunn av den store mengden søknader. Det store antallet søkere medførte at det var mulig å sette sammen grupper av deltakere med felles karakteristikk, for eksempel samme modningsnivå. Bransjefordelingen blant deltakerne indikerer at programmet nådde bransjene som tradisjonelt «tilhører» Kulturrådet og Norsk kulturfond.

Alle de gjennomførte kursene ble evaluert i etterkant, hvor deltakerne fikk svare på hvor stort utbytte de hadde faglig, og hvor nyttig deltakelsen var for egen bedrift. Med unntak for kursene i 2020 (det vil si under koronapandemien) scoret begge spørsmålene i gjennomsnitt 6,4 på en syvsifret skala i disse evalueringene.

Ifølge Kulturrådet (2022a) representerte Ovasjon «en viktig brikke og komplement til tilskuddsordningene innen kulturell og kreativ næring for å finne en god balanse mellom behov for kompetanse og/eller kapital for aktørene i de ulike bransjene i næringen». Kulturrådet så også en kopling mot Innovasjon Norges investorprogram og Norwegian Arts Abroads pilotkompetanseprogram som ble lansert høsten 2021 (se kapittel 5).

### 4.1.5 Totale tilskudd

Gjennom KKN-satsingen bevilget Kulturrådet tilskudd på totalt 125 millioner kroner, og i tillegg ble det brukt 9,4 millioner kroner på kompetanseprogrammet Ovasjon. Det var over 900 virksomheter som enten fikk tilskudd eller deltok i Ovasjon. Tabell 4.1 viser hvordan støtten fordelte seg mellom de forskjellige programmene i 2017–2022.

▫ **Tabell 4.1** Tilskudd innenfor Kulturrådets del av KKN-satsingen, antall mottakere av tilskudd og bevilget/brukt<sup>1</sup> beløp per ordning, 2017–2022. Millioner kroner.

	2017–2019	2020	2021	2022
<b>Næringsutvikling</b>				
<b>Antall tilskudd</b>	88	29	56	29
<b>Tilskudd til bedrifter, mill. kr</b>	24,4	8,9	19,5 <sup>1</sup>	9,8
<b>Regional bransjeutvikling</b>				
<b>Antall tilskudd</b>	85	26		
<b>Beløp, mill. kr</b>	31,2	11,4		
<b>Utviklingsprogram for kulturinstitusjoner</b>				
<b>Antall tilskudd</b>	12	14	13	7
<b>Beløp, mill. kr</b>	5,0	4,9	5,0	4,6
<b>Ovasjon<sup>2</sup></b>				
<b>Antall bedrifter</b>	87	121	182	198
<b>Beløp, mill. kr<sup>1</sup></b>	2,1	2,1	2,8	2,5
<b>TOTALT</b>				
<b>Antall tilskudd</b>	272	190	251	234
<b>Beløp</b>	62,7	27,3	27,3	16,9

<sup>1</sup> I 2021 fikk Kulturrådet en ekstra bevilgning på 10 millioner kroner til Næringsutvikling som en del av Kulturdepartementets stimuleringsmidler i forbindelse med koronapandemien.

<sup>2</sup> Dette er kostnadene for å gjennomføre programmene, det vil si at det ikke er støtte til de deltakende bedriftene.

Kilde: Kulturrådet.

### Bransjefordeling

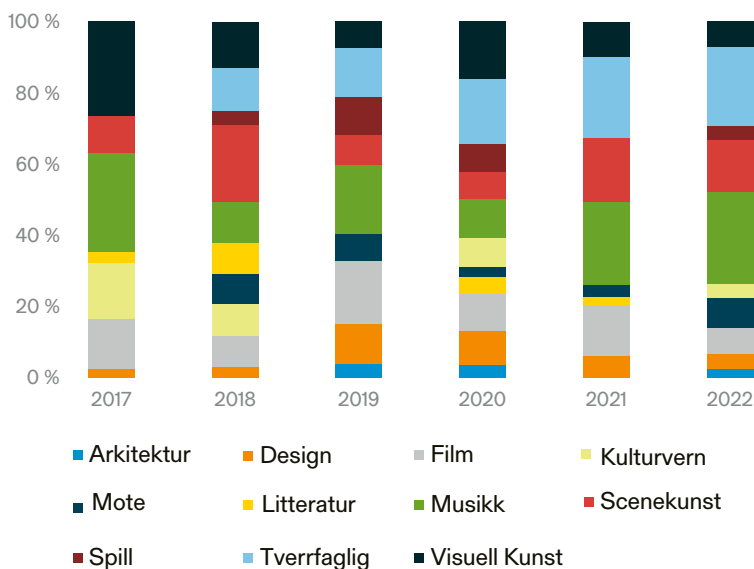
Tilskuddsordningen næringsutvikling traff bredt med hensyn til de ulike bransjene innen kulturell og kreativ næring (figur 4.2). De første årene var ordningen dominert av utøvende bransjer (spesielt visuell kunst og musikk), men over tid var det en økning i de mer kommersielle bransjene, som for eksempel spill og design. Hvis vi ser på totale tildelinger for hele perioden, er det likevel musikk, scenekunst, tverrfaglig og visuell kunst som

har fått de største beløpene, med henholdsvis 23, 14, 14 og 11 prosent av det totale tildelte beløpet på 62,7 millioner kroner.

De aller fleste bransjene i kulturell og kreativ næring er representert blant tilskuddsmottakerne, hvilket blant annet betyr at Kulturrådet nådde flere bransjer som ellers ikke er en del av de bransjene som Kulturrådet og Kulturdirektoratet retter seg mot, som for eksempel dataspill og arkitektur.

2021 skiller seg ut som et år med høyere bevilgninger enn andre år i de fleste bransjene, noe som henger sammen med ekstraordinære tildelinger under pandemien.

Ifølge Kulturrådet viser søknadene til tilskuddsordningen næringsutvikling at aktører innenfor alle kunstuttrykk ser muligheter innenfor teknologi. Søknadene omfattet for eksempel prosjekter innenfor digitalisering, nye distribusjons- og formidlingsløsninger, nye lanseringsplattformer, apper og nettbutikker. I Kulturrådets årsrapport for 2021 peker de også på at mindre norske aktører legger mer vekt på rettighetsforvaltning og tilleggsmarkeder.



▸ **Figur 4.2** Bevilgninger innenfor tilskuddsordningen næringsutvikling, 2017–2022, fordelt etter bransje. Prosent. Kilde: Kulturrådet. Note: Bransje er basert den inndelingen som Kulturrådet bruker, og som avviker noe fra den bransjeinndelingen etter næringskode som er brukt i kapittel 2.

Bransjefordelingen, etter Kulturrådets inndeling, for tilskuddsordningen regional bransjeutvikling var i stor grad lik den for næringsutvikling, med unntak av at andelen tverrfaglige prosjekter var mer enn dobbelt så høy,

24 prosent. Dette er som forventet, gitt at ordningen oppfordret til samarbeid på tvers av bransjer.

### Geografisk fordeling

Den geografiske fordelingen av tilskuddene er spesielt interessant for tilskuddsordningen regional bransjeutvikling, ettersom midlene her skulle fordeles likt mellom Nord-, Midt-, Vest-, Sør og Øst-Norge.<sup>5</sup>

Noen av prosjektene gjaldt hele landet og ble i Kulturrådets oversikter fordelt likt over alle regionene. Vi har imidlertid valgt å skille ut dem i figur 4.3, da det er interessant å se hvor mye av bevilgningene som gikk til nasjonale prosjekter. Som vist i figur 4.3 var det over tid, det vil si perioden 2017–2020, en nokså lik fordeling mellom de ulike regionene, men med noen variasjoner for hvert år.<sup>6</sup>

Innad i hver region var det imidlertid relativt store forskjeller mellom fylkene i hvor store tildelinger de fikk, med en stor overvekt av tilskudd til mottakere med adresse i Oslo i Øst-Norge og Trøndelag i Midt-Norge. Dette kan både skyldes at det er flere aktuelle søkere i disse fylkene, og at mange av søkerne har adresse her selv om de kan ha virksomhet andre steder i regionen. Kulturrådet rapporterte ikke tildelinger på fylkesnivå, ettersom målet deres ikke var knyttet til dette nivået, men det er allikevel nyttig å ha med dette, da ordningen i 2021 ble flyttet over til fylkene. Møre og Romsdal var det fylket som har fått færrest midler fra tilskuddsordningen, fulgt av Vestfold og Telemark og Nordland. Dette skyldes delvis at det var få søknader fra aktører i disse fylkene.

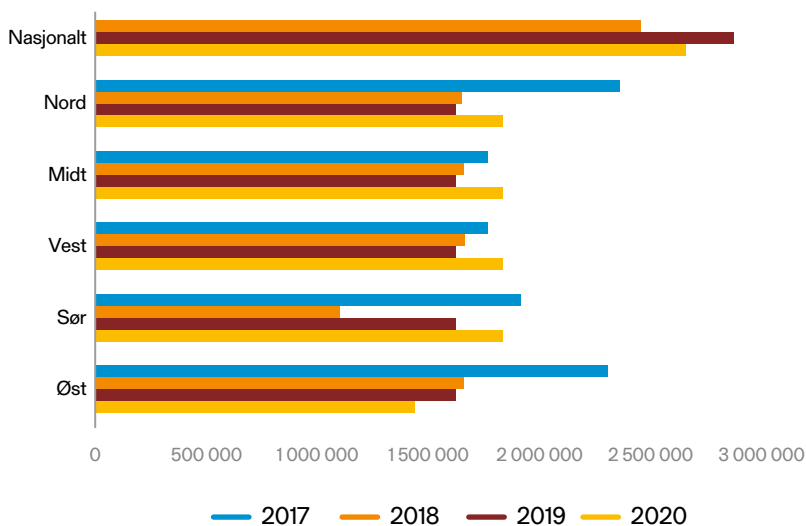
Figur 4.4 viser den geografiske fordelingen for alle de tre ordningene til Kulturrådet, etter de samme regionene som tilskuddsordningen regional bransjeutvikling var delt inn etter. I tolkingen av figuren er det viktig å være klar over at målgruppene for de tre ordningene var ulike, og at det kun var én av ordningene som hadde geografi som et kriterium. Det er likevel interessant å se at ordningene hadde ulike fordelinger, og spesielt at næringsutvikling skiller seg ut med en sterk overvekt i Øst-Norge. Samtidig er det viktig å være klar over at region Øst inkluderer Oslo, Viken og Innlandet, og det var relativt store forskjeller i fordelingen mellom disse tre fylkene i ordningene. Alle hadde en overvekt i Oslo, men næringsutvikling hadde en betydelig høyere overvekt i Oslo, mens de to andre var fordelt med rundt halvparten

---

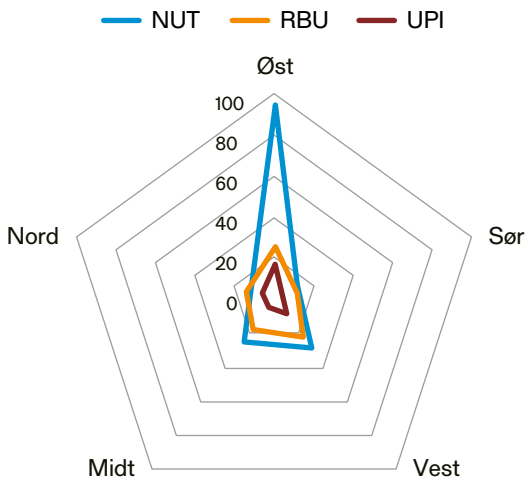
5 Øst: Oslo, Viken, Innlandet. Nord: Troms og Finnmark, Nordland. Midt: Trøndelag, Møre og Romsdal. Vest: Vestland, Rogaland. Sør: Agder, Vestfold og Telemark.

6 For eksempel var Nord og Øst litt overrepresenterte i 2017. Dette kan imidlertid skyldes at de to nasjonale prosjektene det året ble fordelt etter søkerens adresse og ikke nasjonalt.

i Oslo og halvparten i Viken og Innlandet. Regional bransjeutvikling hadde den jevneste fordelingen mellom de fem regionene.



➤ **Figur 4.3** Bevilgninger innenfor tilskuddsordningen regional bransjeutvikling, 2017–2020, fordelt etter region, kroner. Kilde: Kulturrådet.



➤ **Figur 4.4** Geografisk fordeling av mottakere av Kulturrådets tilskudd til kulturell og kreativ næring (2017–2022). Prosent. Kilde: Kulturrådet, Foretaksregisteret. Note: For å finne region for de som manglet dette fra virkemiddeldataene, har vi brukt foretaksregisteret. 50 mottakere manglet informasjon om sted og er derfor ikke inkludert i figuren.



#### 4.1.6 Kulturøkonomiprojektet

I tillegg til tilskuddsordningene brukte Kulturrådet en del av midlene til KKN-satsingen til å gjennomføre utviklingsprosjektet kulturøkonomi i perioden 2019–2021. Prosjektet hadde som mål å levere et kunnskaps- og erfaringsgrunnlag om arbeidet med salg, distribusjon og formidling i kunst- og kultursektoren, og å følge opp Kulturrådets arbeid med kulturell og kreativ næring. Gjennom prosjektet ble det utarbeidet flere rapporter og gjennomført noen prøveprosjekter med aktører i kunst- og kultursektoren. En oppsummering av arbeidet finnes i Kulturrådet (2022b). Her heter det: Tre år med utviklingsarbeid har først og fremst bekreftet prosjektets grunnleggende arbeidstese – at økonomien i den kulturelle og kreative næringen er kompleks og sammensatt, og at det er behov for mer koordinert og samlet innsats for å synliggjøre og utløse mulig verdiskapning (Kulturrådet, 2022b).

#### 4.1.7 Organisering og gjennomføring i Kulturrådet

##### **Organisering og intern kompetansebygging**

Faggruppen som arbeidet med kulturell og kreativ næring, tilhørte organisatorisk forskjellige seksjoner og avdelinger i Kulturrådet gjennom perioden. Fra 2020 var gruppen samlet i seksjon for kunstnerøkonomi og kreativ næring under avdelingen «Innovasjon og partnerskap». Kulturøkonomiprojektet ble også lagt til denne seksjonen, for å sikre en tett kopling mellom forvaltningen av tilskuddsordningene og kulturøkonomiprojektet.

Faggruppen var saksbehandler for tilskuddsordningene i satsingen. Innstillingene fra faggruppen ble orientert til Kulturrådets ledergruppe, og direktøren i Kulturrådet fattet vedtakene. Når det var nødvendig, fikk faggruppen bistand i vurderingene fra kunstfaglig kompetanse i organisasjonen. De kunne også innhente ekspertvurderinger fra aktørene i NAA-nettverket.

Arbeidet i Kulturrådet var rettet mot ti bransjer<sup>7</sup> (eller «felt», som Kulturrådet benytter som betegnelse), som de brukte mye ressurser på å øke kunnskapen om. Kulturrådet brukte søknadene om støtte systematisk

---

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

for å lære om feltet, både for å bygge opp egen kompetanse om bransjene og for å videreutvikle og forbedre ordningene.

De som arbeidet med kreativ næring i Kulturrådet, opplevde at dette arbeidet ble mer integrert i Kulturrådet over tid. Fagområdet og arbeidet på fagområdet fremsto etter hvert som tydeligere i organisasjonen.

### **Formidlingsarbeid**

I tillegg til å forvalte tilskuddsordningene arbeidet faggruppen mye med formidling. Medarbeiderne deltok på forskjellige bransjeaktiviteter for å markedsføre ordningene, som for eksempel TIFF i 2022.

Faggruppen oppgir at de 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 resulterte i at de fikk flere søknader fra disse bransjene. Pandemien bidro også til å gjøre Kulturrådet mer synlig for de mer kommersielle bransjene som tradisjonelt ikke har vært en del av målgruppen, ettersom det var Kulturrådet som forvaltet kompensasjons- og stimuleringsordningene til kunst og kultur.

### **Samarbeid**

Kulturrådet hadde jevnlig dialogmøter med Innovasjon Norge, se omtale av dette i kapittel 3.1.9. Ifølge Kulturrådet fungerte dette samarbeidet meget godt. Det var en tydelig grense mellom mandatene til hver av organisasjonene, som gjorde det enklere for dem å anbefale hverandres ordninger. Kulturrådet har uavhengig av KKN-satsingen en stor kontaktflate med enkelte NAA-er, mens det kan være mer sporadisk kontakt med andre NAA-er. De NAA-ene de samarbeider mest med, er NORLA, Music Norway og DTS. I forkant av utlysningen av midler i 2022 hadde Kulturrådet et felles infomøte med DTS for å treffe det leddet i scenekunsten. De gjorde det samme med NORLA tidligere år.

Faggruppen hadde også dialog med mange av de relevante fagmiljøene hos kommuner og fylkeskommuner. Som nevnt ovenfor hadde de dialog med fylkeskommunene i forbindelse med at regional bransjeutvikling ble overført til fylkeskommunene. Samtidig oppgir representanter for faggruppen at de ønsket mer samhandling med fylkeskommunene, blant annet for å legge til rette for regionale bransjeutviklingsprosjekter som dekker flere fylkeskommuner.

### **Egen vurdering av måloppnåelse**

Kulturrådet opplever at det over tid er blitt en økt aksept for og økt kunnskap om kultur som næring, både i kulturell og kreativ næring og politisk. Det er særlig koronapandemien som har bidratt til å sette næringsaspektet på agendaen. Bransjer som vanligvis ikke oppsøker Kulturrådet, ble gjennom kompensasjons- og stimuleringsordningene kjent med organisasjonen og mulighetene for tilskudd med videre. Dette gjenspeilet seg imidlertid ikke i søknadstallene for tilskuddsordningen næringsutvikling, hvor de bransjene som ikke er i Kulturrådets primære målgruppe, ikke økte sin andel verken under eller etter pandemien. Samtidig økte andelen tverrfaglige prosjekter vesentlig de siste årene av satsingen, og vi kan ikke utelukke at disse prosjektene inkluderte virksomheter som tilhører noen av disse bransjene. Hvorvidt disse bransjene i større grad søkte til Ovasjon, er vi ikke kjent med.<sup>8</sup>

Som for Innovasjon Norge ser Kulturrådet at det er de tre søylene kapital, nettverk og kompetanse i kombinasjon som gir best resultat. Utviklingsprogram for kulturinstitusjoner kombinerte kapital og nettverk, Ovasjon kombinerte nettverk og kompetanse, mens tilskuddsordningen næringsutvikling var et rent tilskudd. Det sistnevnte, det vil si rene tilskudd, er det som Kulturrådet vanligvis arbeider med, og derfor har faggruppen måttet arbeide internt i fagadministrasjonen for å få opp forståelsen for hvor viktig det er å også tilby kompetanse og nettverksbygging.

Faggruppen oppfatter at Kulturrådet i stor grad har nådd målene for ordningen, samtidig som det alltid finnes et forbedringspotensial. En av utfordringene har vært at det er vanskelig å måle hvorvidt ordningene som i stor grad er rettet mot å styrke mellomleddene i næringen, også har kommet kunstnerne bak til gode. Faggruppen så imidlertid på potensialet for slike effekter når de vurderte søknadene, og de prioriterte søknader som kunne forventes å ha store ringvirkninger mot det skapende og utøvende feltet.

## **4.2 Resultater og effekter for bedriftene**

### **4.2.1 Økonomisk utvikling**

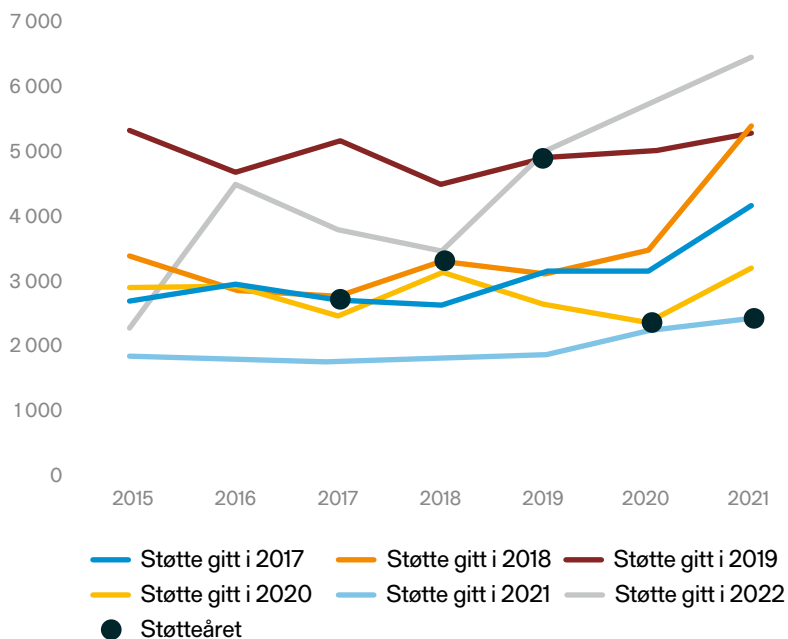
Det var kun ordningen næringstilskudd og til en viss del utviklingsprogrammet for kulturinstitusjoner som hadde som mål å bidra til å styrke enkelte virksomheter, og følgelig er det kun interessant å følge utviklingen

---

<sup>8</sup> For Ovasjon har vi kun samlet fordelingen på bransjer for hele perioden 2019–2022.

i økonomiske nøkkeltall for de virksomhetene som fikk tilskudd gjennom disse ordningene. I og med at utviklingsprogrammet for kulturinstitusjoner ble etablert i 2019, og at midlene først ble brukt i 2020, er det for tidlig å se resultater av disse tilskuddene. Det betyr at vi her kun ser på utviklingen i de virksomhetene som har fått næringstilskudd.

De bedriftene som fikk støtte i 2017 og 2018, har hatt en økning i gjennomsnittlig omsetning, mens mønsteret ikke er like tydelig for de som fikk støtte i 2019 og 2020 – og dette er heller ikke å forvente så fort etter at de har fått støtte (figur 4.5). De som fikk støtte i 2021, hadde en positiv utvikling i gjennomsnittlig omsetning fra 2019 til 2020, og de som fikk støtte i 2022, hadde en svært positiv utvikling i omsetning fra 2018 til 2021. Det vil si at veksten startet før virksomheten fikk næringstilskudd. Det er verdt å merke seg at i motsetning til Innovasjon Norge kan det se ut til at Kulturrådet nådde ut til stadig større bedrifter. Selv om det har vært variasjoner mellom årene, er trenden tydelig.



- ✎ **Figur 4.5** Utvikling i omsetning fra 2015 til 2021 i gjennomsnitt for virksomheter som har fått støtte gjennom Kulturrådets ordning Næringsutvikling, omsetning i tusen kroner. Kilde: Kulturrådet, Samfunnsøkonomisk analyse AS. Note: Nøkkeltallene har vi funnet ved å sammenstille data over mottakere med SØAs regnskapsdatabase SAFE, tilsvarende foretaksregisteret, og det er ikke alle virksomhetene vi finner igjen i foretaksregisteret.

Hvis vi ser på verdiskaping og antall årsverk hos de bedriftene som fikk støtte til næringsutvikling i 2017, vises det samme bildet som utviklingen i omsetning, hvor den gjennomsnittlige verdiskapingen økte fra 0,7 millioner kroner i 2017 til i overkant av 1 millioner kroner i 2019. Verdiskapingen falt naturlig nok i pandemiåret 2020, men den tok seg opp igjen i 2021. I perioden fra 2017 til 2021 hadde de som fikk støtte i 2017, en positiv utvikling i gjennomsnittlige årsverk, fra rundt 1,5 til 2,3. Det er imidlertid ikke alle som klarer seg like bra. Av de 21 bedriftene som vi har regnskapsdata for i 2017, og som fikk tilskudd til næringsutvikling i 2017, er det fire som hadde forsvunnet i 2021.

Det er utfordrende å måle lønnsomheten for tilskuddsmottakere i Kulturrådets del av KKN-satsingen, på samme måte som for Innovasjon Norges del, ettersom vi har forholdsvis få observasjoner, og det er relativt store svingninger i lønnsomheten over år. Det gjør at enkeltbedrifter kan få uforholdsmessig stort gjennomslag i gjennomsnittstallene, og tallene blir dermed vanskelige å tolke. Vi har derfor valgt ikke å presentere tallene for lønnsomhet for tilskuddsmottakerne her.

### **Tilskuddsmottakernes bruk av andre virkemidler**

For å se på hvordan tilskuddsmottakernes ellers har brukt næringsrettede virkemidler, har vi sammenstilt mottakerne med data i Samspillsdatabasen<sup>9</sup>, hvor bruk av næringsrettede virkemidler er registrert. Vi finner igjen 111 av de totalt 305 unike mottakerne av tilskudd fra Kulturrådet i Samspillsdatabasen. Men ettersom Samspillsdatabasen ikke dekker alle virkemidler alle år, kan det også være at noen av de andre 194 tilskuddsmottakerne har benyttet det øvrige virkemiddelapparatet. Samtidig indikerer det at Kulturrådet sannsynligvis har nådd mange virksomheter som ikke har fått støtte gjennom noen andre næringsrettede ordninger (som er registrert i Samspillsdatabasen). Opp til 63 prosent av mottakerne i Kulturrådets KKN-satsing kan være «nye» mottakere av næringsrettede tilskudd. Av de som har benyttet det øvrige virkemiddelapparatet, også utenfor KKN-satsingen, har flest deltatt i Innovasjon Norges ordninger – 90 unike virksomheter har også benyttet Innovasjon Norges ordninger.

---

9 Samspillsdatabasen er en database over mottakere av støtte fra det offentlige virkemiddelapparatet. Databasen gir mulighet for å identifisere virksomheter som har mottatt støtte fra ulike deler av virkemiddelapparatet, eller som deltar i ulike former for formalisert samarbeid med forskningsinstitusjoner og andre virksomheter. Samfunnsøkonomisk analyse utviklet og forvaltet databasen frem til 2020, da SSB tok over dataene (nærings- og forskningspolitiske virkemidler). Samfunnsøkonomisk analyse oppdaterer fortsatt deler av databasen, men den inneholder ikke lenger alle virkemiddelaktørene.

## 4.2.2 Bedriftenes vurderinger

I sluttevalueringen har vi intervjuet i alt 34 virksomheter som har fått tilskudd fra Kulturrådet innenfor én eller flere av KKN-ordningene. Før vi redegjør for deres tilbakemeldinger, presenterer vi kort hovedfunnene fra intervjuer og spørreundersøkelser som ble gjennomført i forbindelse med midtveisevalueringen, det vil si vinteren 2020–2021.

### Hovedfunn fra midtveisevalueringen

I likhet med tilskuddsmottakere av Innovasjon Norges KKN-ordninger var den generelle tilbakemeldingen i midtveisevalueringen at virksomhetene var svært fornøyde med tilskuddene. De viktigste resultatene, utover de konkrete verktøyene og produktene som ble utviklet, var at driften ble profesjonalisert, at virksomhetene hadde lært seg å tenke mer på økonomien, at de utviklet nye forretningsmodeller, og at de hadde blitt bedre på markedsføring. Flere trakk frem at det som var nyttig med tilskuddet til næringsutvikling, var at det kombinerte det kulturelle perspektivet (som flere av virksomhetene tidligere har fått støtte fra Kulturrådet til) og det «bedriftsmessige». Dermed hadde de mulighet for å bruke ressurser på et kulturelt prosjekt og samtidig utvikle sin egen virksomhet.

Det var likevel en del mer kritiske tilbakemeldinger, fremfor alt knyttet til lave støttebeløp og korte prosjektperioder. Dette gjaldt særlig ordningen utviklingsprogram for kulturinstitusjoner og var knyttet til større innovasjons- eller nettverksprosjekter. For eksempel uttrykte flere at tilskuddet ikke rakk til implementeringen av de digitale verktøyene som ble utviklet, og de var derfor bekymret for muligheten til å forvalte resultatene av støtten. Kulturrådet endret imidlertid kravene til hvordan søkerne skulle formulere mål, og hva prosjektet skulle resultere i, i 2021, for i større grad å tvinge søkerne til å være mer konkrete på dette. Videre ga Kulturrådet i 2022 større tilskudd til færre søkere enn i perioden 2019–2021.

### Tilskuddsordningen for næringsutvikling

I sluttevalueringen har vi intervjuet 23 virksomheter som har fått tilskudd til næringsutvikling.<sup>10</sup>

---

10 Vi har intervjuet virksomheter innenfor bransjene arkitektur (2), litteratur (3), film (2), visuell kunst / gallerivirksomhet (4), musikk (4), scenekunst (4), design (1) og tverrfaglig (3). Fem av virksomhetene fikk tilskudd i perioden 2017–2019, fire i 2020, 15 i 2021 og fem i 2022. Fem har fått tilskudd til næringsutvikling to ganger, og én har fått tilskudd til enten Regional bransjeutvikling eller Utviklingsprosjekter. Åtte har også deltatt på et av eksportprogrammene i Innovasjon Norge.

Tilskuddsmidlene er blant annet brukt for å styrke markedsføringen, rettet mot både et nasjonalt og et internasjonalt publikum, for å utvikle nye forretningsmodeller og prismodeller og til ulike former for interne styringssystemer. Felles for mange av tilskuddsmottakerne er at de opererer i en relativt kompleks verdikjede hvor de er bindeleddet mellom en utøvende kunstner og markedet. Det kan være en utfordring for mellomleddet å holde oversikt over de mange kunstnerne de representerer, og ikke minst mange forskjellige markedssegmenter og inntektskilder. Til dette trenger virksomheten gode CRM-systemer<sup>11</sup>. Virksomhetene møter også mange juridiske problemstillinger, blant annet knyttet til avtaler og kontrakter. For mange har det derfor vært viktig å ha hatt muligheten for å innhente juridisk kompetanse innenfor det støttede prosjektet. Utvikling av digitale plattformer for formidling av artister, kunstnere og kunst, nevnes av flere innenfor bransjene visuell kunst, musikk og scenekunst.

Flere tilskuddsmottakere har kjøpt inn ekstern kompetanse i gjennomføringen i prosjektene, hvilket både er begrunnet med at tilskuddsmidlene ikke kan brukes til å dekke egne lønnskostnader, og er begrunnet med at de trenger helt andre fagfolk. Det sistnevnte inkluderer for eksempel fagområdene økonomi, jus, kommunikasjon/markedsføring og programmering. Det er nødvendig å bruke eksterne konsulenter til kompetanse som virksomheten ikke har selv. Det er også noen som ønsker å kunne bruke mer av midlene internt for å på den måten å bygge egen kompetanse. Samtidig oppgir flere at eksterne konsulenter fungerer som en oppstrammer. Når virksomheten engasjerer og betaler for eksterne ressurser, er de er nødt til å følge opp disse, hvilket kan gi en bedre prosjektstyring.

Det som er fint med NUT, er at det gir rom (til selskap uten midler og gründere) til å utvikle bedrifter og konsepter, ved å få inn konsulenter der de trenger hjelp. (intervju)

For mange er det en balansegang mellom hva skal de kunne selv, og hva de heller skal kjøpe inn. Også ved bruk av eksterne konsulenter må virksomheten ha kompetanse til å vite hva det er de skal bestille. Videre kan det være vanskelig å finne ekstern kompetanse som har tilstrekkelig god bransjekunnskap.

Det var vanskelig å finne riktig konsulent. Ingen CRM-konsulent som skjønnte hva vi driver med. Valgte heller å lære opp et nystartet lite selskap og å lage gode interne rutiner. (intervju)

---

11 Customer Relations Management, det vil si kunderegistre.

Tilskuddene har hatt stor betydning for samtlige som vi har intervjuet, men det er vanskelig å anslå effektene kvantitativt i form av økt salg og økte inntekter. Resultater som nevnes, inkluderer

- økt profesjonalisering som bidrar til å styrke den økonomiske bærekraften – noen mener at støtten medførte et paradigmeskifte for virksomheten, hvor det ble tydeligere at de faktisk driver med næringsvirksomhet, og dette gjelder spesielt for de mindre virksomhetene som gjerne er preget av idealisme
- intern kompetanseheving
- nye systemer som gjør at de kan bruke mindre tid på administrasjon og mer tid på det kulturelle uttrykket fremover
- økt kunnskap om markedsføring og bruk av kommunikasjonsrådgivere, som for noen har betydd at de har nådd nye målgrupper, og at de har blitt mer synlige
- nye samarbeidspartnere og nye nettverk

Flere melder også om effekter utover resultatene for sin egen virksomhet. Noen mener for eksempel at de gjennom selv å ha utviklet seg som et mer profesjonelt mellomledd også har bidratt til at de tilknyttede kunstnerne er blitt mer profesjonelle. Noen prosjekter har hele bransjen hatt nytte av, for eksempel i form av at de har utviklet en distribusjonskanal eller formidlingsløsninger som flere aktører får tilgang til, men også i form av at de har bidratt i faglige samlinger, foredrag og presentasjoner.

Den viktigste utfordringen for tilskuddsmottakerne er at flere opplever at tilskuddet tar slutt før de er i mål, og at de derfor kan få problemer med å enten fullføre eller videreføre prosjektet. Et tilskudd på 400 000 kroner for utvikling av en app oppfattes av flere som «småbeløp», som ikke strekker langt.

Innenfor kunst og kultur forventes at man skal få til mye innenfor ekstremt stramme rammer. Må gønne på litt mer. [Kulturrådet] er litt forsiktige. (intervju)

Men det finnes også de som mener at små tilskuddsbeløp snarere er en fordel enn en ulempe:

Fint at det er lav terskel for å søke, at det ikke er så mange millioner, for da må søknaden og prosjektet være spisset. Og det er bra at man ikke trenger å gå mange sammen for å søke om store penger. (intervju)



Mange ønsker mer langsiktige prosjekter, ett år går fort – og spesielt i utfordrende tider som det har vært under pandemien og den gjeldende økonomiske krisen.

Et annet moment som blir tatt opp i intervjuene, er at det har vært lettere å hente ekstern kapital når den «norske staten har tro på det man gjør». For eksempel er det noen som har fått EU-midler i etterkant, som de mener at ikke hadde vært mulig uten tilskuddet fra Kulturrådet.

### **Tilskuddsordningen for regional bransjeutvikling**

De vi har intervjuet<sup>12</sup>, melder alle at koronapandemien medførte at utviklingen ikke ble som de forventet da de fikk tilskuddet eller avsluttet det støttede prosjektet. Dette kan delvis forklares med at omverdenen endret seg slik at det prosjektet de søkte om støtte til, ikke lenger var like relevant, eller det kan forklares med store økonomiske problemer, hvor én har blitt nødt til å legge ned den aktuelle virksomheten. Videre har noen hatt vanskeligheter med å videreføre nettverkene når RBU-midlene «forsvant», og videreføringen avhenger nå av andre tilskuddsgivere.

Selv om nettverkene som ble dannet, kanskje ikke formelt lever videre, ble det etablert nye kontakter og samarbeider som de vi har intervjuet, har kunnet ta videre i andre sammenhenger:

Endte i pandemien, vanskelig med nettverksprosjekter da. Hadde effekt når det pågikk, nye kontakter ble etablert. Nettverkene har skapt verdier – kjenner til flere samarbeid som har gitt kommersielle resultater. Selv om samlingene ikke er videreført, så fikk vi nye kontakter som vi samarbeider med nå. (intervju)

Flere av virksomhetene uttrykker et behov for ordninger som gir mindre aktører innenfor én og samme bransje insentiv til å samarbeide gjennom regionale «hubber». Dette kan tolkes som at de enten ikke er klar over at fylkeskommunen har tatt over dette virkemiddelet, eller at deres egen fylkeskommune ikke tilbyr virkemidler som er tilpasset de behovene deres egen bransje har.

---

12 Innenfor tilskudd til Regional bransjeutvikling har vi intervjuet fire tilskuddsmottakere. Disse representerer et tverrfaglig nettverk for kulturell og kreativ næring, spill, litteratur og scenekunst. Én har fått Regional bransjeutviklingsmidler fire ganger, én to ganger og to en gang. En har også fått tilskudd til Utviklingsprosjekter etter at Regional bransjeutvikling ble avviklet.

### Utviklingsprogrammet for etablerte kulturinstitusjoner

Tilbakemeldingene fra tilskuddsmottakerne i utviklingsprogrammet for etablerte kulturinstitusjoner er som for tilskuddsmottakere i ordningen for næringsutvikling. Mottakerne har fått det de forventet av tilskuddet.<sup>13</sup> Det som trekkes frem spesielt for denne ordningen, er muligheten å utvikle innovative prosjekter og ta i bruk ny digital teknologi uten at det går ut over den vanlige driften. Mange av institusjonene har en relativt trang økonomi hvor driftsinntektene normalt ikke tillater denne typen prosjekter. Det er også interessant at et par av prosjektene som er gjennomført, oppfattes som litt kontroversielle av tilskuddsmottakerne, idet de utfordrer tradisjonelle strukturer og bringer inn nye aktører eller arbeidsmåter.

Videre trekkes nettverkssamlingene frem som viktige, for å dele erfaringer og få inspirasjon fra hvordan andre institusjoner arbeider med digitalisering.

Også her er det eksempler på at prosjekter som har fått støtte, har hatt effekter utover den institusjonen som fikk tilskuddet:

Hvordan måler vi suksess? Etter prosjektet ser vi at 4 av 5 av de frie kunstnere vi engasjerte, utforsker ny teknologi i det frie feltet. Det vil kunne spores tilbake til Kulturrådet – det er på en måte et såkorn. Ikke bare hos oss, men også i det frie feltet. (intervju)

Utfordringen som det ble pekt på i midtveisevalueringen, som gjaldt stramme budsjetter og usikkerheten knyttet til mulighetene for å ferdigstille prosjektene og ikke minst for å forvalte dem fremover, synes å være noe mindre nå. Dette kan skyldes at Kulturrådet har satt strengere krav til prosjektene, at aktørene har lært mer, og at de allerede fra starten har en tydeligere plan for hvordan utviklingsprosjektene skal videreføres. Men både finansiering og tidsplan kan likevel være utfordrende. Et ønske fra tilskuddsmottakerne er at det blir etablert en tostegsløsning, hvor virksomhetene først kan få støtte til et forprosjekt, som kan legge til rette for et mer solid grunnlag for et eventuelt hovedprosjekt.

Det er veldig få støtteordninger som hjelper å utvikle prosjektideer, man får alltid litt mindre midler enn man trenger, og man må levere innenfor to år, med trangere rammer økonomisk, med de samme målene som man satte for to år siden. (intervju)

---

13 Vi har intervjuet syv kulturinstitusjoner som har fått tilskudd til utviklingsprosjekter. Etttersom fire av disse har fått støtte til to prosjekter, representerer disse syv i alt elleve prosjekter: to i 2020, seks i 2021 og tre i 2022.

Det burde vært mye lettere å få midler raskt til en forprosjektfase, da tror jeg også man kunne fått bedre prosjekter inn mot de store prosjektene – smarte og bedre prosjektsøknader og større og fler-årige prosjekter for å sikre at prosjekter får utvikle seg ordentlig. De ville også kunne landet bedre dersom de kunne utvikles bedre i forkant. (intervju)

Mange av institusjonene som har fått tilskudd til utviklingsprosjekter, får driftstilskudd over Kultur- og likestillingsdepartementets budsjett. I intervjuer blir det nevnt at disse institusjonene heller kunne få utviklingsmidler innenfor driftstilskuddet, både for at det kunne gitt større frihet i hvordan midlene brukes, og for at de da ikke må konkurrere med frilansere om samme pott. At disse institusjonene får stadig mindre bevilgninger, med flere føringer for arbeidet, gir imidlertid stadig mindre rom for å drive med utviklingsprosjekter i tilknytning til det ordinære arbeidet.

### **Virksomhetenes dialog og samarbeid med Kulturrådet**

De aller fleste tilskuddsmottakere som vi har intervjuet, har god oversikt over tilskuddsordninger i Kulturrådet, og mange har erfaring med å søke på de kulturelle ordningene og på andre tilsvarende virkemiddelaktørers ordninger. De har derfor stort sett funnet ordningene selv på Kulturrådets nettsider.

Det er relativt store variasjoner i hvor mye kontakt mottakerne har hatt med Kulturrådet, både i søkeprosessen og i prosjektgjennomføringen. De som selv har søkt kontakt med Kulturrådet, oppfatter at de stort sett har fått svar på det de har lurt på, og at de har fått god veiledning i søknadsarbeidet. Mange har hatt behov for å gjøre endringer i prosjektene, og her har de oppfattet Kulturrådet som forståelsesfulle og fleksible. Det har for eksempel vært enkelt å få utsatt fristen for prosjektet. Samtidig er det flere som etterlyser begrunnelser enten på hvorfor de får avslag på søknader, eller på hvorfor Kulturrådet velger å kutte i søknaden og i det beløpet som bevilges.

Litt avhengig av ordning og prosjektets art opplever de fleste at det er tidskrevende å skrive en søknad.

Jeg engasjerte en bedriftsrådgiver for å hjelpe oss i søknadsskrivingen. Da husker jeg at vi snakket om at det de spurte om i søknaden, var veldig omfangsrikt. Vi leverte omtrent samme type søknad til IN for 1,6 millioner. Det sto ikke helt i forhold til hverandre. (intervju)

Men det er samtidig stor forståelse for hvorfor det er sånn, og flere mener at søknadsarbeidet er en læreprosess som bidrar til at prosjektet som regel

blir bedre, fordi det blir tydeligere «hvor man står, og hvor man vill hen». Noen mener også at det ligger en del bedriftsutvikling i det å søke.

Det blir også nevnt at søknadsprosessen kan føre til at virksomheten skreddersyr prosjektet slik at det passer til utlysningen, i stedet for at søkerne finner en utlysning som passer for de behovene de har. Da kan de risikere å gjøre tilpasninger som er kontraproduktive for det næringsmessige utviklingsarbeidet.

Jo mer øremerkete midler dess mindre får man ut av det – kan også påvirke hvordan man utvikles, hvis man ser for mye til tilskuddssystemet. Er det en grunn til at kulturbransjen har få kommersielle suksesser? Enklere å søke om tilskudd hvert år enn å bli økonomisk bærekraftig? (intervju)

De aller fleste synes at Kulturrådets søknads- og rapporteringsportal var lite brukervennlig og tungrodd:

Synes noen av søknadsskjemaene til Kulturrådet er vanskelige. Husker ikke om det var sånn på NUT, men man skal liste ut aktiviteter i en tidsplan, og man skal fylle ut en og en linje. Det er utrolig krevende. Det hadde vært fint om man kunne legge ved et vedlegg. Og gjør man noe feil, så må man starte på nytt, det lagres ikke. (intervju)

Av veldig mange tilskuddsforvaltere, er kravet til søknader større i Kulturrådet, og Altinn-ordningen er komplisert og dårligere, som gjør at søkingen er mer tidkrevende enn hos andre. De oppleves også som strengere og hardere å forholde seg til, enn en del andre tilskuddsforvaltere. Kulturrådet er en aktør som krever mer ressurser fra oss i mange tilfeller. (intervju)

### **Pandemiens betydning**

Som nevnt påvirket koronapandemien gjennomføringen av mange prosjekter, både i hvor lang tid det tok, og i innhold. Her har Kulturrådet vist stor fleksibilitet og godkjent søknader om endringer i prosjektene.

For flere av dem vi har intervjuet, var tilskuddene viktige i pandemien. Foruten å gi et vel behøvd finansielt tilskudd var det også for noen fint å ha det støttede prosjektet «som sysselsetting», da mye av den øvrige virksomheten var satt på pause. De fleste meldte fra om at tilskuddet var relativt betydningsfullt, mens noen gikk så langt som å si at det var nest inntil avgjørende for at de klarte seg gjennom pandemien.

### **Tilskudd til kulturelle aktiviteter**

En viktig tilbakemelding er at det er et spenn mellom idealistene og de mer kommersielle aktørene og mellom kulturelle uttrykk og kreativitet. De aller fleste oppfatter Kulturrådets ordninger som rettet mot aktører som er «idealistiske, og dermed er lite kommersielle». Mange mener likevel at det var viktig at Kulturrådet hadde det mandatet i KKN-satsingen, og at det tilbød et alternativ til dem som ikke nådde opp i Innovasjon Norges ordninger. Det blir blant annet nevnt at ordningene anerkjente et åpenbart problem: at det er vanskelig å drive små kulturelle bedrifter.

Viktig ordning som bør styrkes og utvikles. Kulturrådet er de som har størst innsikt i hvordan kulturfeltet jobber og fungerer. Balansen mellom offentlig kulturtilbud og mer markedsrettet. Kulturrådet har en god forståelse av hvem vi er, og hvordan vi jobber. Midler til kultur burde komme fra Kulturrådet. Treffer mer relevante prosjekter. Opplever at Innovasjon Norge er rettet mot andre typer virksomheter. Vanskelig for oss å passe inn i deres system. (intervju)

Samtidig er det aktører innenfor kreativ teknologi som selv opplever at de er en del av en kulturell bransje, og at de dermed er i målgruppen for ordningene, men som likevel ikke når opp:

Vi har prøvd Kulturrådet et par ganger, men har fått avslag – opplever at det ikke er så stor interesse for vår type aktivitet. Veldig lite forståelse for det vi driver med. Har vært frustrerende – vi mener at vi treffer på alt i utlysningsteksten. De som får, er kun artister og kunstnere. (intervju)

Veldig mange av de jeg har jobbet med innenfor mote, har gått over til kunsthåndverk fordi det ikke finnes støtte til design. De går over til tekstilkunst, selv om det ofte ikke er noe forskjell på kunst og design. Noen ganger er designerne bedre kunstnere, mer interessante. Det skulle vært en åpen kategori. Tverrfaglig eller en helt åpen kategori. Det er ikke alle som faller inn under kategoriene hos Kulturrådet. En åpen kategori for folk som bidrar med kultur, men som ikke er utdannet kunstnere. (intervju)

## 4.3 Måloppnåelse – Kulturrådet

Målene for KKN-satsingen i Kulturrådet var å styrke enkeltkunstneres muligheter for økte inntekter og å legge til rette for mindre virksomheter som utgjør støtteapparatet rundt utøvende og skapende virksomhet regionalt. Målgruppen for tiltakene var kunstnere og mindre virksomheter som jobber med formidling og salg av kulturelle uttrykk. Videre var det et mål å bidra til kunnskapsutvikling hos disse virksomhetene og hos mer etablerte kulturinstitusjoner.

For å måle hvorvidt Kulturrådet nådde disse målene, har vi brutt dem ned til et antall indikatorer, basert på informasjon om de virksomhetene 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 har spredt seg til enkeltkunstnere og mindre virksomheter. Det finnes ikke noen samlet oversikt over hvem som har nytt godt av det arbeidet som ble gjort i de regionale «hubbene». Tilbakemeldingene fra intervjuer med tilskuddsmottakerne tyder imidlertid på at Kulturrådet har klart å nå ut til de egentlige målgruppene, og at de har bidratt til å spre kompetanse til disse.

Av tabell 4.2 ser vi at antall bedrifter som fikk tilskudd per år, økte frem til 2020, men ble redusert etter det. Gjennomsnittlig beløp per tilskudd økte i hele perioden, hvilket frem til 2021 berodde på at rammen økte mer enn antall tilskuddsmottakere, mens det i 2022 hadde sammenheng med at det var vesentlig færre tilskuddsmottakere.

➤ **Tabell 4.2** Kvantitative indikatorer for KKN-satsingen i Kulturrådet.

Indikator	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Antall søknader	238	233	244	235	195	162
Antall tilsagn	62	57	66	69	69	36
Antall unike/nye bedrifter som fått tilskudd	62	53	53	44	63	32
Totalt bevilget beløp som tilskudd, mill. kr	17,5	18,4	24,8	25,2	24,5	14,4
Gjennomsnittlig beløp per tilskudd, tusen kr	282	323	376	365	356	401

Note: Informasjonen i tabellen er hentet fra data fra Kulturrådet over de spesifikke støttemottakerne/deltakerne i KKN-satsingen. Kompetanseprogrammet Ovasjon inngår ikke i tabellen.

Kilde: Kulturrådet.

▾ **Tabell 4.3** Kvalitative indikatorer for KKN-satsingen i Kulturrådet.

<p><b>Andel nye tilskuddsmottakere</b></p>	<p>Det er 305 unike mottakere for alle ordningene i alle årene. For næringsutvikling er det 197 unike mottakere. Av de 197 finner vi igjen 60 i Samspillsdatabasen, og de har alle fått tilskudd fra andre enn Kulturrådet. Samtidig er det flere av tilskuddsmottakerne som har fått andre tilskudd fra Kulturrådet, det vil si ikke næringsrettede tilskudd, og som har fått tilskudd fra andre instanser som gir støtte til kulturelle virksomheter og aktiviteter.</p> <p><b>Kulturrådet har over tid klart å nå ut til en ny målgruppe for næringsrettede virkemidler.</b></p>
<p><b>Geografisk fordeling: søknader, tilskudd og beløp per region</b></p>	<p>For alle tre tilskuddsordningene er det en overvekt av støtte til Osloområdet. Regional bransjeutvikling hadde en god spredning over hele landet for hele perioden, men det var relativt store forskjeller fra år til år. Næringsutvikling hadde en stor overvekt i Oslo, men det var også en del tilskuddsmottakere fra Vestlandet. Utviklingsprogram for kulturinstitusjoner hadde en overvekt i Oslo, men her er Innlandet og Nord-Norge i større grad representert enn for de andre ordningene.</p> <p><b>Den regionale fordelingen følger stort sett lokaliseringen for de enkelte bransjene.</b></p>
<p><b>Bransjemessig fordeling</b></p>	<p>Samlet for de tre ordningene var det en stor overvekt av tilskuddsmottakere innenfor musikk, scenekunst, visuell kunst og film (over halvparten av totalt tilskudd). De bransjene som hadde færrest tilskuddsmottakere, var reklame, mote og kulturvern (alle i underkant av 1 prosent).</p> <p><b>En stor del av tilskuddsmottakerne i Kulturrådet tilhører de kulturelle bransjene i næringen.</b></p>

## Kapittel 5

# Norwegian Arts Abroad

*Norwegian Arts Abroad* (NAA) er en paraplysammenslutning eller et nettverk av syv 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 i NAA, 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 som ikke er en del av evalueringen, da DOGA ikke har fått det ekstra tilskuddet fra Kulturdepartementet

Det overordnede målet med tildelingene til NAA-ene innenfor KKN-satsingen er å gi 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.

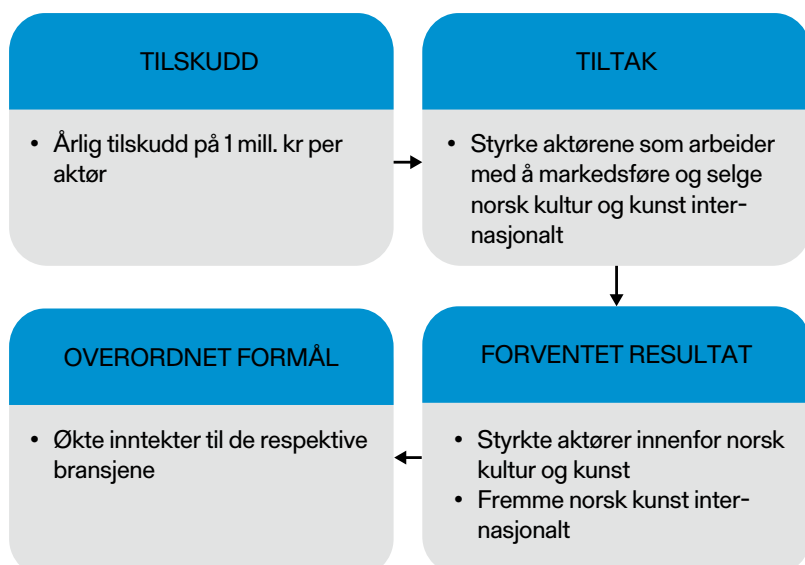
### Innsatslogikk

Organisasjonene som er samlet under Norwegians Arts Abroad, med unntak av DOGA, har i perioden 2017–2022 fått én til to millioner kroner hvert år innenfor KKN-satsingen. Formålet har vært å styrke støtteapparatet rundt utøverne for å øke markedsmulighetene og bidra til internasjonalisering, det vil si å bygge og styrke bransjene rundt kunstnere/artister. I Kulturdepartementets budsjett for 2020 tok departementet ut den direkte koplingen til KKN-satsingen, men de beholdt og til dels økte bevilgningene, med formål om å «legge til rette for profilering og økt eksport av norsk kunst og kultur gjennom gode insentivordninger» (Kulturdepartementet, 2019). Det varierer hvorvidt NAA-ene brukte de ekstra midlene til de ordningene



som er etablert gjennom KKN-satsingen, eller om de brukte dem til andre tilskuddsordninger.

De enkelte organisasjonene er av svært varierende størrelse, og de ulike feltene de opererer innenfor, har ulik grad av «modenhet» for markeds- perspektiver og internasjonalisering. Det betyr at organisasjonene har hatt svært ulike forutsetninger for å bruke den ekstra tildelingen på tilsiktet måte.



» **Figur 5.1** Innsatslogikk for NAA-enes arbeid med kulturell og kreativ næring.

Sammenlignet med de andre ordningene er tildelingene til NAA-ene relativt små målt i både penger og innsats. Like fullt er disse ordningene interessante, dels fordi de er så spisset mot de enkelte bransjene, og dels fordi de er spisset i innretningen, idet de legger vekt på å bygge bransje spesielt gjennom eksportrettet virksomhet. Videre kan disse ordningene ses som et komplement til ordningene i Innovasjon Norge og Kulturrådet.

### Generelle endringer i NAA-ene

Fra 2021 ble den administrative oppfølgingen av driftstilskuddene til NAA-ene fra Kultur- og likestillingsdepartementet delegert til Kulturdirektoratet. Det innebærer at Kulturdirektoratet sender tilskuddsbrev, utbetaler tilskudd og innhenter og kvalitetssikrer budsjettsøknader og rapporter. Kulturdirektoratet er underlagt Kulturdepartementets instruksjonsmyndighet, og departementet har det overordnede faglige og politiske ansvaret. Tilskuddsbrevene fra Kulturdirektoratet til NAA-ene i 2021 og 2022 er

svært generelle, og de inneholder ingen instruksjoner knyttet til hvordan det samlede tilskuddet skal disponeres, kun en forutsetning om at tilskuddet skal disponeres i samsvar med de formålene som er oppgitt i de respektive NAA-enes budsjettsøknader.

I 2021 og 2022 gjennomførte NAA-ene et tverrfaglig pilotprosjekt i form av et kompetanseprogram, delvis inspirert av Innovasjon Norges eksportprogram.<sup>1</sup> Ordningen ble finansiert av Utenriksdepartementet. Det ble valgt ut syv kunstner-team, bestående av én norsk kunstner og en agent, som fikk tilskudd til å internasjonalisere prosjektene sine innen film, litteratur, kunsthåndverk, billedkunst, design, musikk og scenekunst. Tanken var også at aktørene på de ulike kunstfeltene ville ha utbytte av å arbeide sammen og lære av hverandre. Dette programmet, selv om det ligger tett opp til arbeidet NAA-ene gjør innenfor KKN-satsingen, har ikke vært inkludert i følgeevalueringen.

## 5.1 Norwegian Literature Abroad (NORLA)

NORLA er en stiftelse finansiert av Kulturdepartementet, som har et årlig driftsbudsjett på drøye 20 millioner kroner (2021).<sup>2</sup> NORLAs formål er å fremme norsk litteratur i utlandet, i form av tilskudd til oversettelser og annen promotering av norsk litteratur. NORLA jobber med alle litterære sjangre: skjønnlitteratur, sakprosa og barne- og ungdomslitteratur. De hadde også 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 2018 og 2019 ble tilskuddet videreført og koplet til satsingen «Litteratur ut i verden». Som nevnt ovenfor er ikke KKN-satsingen nevnt eksplisitt i tilskuddsbrevene for 2020–2022, men ordningene er videreført som en del av NORLAs samlede portefølje av tilskuddsordninger.

1 [https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/auka\\_satsing/id2889631/](https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/auka_satsing/id2889631/)

2 I tillegg får NORLA øremerkede tilskudd fra UD, Nordisk ministerråd og andre aktører. De totale inntektene var i 2021 knappe 24 millioner kroner.

## Ordninger og tildelinger

NORLA har etablert følgende tilskuddsordninger innenfor bevilgningen:

- *Reise- og nettverksstøtte:* Agenter kan søke om midler for å arrangere nettverksmøter i nye markeder, med en tilskuddssats på 3 000–20 000 kroner. Her tar NORLA 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. De legger vekt på nyskapende aktiviteter, internasjonal relevans og langsiktig betydning.
- *Prøveoversettelser:* Dette er en utvidelse av en eksisterende ordning hvor det kan gis 15 000–20 000 kroner (maksimalt 30 000 kroner) til oversettelse av større utdrag av en bok. Hvert agentur eller forlag kan søke om opptil fem utvidede prøveoversettelser per år. Ordningen blir utlyst to ganger per år.
- *Eksport- og markedstiltak 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 skal den øke inntjeningen til norske aktører. Tilskuddsordningen er rettet mot å stimulere gode markedsidéer og spissede satsinger for titler med særlig potensial for eksport. I tillegg skal den initiere nye og styrke eksisterende samarbeidsprosjekter med internasjonale utgivere, underagenter og andre aktuelle samarbeidspartnere.

Det har vært en økning både i antall søknader og tilsagn i perioden 2019–2022, fra totalt 41 søknader og 22 tilsagn i 2019 til 57 søknader og 55 tilsagn i 2022 (tabell 5.1). Totalt tilskuddsbeløp for ordningene har også økt i denne perioden, men ikke tilsvarende antall tilsagn, slik at gjennomsnittlig tilsagn har blitt redusert fra 16 500 kroner i 2019 til 13 600 kroner i 2022.<sup>3</sup> Tilslagsprosenten, basert på søkt og tildelt beløp, har økt i perioden, med 40 prosent i 2019 og 68 prosent i 2022. Denne utviklingen henger delvis sammen med at rammen for ordningene fordeles på flere søknader, men

---

3 Redusert gjennomsnittlig tilskudd over tid gjelder for alle tre tilskuddsordningene, det vil si at endringen ikke skyldes at det er blitt gitt flere tilskudd til reisestøtte (som har lavest tilskuddsbeløp) og færre eksporttilskudd (som har de høyeste tilskuddsbeløpene).

den kan også være et tegn på læring hos dem som søker – at de etter hvert i større grad vet hva de kan søke på, og at de har lært seg å skrive gode søknader. Det at det er forholdsvis få unike søkere til ordningene, kan også bekrefte at det har vært en læreprosess. Totalt er det 17 virksomheter hvor alle unntatt én har fått tilskudd minst én gang. Det vil si at økningen i antall søknader ikke skyldes mange flere unike søkere, men at det har kommet flere søknader fra de som har mottatt tilskudd helt fra starten av.

» **Tabell 5.1** Tilskudd fra NORLAs ordninger i KKN-satsingen 2019–2022, antall og tusen kroner.

Ordning	2019	2020	2021	2022
<b>Eksport- og markedstiltak, antall</b>	4	11	9	7
<b>Eksport- og markedstiltak, beløp</b>	155	392	336	200
<b>Reise- og nettverksstøtte, antall</b>	10	5	5	20
<b>Reise- og nettverksstøtte, beløp</b>	62	25	45	81
<b>Prøveoversettelser, antall</b>	8	16	22	28
<b>Prøveoversettelser, beløp</b>	145	250	272	469
<b>TOTALT, antall</b>	22	31	36	55
<b>Beløp</b>	362	667	653	750

Kilde: NORLA.

I tillegg til disse tilskuddsordningene har NORLA brukt en del av midlene til en prosjektordinator som gjennomførte satsingen Litteratur ut i verden sammen med Innovasjon Norge. Videre har NORLA brukt midler til å etablere et markedsføringsverktøy i form av en informasjonsdatabase, [www.booksfromnorway.com](http://www.booksfromnorway.com), som er rettet mot internasjonale bransjeaktører. Her finner man informasjon på engelsk om norske bøker og forfattere i alle sjangre. Siden gir også informasjon om oversettere som oversetter norsk litteratur til nesten femti språk.

### Gjennomføring

NORLA melder om at interessen øker for tilskuddsordningene for agenter og forlag, og at flere og flere tar i bruk disse ordningene. Som vist ovenfor har det imidlertid ikke vært noen stor økning i antall unike tilskuddsmottakere, men i 2021–2022 var det fire nye virksomheter som søkte om og fikk tilskudd.

For eksport- og markedstiltak startet NORLA med en nokså åpen formulering av ordningen for å ha en mulighet for å tilpasse den til behovet, det vil si at det var stor variasjon i hva slags type prosjekter man kunne

søke tilskudd til. Ifølge NORLA har det dermed tatt litt tid for ordningen å sette seg, samtidig som det at den var såpass åpen, fungerte godt under pandemien. Dette kan vi muligens også se av at det var forholdvis mange flere søknader til denne ordningen i 2020 og 2021 enn i både 2019 og 2022.

Prøveoversettelsene dekker et spesifikt behov for bransjen, og det er ifølge NORLA viktig med en tilskuddsordning som direkte bidrar i agentens innsalgsprosess. NORLA får tilbakemeldinger som tyder på at ordningen er veldig nyttig. Her har det også vært en økning i antall søknader, og ikke minst i antall tilsagn i perioden.

I forbindelse med midtveisevalueringen oppga NORLA at de måtte arbeide mer for å markedsføre reise- og nettverksstøtten, ettersom denne typen ordning var helt ny. Antall søknader og tilsagn har nærmest doblet seg fra 2019 til 2022, hvilket kan tyde på både at ordningen har blitt mer synlig, og at reisebehovet økte etter to år med pandemi (i 2020 og 2021 var antall søknader og tilsagn selvsagt lavt).

NORLA mener at tilskuddene dekker et viktig ledd i eksporten av norsk litteratur, og at det er viktig å kunne støtte agenturene direkte. Oversettere og agenter er helt nødvendige for at norsk litteratur skal utgis på andre språk. Det er krevende å selge rettigheter til norske bøker, og agenturene må ha gode internasjonale nettverk og kjenne bransjen. Følgelig tar det tid å bli et velrenommert agentur. Dette er også i tråd med tilbakemeldinger fra intervjuer med norske agenturer som har fått tilskudd fra Innovasjon Norge, Kulturrådet og/eller NORLA.

NORLA opplever at de har lært mye gjennom disse ordningene, og at det over tid er blitt lettere å se hva som har potensiale, og at det også er blitt lettere å jobbe mer målrettet og hensiktsmessig med ordningene. NORLA ser betydningen av å synliggjøre de prosjektene de har gitt tilskudd til, og dermed både markedsføre ordningen og spre kunnskap om hvordan agenter kan arbeide.

NORLA samarbeider med de andre NAA-ene, og disse møtes fast annenhver uke. Her utveksler de informasjon, blant annet om søknader, men også om hvordan de kan innrette ulike virkemidler, etterspørsel med videre. Kulturdirektoratet har NORLA god kontakt med, ettersom det kan være en viss overlapning blant søkerne – ordningene som NORLA forvalter, har generelt mindre beløp, mens Kulturdirektoratets ordninger<sup>4</sup> gjerne har større budsjettammer. Tilbakemeldingene fra intervjuer med bedrifter som har fått tilskudd både fra NORLA og Kulturrådet (det vil si de ordningene innenfor KKN-satsingen som nå er avsluttet), tyder på at tilskuddsordningene utfylte hverandre.

---

4 Dette gjelder både de ordningene som Kulturdirektoratet forvaltet i KKN-satsingen, og øvrige tilskuddsordninger i Kulturdirektoratet som retter seg mot litteratur.

## 5.2 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. Filminstituttet er Kulturdepartementets rådgivende organ på disse områdene. NFI forvalter en total tilskuddsramme på 625 millioner kroner per år.<sup>5</sup>

### Ordninger og tildelinger

I 2017–2019 utlyste NFI de ekstra midlene som tilskudd til pilotprosjekter for å markedsføre én eller flere audiovisuelle produksjoner – dramaserie, spillefilm, kortfilm, dokumentarfilm eller spill – internasjonalt. Det var totalt 7 prosjekter som fikk tilskudd, av 39 søknader, det vil si at NFI prioriterte noen få prosjekter som fikk tilskudd på mellom 300 000 og 700 000 kroner.

I de senere årene har ikke disse midlene blitt lyst ut som egne ordninger, men de har heller inngått i den internasjonale satsingen som inkluderer tilskudd til deltakelse på festivaler og markeder i utlandet med videre (Norsk Filminstitutt, 2022). På grunn av at den ekstra bevilgningen inngår i en større satsing, er det ikke mulig å skille ut hvilke prosjekter som har fått støtte akkurat fra disse midlene.

### Gjennomføring

NFI er vesentlig forskjellig fra de andre NAA-ene, idet de er større, forvalter flere midler og er en statlig organisasjon. Det siste betyr at de 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. Videre er filmbransjen en sterkt kommersialisert bransje hvor det er vanskelig å lage et skarpt skille mellom kultur og marked.

I de to foregående evalueringene av KKN-satsingen var NFI litt kritisk til NAA-midlene. De uttrykte at både beløpets størrelse og de føringene som var lagt, gjorde det utfordrende å finne en fornuftig måte å bruke tilskuddet på. Som nevnt ovenfor brukte de i starten den ekstra millionen til produsenter eller til aktører som gjør fellestiltak overfor produsenter, for å gjennomføre innovative prosjekter for å selge filmer til utlandet.

---

5 <https://www.nfi.no/dette-gjor-nfi/dette-gjor-nfi>

Men ifølge NFI har filmprodusentene allerede gode nok ordninger, og de ønsket derfor å vinkle bransjemidlene vekk fra produsentene til å støtte markeds plasser, der finansiering og salg foregår. Dette har de fått gehør for i Kultur- og likestillingsdepartementet, og i dag er det ikke lenger en føring om at midlene skal brukes på «salg og agentur».

NAA-midlene brukes nå til å støtte den kommersielle delen av etablerte filmfestivaler eller arenaer for å selge film- og TV-produksjon. Dette kan være i form av at NFI deltar på eller med stand, nettverksarrangementer, showcaser, pitcher eller annet. Produsenter som har film eller prosjekter på disse stedene, kan søke reise- og/eller lanseringstilskudd fra NFI.

NAA-midlene er også brukt til å etablere to nye arenaer for nye former for finansiering, som strømmetjenester og digitale plattformer, spesifikt rettet mot det nordamerikanske markedet. Dette er DOC Norway<sup>6</sup> i Bergen og Fiction Norway<sup>7</sup> i Tromsø, og hit inviteres aktører fra USA for å overvære pitcher og delta i møter og ulike typer av nettverksarrangementer. Ifølge NFI har det vært en substansiell utvikling gjennom disse arenaene.

NFI har hatt dialog med produsentene om hvordan de skal innrette NAA-midlene, og produsentledet har i stor grad vært enige om hva de ønsket å prioritere, basert på en felles oppfatning av hva som er viktig.

I dag opplever NFI at de får brukt NAA-midlene på en god måte, og at de passer godt som en del av strategien til NFI. Dette kan både skyldes det arbeidet NFI har lagt ned for å utforme en hensiktsmessig måte å bruke midlene på, at det også er blitt et større behov for støtte til internasjonal markedsføring, og at hele bransjen er blitt mer internasjonalt orientert. Tradisjonelt har norske bransjer lagt mer vekt på hjemmemarkedet, men dette har endret seg veldig de siste årene. Strømmeselskapene spiller en rolle her som viktige investorer, og etterspørselen etter norske produksjoner er økt. I tillegg har norsk film hatt en del internasjonale suksesser, som for eksempel Verdens verste menneske.

## 5.3 Music Norway

Music Norways formål er å legge til rette for eksporttiltak og profilere norsk musikk internasjonalt. Virksomheten skal blant annet være en internasjonal støttespiller og tilrettelegger for norsk musikkbransje. Music Norway er

---

6 <https://www.nfi.no/aktuelt/2022/klart-for-tredje-doc-norway-market-i-juni>

7 <https://www.fictionnorway.no/>

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 at «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 ble tilskuddet videreført uten noen endringer, med unntak av at bevilgningen økte til to millioner i 2020. I 2021 og 2022 er ikke ordningen spesifikt nevnt i tildelingsbrevet fra Kulturdirektoratet.

### Ordninger og tildelinger

I starten la Music Norway inn den ekstra bevilgningen i en bransjetilskuddsordning, for å bidra til at profesjonelle norske bransjeaktører kunne delta i et internasjonalt marked for å fremme salg og spredning av norskprodusert musikk. Formålet var å øke markedsverdien, etterspørselen og oppmerksomheten til artistene de representerer, i tillegg til å utvide nettverket, øke markedsinnsikten og bedre omdømmet til det norske støtteapparatet. Gjennom ordningen bransjetilskudd kunne støtteapparatet rundt musikerne (det vil si selskaper som forvalter mer enn egne rettigheter) søke støtte til tiltakene markedsføring<sup>8</sup>, møtevirksomhet<sup>9</sup> og bakkekontakt<sup>10</sup>. I løpet av 2020 la Music Norway ned ordningene møtevirksomhet og bakkekontakt, samtidig som de økte markedsføringstilskuddene til også å omfatte utøvere, artister, opphavere, komponister, låtskrivere og tekstforfattere og rammen ble utvidet til fem millioner kroner fra 2021.<sup>11</sup> Innenfor markedsføringstilskuddene kan man søke om tilskudd enten for å dekke kostnader for enkeltstående markedsføringstiltak som skal utløse internasjonal etterspørsel, eller til større lanseringsprosjekter. For at søkerne skal få tilskudd til større lanseringsprosjekter, må det være mulig å dokumentere at det er vesentlig norsk og/eller internasjonal etterspørsel

---

8 Tiltaket markedsføring skal utløse økt internasjonal etterspørsel, herunder kjøp av PR- og markedsføringstjenester fra tredjeparter ved lanseringer og/eller turneer i utlandet, reise- og oppholdsutgifter i forbindelse med promoteringsopptredener på radio eller TV og kjøp av annonsering i internasjonale mediekkanaler.

9 Tiltaket møtevirksomhet er tilskudd til reise- og oppholdsutgifter i forbindelse med næringsrettet møtevirksomhet i utlandet.

10 Tiltaket bakkekontakt er tilskudd til å dekke reise- og oppholdskostnader (maks 50 prosent) ved lengre arbeidsopphold i ett og samme marked (1–3 måneder).

11 <https://www.stikk.no/reisestotte/index.php?action=7&ordningid=3&f=promo>



for prosjektene i markedet de søker om, og at søkerne allerede har internasjonale samarbeidspartnere eller nettverk.

Music Norway bruker portalen stikk.no for alle søknader om tilskudd. Det er søknadsfrist fire ganger per år. Fordelingen av tilskuddsmidlene fattes av Music Norways fagutvalg. Ved behov innhenter fagutvalget ekstern ekspertise. Music Norway utfører utvalgets sekretariatsfunksjoner.

I perioden 2017–2020 mottok Music Norway 692 søknader til bransjetilskudd, og av disse ble 455 innvilget (tabell 5.2). I 2021 og 2022 har Music Norway fått 384 søknader til markedsføringstilskudd. Som nevnt ovenfor har både målgruppen og den finansielle rammen for ordningen blitt endret, slik at det er vanskelig å sammenligne søknadstallene for de to periodene (2017–2020 og 2021–2022). I den første perioden var det 246 unike søkere (og 178 unike tilskuddsmottakere). I 2021 og 2022 var det 183 unike søkere og 131 unike tilskuddsmottakere. Det var 122 «nye» søkere i 2021 og 2022, men samtidig var det 184 søkere i den første perioden som ikke søkte i den andre<sup>12</sup>, hvilket betyr at det er 61 unike søkere som har søkt tilskudd i begge periodene. Noe av «frafallet» av søkere kan sannsynligvis forklares av pandemien, hvor det var mange musikkelskaper som ble avvirket, se også omtale i kapittel 2.1.

▫ **Tabell 5.2** Søknader og tilskudd til Music Norways Bransjetilskudd, 2017–2020, antall og tilskudd i tusen kroner. Søkt/bevilget.

Ordning	2017–2020	2021	2022
<b>Bakkekontakt, antall</b>	22/14		
<b>Bakkekontakt, beløp</b>	1 169/443		
<b>Markedsføring, antall</b>	386/226	192/147	201/150
<b>Markedsføring, beløp</b>	17 030/4 924	10 068/5 105	13 068/6 174
<b>Møtevirksomhet, antall</b>	284/215		
<b>Møtevirksomhet, beløp</b>	2 958/1 295		
<b>TOTALT, antall</b>	692/455	192/147	201/150
<b>Beløp</b>	21 157/6 662	10 068/5 105	13 068/6 174
<b>Tilslagsprosent i beløp</b>	31 %	50 %	47 %

Kilde: Music Norway, Stikk.no.

12 Det reelle tallet er sannsynligvis noe mindre ettersom en del selskaper har byttet navn i den aktuelle perioden, mens vi har regnet på hvert unike virksomhetsnavn.

## Gjennomføring

Ifølge Music Norway har de endret tilskuddsordningen på grunn av endringer i bransjen. I 2020 var det en større etterspørsel etter markedsføringstilskuddet, og søknadene var i alt større grad knyttet til digitale plattformer. Videre ønsket Music Norway en tilskuddsordning som ikke var avhengig av NAA-midlene, og de ønsket å bygge videre på en godt fungerende ordning. Bransjetilskuddene var godt tilpasset bransjeleddet, men (selvsagt) ikke til det skapende og utøvende leddet. De ønsket også å gå fra at det var plasseringen i verdikjeden som bestemte om det var mulig å søke, til heller å la formålet med prosjektet det ble søkt om, styre. Dette var også en måte å unngå at det ble en pop-og-rock-ordning, som typisk dominerer i bransjeleddet. Hvis vi ser på fordelingen av tilskudd etter sjanger, har det vært en økning i sjangrene jazz og kunstmusikk, som hver sto for 8 prosent i 2017–2020 og økte til 12 prosent i 2021–2022. Sjangeren populærmusikk har samtidig blitt redusert fra 79 til 70 prosent.

Music Norway arbeider kontinuerlig med å finne ut hvor satsingen har mest nytte. Samtidig erfarer de at det er totalen av tiltak som gir effekt, det vil si kombinasjonen av tilskudd, nettverk og kompetanseheving. Videre ønsker de å finne dem som er i «tidlig skaleringsfase», ettersom det er her Music Norway mener at de kan gjøre mest nytte.

Ifølge Music Norway har næringsutvikling blitt mer anerkjent i bransjen, og det er i orden å drive med forretningsvirksomhet i kulturlivet. Music Norway oppfatter at både bransjen og de selv har modnet på dette området, men at det fortsatt er en vei å gå. Derfor er det fortsatt behov for egne virkemidler for kulturell og kreativ næring. Samtidig er det ikke det offentlige som har hovedansvaret for at det blir næringsvirksomhet av musikk. Dette har selskapene selv ansvaret for.

Erfaringene fra Musikk ut i verden-programmet viser at musikkelskapene bør få en bedre forståelse av hvordan de kan bruke Innovasjon Norge, og at Innovasjon Norge bør vise forståelse og tilrettelegge for at deres virkemidler kan fungere for musikkelskaper av ulike art. Ifølge Music Norway er utfordringen i bransjen tosidig: Mange aktører i musikknæringen har behov for å lære mer om forretningsutvikling og profesjonalisering, men virkemiddelapparatet bør også i større grad anerkjenne musikk som næring og sørge for at aktørene i musikknæringen får reell tilgang til det ordinære virkemiddelapparatet for næringsutvikling og innovasjon.

Music Norway mener at det er hensiktsmessig med en best mulig koordinering mellom virkemiddelaktørene, og de ønsker en tettere dialog med Kulturdirektoratet og Innovasjon Norge. Også om KKN-satsingen er avsluttet i Kulturdirektoratet, ser Music Norway at det fortsatt er behov for tett dialog og koordinering. Det er fortsatt en felles interesse for råvaren i de

kulturelle og kreative næringene, nemlig kunsten. Videre ser Music Norway at de har en stor verdi av erfaringsutvekslingen med de øvrige NAA-ene i de jevnligte møtene, og at dette fungerer godt som et strategisk nettverk. Music Norway ønsker også en bedre koordinering av internasjonaliseringen av norsk kunst og kultur generelt.

Music Norway trekker frem at det er viktig å anerkjenne at det for de kulturelle og kreative næringene ikke alene handler om den økonomiske bunnlinjen, men at det også handler om det å skape og formidle kunst og kultur. Dette er i sin tur tett knyttet til vilkårene for ytringsmangfold og demokratiutvikling.

Tilbakemeldingene i intervjuer med tre tilskuddsmottakere er at tilskuddene fra Music Norway er viktige for å etablere kontakter og nettverk utenlands. Noen har også brukt grunnlaget fra tilskuddet til å søke om videreføring i næringsutviklingsordningen i Kulturrådet, det vil si at det har fungert som et trappetrinn på vei til større prosjekter. En annen felles tilbakemelding er at det er enkelt å finne frem i Music Norways søkeportal og å forstå og skrive søknader, spesielt sammenlignet med Kulturrådets portal.

I intervjuene kritiserer også noen av tilskuddsmottakerne at tilskuddsmidlene spres ut over for mange aktører. Det blir da så små tilskudd at det kan være vanskelig å få til noe substansielt. Noen kritiserer også at tilskuddet nå både favner artistene og andre bransjeaktører, og at det dermed risikerer å bli en skjev fordeling av midlene hvor det utøvende feltet får for stor andel, samtidig som de har tilgang til flere tilskuddsordninger. De forskjellige aktørgruppene bør ikke konkurrere med hverandre. Samtidig er det foreløpig ikke tegn til at det utøvende feltet (det vil si artistene) har fått en uforholdsmessig høy andel av det totale tilskuddet. Dels får de en lavere andel av tilskuddet enn andelen søknader de sender, og dels har andelen av tilskuddene blitt redusert fra 19 prosent i 2021 til 11 prosent i 2022.

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

Stiftelsen Danse- og teatersentrum (DTS) er et nasjonalt kompetansesenter organisert som en nettverksorganisasjon. Formålet er å fremme profesjonell scenekunst nasjonalt og internasjonalt, med vekt på fri scenekunst. DTS er rådgivende organ for Utenriksdepartementet i spørsmål om scenekunst, og forvaltningsorgan for departementets reisestøtteordning for norske scenekunstnere til utlandet.

## Tilskuddsbrevene

I 2017 ble det i tilskuddsbrevet fra Kulturdepartementet gitt en føring om at det nye tilskuddet skulle gå til målrettet satsing for å styrke internasjonal markedsutvikling og støtteapparatet som bidrar til dette. Tilskuddet ble videreført og økt med 0,5 millioner kroner i 2020, til totalt 1,5 millioner kroner. I tilskuddsbrevene fra Kulturrådet til DTS for 2021 og 2022 er ikke denne ordningen nevnt eksplisitt.

## Ordninger og tildelinger

Selve tilskuddsøkingen har blitt brukt til

- ressurstilgang i form av en medarbeider (60 prosent stilling) som arbeider konkret med styrking av verdikjeden, bransjebygging, markedsutvikling og salgs- og promoteringskompetanse i feltet
- tilskuddsordningen bransjetilskudd som skal stimulere til økt visning og visningsmuligheter i utlandet

Tilskuddsordningen bransjetilskudd har blitt endret et par ganger, men i 2023 gis det tilskudd til reise- og overnattingskostnader for én eller flere reiser i forbindelse med nettverksbyggende tiltak, salg av forestillinger og teknisk befaring av lokaler i forkant av spillinger for å kvalitetssikre avviklingen av forestillingen. Det er profesjonelle utøvere innen scenekunstheltet som kan søke på ordningen. Støtten er begrenset til 15 000 kroner per søknad.

DTS/PAHN har valgt å ha en løpende saksbehandling for sine tilskuddsordninger. Søknadene behandles administrativt, hvor saksbehandleren i administrasjonen lager en innstilling, og vedtakene skjer på direktørnivå. Ordningen har en rask saksbehandling (4 uker).

I perioden 2017–2022 har DTS/PAHN mottatt 154 søknader til bransjetilskudd, og av disse har 134 blitt innvilget. Det er i alt 87 unike søkere, og av disse har 77 fått tilskudd, det vil si at det er ti søkere som aldri har fått tilskudd. De aller fleste har kun fått tilskudd én gang (47 stykk), mens én søker har fått tilskudd hele ti ganger i denne perioden. Fordeling av søknader og tilskudd per år og ordning fremgår av tabell 5.3. Det har vært noen variasjoner i både antall søknader og beløpet det ble søkt om, i perioden. De fleste tilskuddene går til dans (45 prosent av innvilget beløp) fulgt av teaterforestillinger (30 prosent).

▾ **Tabell 5.3** Søknader og tilskudd til DTS/PAHNs Bransjetilskudd, 2017–2022, antall og tilskudd i tusen kroner. Søkt/bevilget.

Ordning	2017–2020	2021	2022
<b>Bransjetilskudd, antall</b>	127/108	25/24	2/2
<b>Bransjetilskudd, beløp</b>	2 532/1 233	346/313	19/19
<b>Tilslagsprosent i beløp</b>	49 %	91 %	100 %

Kilde: Stikk.no.

## Gjennomføring

For DTS/PAHN har deltakelsen i NAA vært nyttig for hele organisasjonen, og de tilskuddsmidlene som følger med, har gitt dem muligheter til å gjøre aktiviteter de ellers ikke ville gjort. I forbindelse med midtveisevalueringen oppga DTS/PAHN at det er viktig å skreddersy forvaltningen av ordningene til det internasjonale markedet for scenekunstfeltet. De har også tilpasset ordningen underveis for å få en mest mulig treffsikker ordning. I sluttevalueringen peker de blant annet på at det etter pandemien er viktig å kunne reise internasjonalt på trademissions, nettverksmøter og annet. Reisevirksomheten inngår i et langsiktig internasjonalt arbeid hvor aktørene besøker hverandre. Det vil si at de som har vært ute på reise, inviterer sine kontakter til Norge etterpå. I intervjuer med tilskuddsmottakere trekkes også dette frem: «Det internasjonale markedet er som et brevvekslingsprosjekt, det er sånn man lager relasjoner, og de man besøker, kommer på besøk» (intervju).

DTS/PAHN mener at tilskuddsordningen har bidratt til å gjøre flere virksomheter internasjonale, og at flere i bransjen forstår markedet. Samtidig mener de at potensialet for profesjonalisering og internasjonalisering er mye større enn hva som utløst så langt.

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

Selv om vi kun har intervjuet tre tilskuddsmottakere i sluttevalueringen, er det litt motstridende tilbakemeldinger på hvor viktige disse tilskuddene er. På den ene siden gir reisestøtten muligheten til et mer langsiktig arbeid, hvor hvert enkelt reisetilskudd er som en byggestein. På den annen side betyr det at de må søke tilskudd hver gang de skal besøke noen eller invitere noen, at det blir litt mindre forutsigbart, og det reduserer mulighet for å tenke langsiktig. Her peker tilskuddsmottakerne også på at det er snakk om to forskjellige tilskuddsordninger, det vil si DTS/PAHNs reisetilskudd for egne reiser og arrangørstøtte fra Kulturdirektoratet, som

kan brukes for å invitere gjester hit, og at det kan være uheldig at disse ordningene ikke er koordinert.

Bransjetilskuddet ses også som et supplement til UD's reisetilskudd som går til det utøvende leddet (det vil si kompaniet). Muligheten for å gi tilskudd til støtteapparatet, produsenten, er viktig, da dette er en sentral rolle. Det er produsenten som holder i alt fra økonomi til nettverk, og som kan bistå med å skrive søknader.

PAHN er mye enklere å forholde seg til enn Kulturrådet, de er færre folk og mindre byråkrati. Opplever også at tillitten er større til oss som tilskuddsmottaker, enn hos Kulturrådet. Det er kortere rapporter og enklere kommunikasjon i PAHN. (intervju)

## 5.5 Office for Contemporary Arts Norway (OCA)

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

### 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 [sic] til oversettelse av kunstkritikk og annen tekst om norske kunstnere til engelsk
- Støtte til kunstmagasiners deltakelse på internasjonale messer. (Kulturdepartementet, 2016b)

I 2019 ble det gjennomført en større endring som omfattet både OCA og Norwegian Crafts, og det ble spesifisert at NAA-midlene skulle benyttes i tilskuddsordningen ISGIES, se nærmere omtale i midtveisevalueringen.

### **Ordninger og tildelinger**

I forbindelse med det nye tilskuddet i 2017 etablerte OCA et program for kuratorer og kritikere, ISACAT (International Support for Arts Critics, Curators, Art Magazines and Translation of Text). I perioden 2017–2018 kom det inn i alt 39 søknader hvorav 34 ble bevilget. I 2017 var det innvilgede tilskuddsbeløpet 480 000 kroner, og i 2018 var det 442 200 kroner. Restmidlene for hvert år ble avsatt til kommende år.

I 2019 ble ISACAT erstattet med en ny variant av ordningen ISGIES (International Support for Galleries and Independent Exhibition Spaces).<sup>13</sup> ISGIES ble opprinnelig etablert i 2015 og ga tilskudd til kommersielle aktører og kunstnerdrevne utstillingslokaler for besøk til eller utstillinger på internasjonale kunstmesser og i midlertidige utstillingsarenaer. Tilskuddet dekket utstillingsavgifter, transportkostnader, forsikringer og informasjonsmateriell. Fra og med 2019 ble ISGIES-ordningen endret. Søknadene skulle ikke lenger evalueres av juryen til OCA, og de skulle heller ikke ta beslutninger. Isteden overtok administrasjonen i OCA behandlingen etter faste kriterier gitt av Kulturdepartementet. Norske gallerier blir automatisk kvalifisert om de har fått en invitasjon til å delta på messer utenfor Norge 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. ISGIES gir tilskudd til messedeltakerutgift, frakt, forsikring og markedsføringsmateriell, men ordningen kan ikke benyttes til å dekke reisekostnader.

Bevilgningene til ISGIES var fire millioner kroner i 2019, hvorav 600 000 kroner var overført fra Norwegian Crafts' tildeling fra Kulturdepartementet. I 2020 var rammen 4,7 millioner kroner, hvorav 700 000 kroner kom fra Norwegian Crafts. Fra 2021 flyttes ikke lenger midler fra Norwegian Crafts' budsjett til ISGIES fordi det ikke har vært behov for ekstra midler, i og med at den totale rammen for tilskuddsordningen ikke har blitt brukt opp de enkelte årene. I forbindelse med koronapandemien utarbeidet OCA og Norwegian Crafts i samarbeid med Kulturdepartementet et midlertidig tillegg til ordningen med støtte til arbeidet med å styrke digitale kommunikasjonsplattformer, slik at de kunne fremme sine kunstnere mer effektivt internasjonalt. Det ble gitt såkalt covid-19 tilskudd i 2020, 2021 og 2022.

---

13 <https://oca.no/grants-residencies/international-support-for-galleries-and-independent-exhibition-spaces-isgies#intro>

Tabell 5.4 viser fordelingen av tilskudd 2019–2022. Det er gitt 120 tilskudd til 46 unike søkere på ordningen. De aller fleste, 24 av søkerne, har kun fått støtte én gang, men to gallerier har fått støtte ni ganger. Alle søkerne får innvilget støtte, men bevilget beløp kan justeres, og totalt har 77 prosent av tilskuddet det er søkt om, blitt innvilget. Mesteparten av støtten har gått til kommersielle aktører.

### Gjennomføring

Da ISGIES erstattet den tidligere ordningen ISACAT, var OCA litt bekymret for om dette var hensiktsmessig (Hauge mfl., 2021). ISACAT hadde til hensikt å stimulere kuratorer og kritikere til å bygge på strukturen rundt kunstnerne, i langsiktige relasjoner, og for å selge den norske kunstneren. Ifølge OCA var det for få kuratorer og kunstprofesjonelle som kunne fungere som profesjonelle ambassadører og promotere norske og Norge-baserte kunstnerne internasjonalt. OCA var usikker på om ISGIES kunne fungere som et komplement til slike agenter. Dette gjenspeilet seg også i at OCA de første årene ikke klarte å bruke opp hele rammen for ISGIES, samtidig som noe av dette sikkert også skyldtes pandemien. I sluttevalueringen er OCA mer fornøyd med ISGIES, og de ser at det er betydelige flere norske aktører som deltar på internasjonale messer. Dette viser seg også i at ordningen har blitt brukt mer over tid, se tabell 5.4.

▾ **Tabell 5.4** Søknader og bevilgninger i ISGIES (International Support for Galleries and Independent Exhibition Spaces), 2019–2022, antall og tilskudd i tusen kroner.

	2019	2020	2021	2022
<b>ISGIES</b>				
<b>Antall tilskudd</b>	25	19	30	46
<b>Innvilget beløp, 1000 kr</b>	3 049	3 119	4 222	6 275
<b>covid-19</b>				
<b>Antall tilskudd</b>		6	8	1
<b>Innvilget beløp, 1000 kr</b>		1 068	1 195	216
<b>Type kunst, 1000 kr</b>				
<b>Visual art / artist book fair</b>	301	35		36
<b>Visual art</b>	2 205	2 664	3 638	4 640
<b>Art Books</b>	0	0	247	360
<b>Crafts and design</b>	508	421	337	839

Kilde: OCA, stick.no.



Ifølge OCA har ISGIES bidratt til å gi galleriene flere bein å stå på og gjøre dem mer solide, slik at de dermed også kan ta inn flere nye kunstnere. Videre har ISGIES vært med på å fjerne «tabuet» ved å snakke om at det også for kunstnerne er viktig å tjene penger, og i større grad synliggjort det kommersielle markedet.

Kunstmarkedet er preget av langsiktige relasjoner og av at det tar tid før et tiltak gir verdiskaping, underforstått at det kan ta lang tid å se økonomiske effekter av ISGIES. Både OCA og tilskuddsmottakere som vi har intervjuet, peker på at de er avhengige av ISGIES for å kunne opprettholde den internasjonale aktiviteten i dag, men at det for noen av de større galleriene kan være mulig å klare dette på egen hånd når de har fått etablert seg godt på det internasjonale markedet. Samtidig peker de på at de store galleriene, som typisk er de som har fått mest støtte, fungerer som motorer i bransjen, og at deres internasjonale suksess kan gi ringvirkninger for de mindre galleriene – både i form av erfaringsdeling og at norske gallerier over lag blir mer synlige og anerkjente. «ISGIES har gjort at vi er kommet på et nivå galleriet aldri vært på før, nå blir vi invitert til toppmesser» (intervju).

Galleristene har en viktig rolle i å fungere som en link mellom en kunde (som et museum, et galleri eller en privat samler) og en kunstner, og det å gi støtte til gallerier vil kunne gi store effekter for den enkelte kunstneren. ISGIES er dermed viktig både for galleriene og for kunstnerne. Tilskuddet bidrar til å promotere galleriene, slik at de kan bygge kvalitet, profesjonalitet og ikke minst internasjonale nettverk. Samtidig gir det kunstnerne som representeres, en mulighet for å bygge sine egne CV-er.

## 5.6 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 blant annet å vekke internasjonal oppmerksomhet om kunsthåndverk fra Norge, å bedre norske kunsthåndverkeres økonomiske situasjon gjennom ulike markedsutviklingsinitiativer, å sikre tilstedeværelse for det norske kunsthåndverksfeltet på toneangivende internasjonale arenaer og å fasilitere samarbeid og utveksling mellom norske og internasjonale kunstnere, kuratorer, kritikere, skribenter og andre aktører på feltet.

### Tilskuddsbrevet

Tilskuddsbrevet for 2017 fra Kulturdepartementet presiserer at tilskuddet skal gå til målrettet satsing for å styrke internasjonal markedsutvikling og støtteapparatet som bidrar til dette, herunder kuratorer, kritikere osv.

Som omtalt ovenfor ble Norwegian Crafts' tilskuddsmidler overført til ISGIES i 2019 og 2020. Fra 2021 gjøres ikke dette lenger, men Norwegian Crafts har ikke noen egen tilskuddsordning, idet ISGIES også inkluderer kunsthåndverk.

### Gjennomføring

Norwegian Crafts' arbeid med ISGIES inkluderer i 2022/2023 dels at de sammen med OCA oppdaterer listen over godkjente utstillinger og messer, og dels at de bistår egen bransje med rådgivning og kontakter, i tillegg til at de selv deltar på mange av de aktuelle messene. Norwegian Crafts har ansatt en market development officer (MDO), som har bidratt til at antall gallerier som deltar på internasjonale messer, har økt vesentlig. Det har også vært en økning i tildelingene til kunsthåndverk i ISGIES, se tabell 5.4. 12 prosent av tilskuddene gjennom ISGIES har gått til kunsthåndverk i perioden 2019–2022, noe som tilsvarer drøye to millioner kroner.

Norwegian Crafts gir, som de andre NAA-ene, inntrykk av å være mer fornøyd med ordningen i dag enn fra begynnelsen, hvilket indikerer at ordningen har «satt seg» og blitt bedre kjent. Det har også vært en vekst i antall kunsthåndverksgallerier som er interessert i å arbeide internasjonalt, selv om det fortsatt er få i absolutte tall.

Samtidig er det rom for forbedring, og Norwegian Crafts ønsker en ordning hvor de har mulighet for å arbeide mer langsiktig for å få galleriene til å bli «eksportklare». Det vil si at de ikke bare får tilskudd til deltakelse på en messe, men at de også kan få bygget kompetanse mer systematisk. Selv om det har blitt flere aktører i feltet over tid, er støtteapparatet fortsatt lite, og de ønsker å bidra til å utvikle og styrke dette leddet. De oppfatter at ISGIES fungerer godt for de som allerede har erfaring med internasjonal deltakelse, men hvis man ønsker en økning i antall aktører som deltar internasjonalt, er det behov for å endre til en mer langsiktig og helhetlig satsing.

Det er også et vedvarende problem at det er få aktører som har økonomisk mulighet til å satse internasjonalt, da mange av galleriene er underfinansierte. Det er få gallerier som har råd til å både delta internasjonalt og samtidig ha galleriet åpent i Norge.

# Nytten av KKN-satsingen

Hovedmålet med satsingen på næringsrettede virkemidler for kulturell og kreativ næring har vært å skape vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i denne næringen og å øke kunnskapen om kultur som næring. Grovt sett kan måloppnåelsen for hele satsingen deles opp i resultater og effekter for de virksomhetene som deltar, og i forlengelsen for hele næringen, og i resultater og effekter for virkemiddelapparatet.

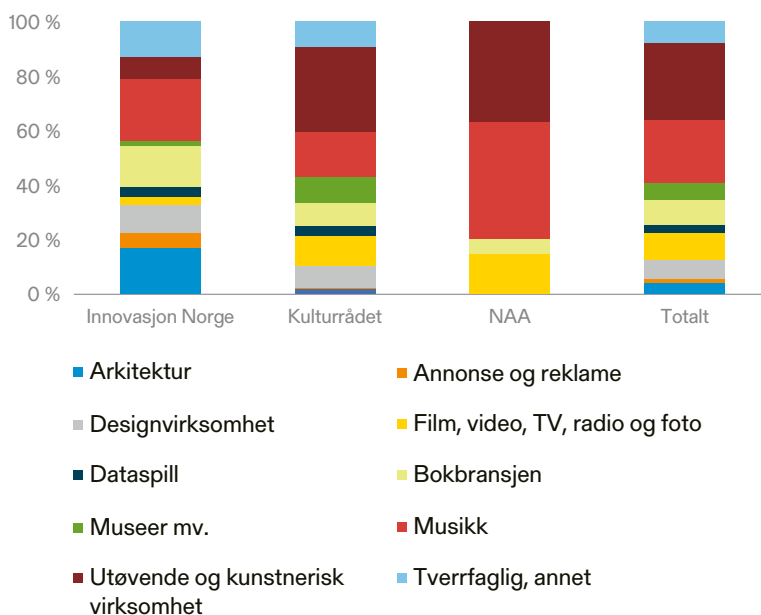
## 6.1 Opplevd nytte og effekter for virksomhetene som har mottatt støtte

### 6.1.1 Disse har fått støtte

Samlet er det blitt gitt støtte (tilskudd og/eller deltakelse i kompetanse- eller investorprogram) til minst 1 450 unike virksomheter gjennom KKN-satsingen i perioden 2017–2022. Det er gitt tilskudd på i alt 197 millioner kroner til 770 virksomheter, hvor tilskuddet per søknad varierer fra 3 000 til 1 000 000 kroner – det vil si at det er store forskjeller i tilskuddenes størrelse.

Fordelingen av tilskuddene på bransjene i kulturell og kreativ næring vises i figur 6.1. 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. Både Innovasjon Norge og Kulturrådet har gitt tilskudd til virksomheter i alle bransjene, men de har store forskjeller i fordelingen mellom bransjer. Innovasjon Norge har en overvekt av støtte mot mer kommersielle bransjer, som arkitektur og design, mens Kulturrådets støtte hadde en overvekt mot utøvende og

kunstnerisk virksomhet. Denne bransjefordelingen er som ventet, og den gjenspeiler at henholdsvis Kulturrådet og Innovasjon Norge har lagt vekt på forskjellige områder. Samtidig har begge gitt relativt mye tilskudd til musikkbransjen. Musikk og utøvende og kunstnerisk virksomhet er de bransjene som har fått de største andelene av de totale tilskuddene, med henholdsvis 23 og 28 prosent.



» **Figur 6.1** Bransjevis fordeling av tilskudd gitt gjennom KKN-satsingen 2017–2022. Prosent av totale tilskudd.

Det er først og fremst Kulturrådets ordninger som har nådd ut til nye grupper av tilskuddsmottakere, det vil si brukere som i liten grad tidligere har fått støtte gjennom andre næringsrettede ordninger. Også Innovasjon Norge har nådd flere nye tilskuddsmottakere.

Andelen gründere, det vil si bedrifter som er tre år eller yngre, har variert fra år til år, men for hele perioden har 35 prosent av tilskuddsmottakerne i Innovasjon Norge vært gründere, mens tilsvarende tall for Kulturrådet er 27 prosent. Dette er som forventet både på grunn av at Innovasjon Norge i større grad retter seg mot gründere, og at den ene av Kulturrådets ordninger utelukket gründere, da den spesifikt rettet seg mot etablerte institusjoner. Kulturrådet hadde heller ikke noe eget mål om å nå gründere spesifikt.

## 6.1.2 Samspill mellom ordningene

I vår oversikt over tilskuddsmottakere er det omtrent 1 450 unike støttemottakere (det vil si som har fått tilskudd eller deltatt i et kompetanseprogram), men ettersom vi ikke har fullstendige lister over alle tildelingene i perioden 2017–2022 fra alle virkemiddelaktørene, er det reelle tallet sannsynligvis noe høyere.<sup>1</sup> Tabell 6.1 viser fordelingen av tilskuddsmottakere og deltakere på hver av virkemiddelaktørene.

▫ **Tabell 6.1** Unike tilskuddsmottakere og deltakere på kompetanse- eller investorprogram per virkemiddelaktør.

Virkemiddelaktør	Tilskuddsmottakere	Deltakere på kompetanse- og/eller investorprogram
Innovasjon Norge	69	200
Kulturrådet	306	600
NORLA	16	
Music Norway	256	
DTS/PAHN	76	
OCA & Norwegian Crafts	46	

De aller fleste (742) har kun fått støtte fra én av virkemiddelaktørene innenfor KKN-satsingen, men de kan ha fått støtte flere ganger fra samme virkemiddelaktør. 55 virksomheter har fått støtte fra to virkemiddelaktører, og det er slik sett relativt lite samspill mellom ordningene. 16 av disse har fått støtte fra både Kulturrådet og Innovasjon Norge, 8 har fått fra Innovasjon Norge og en NAA, og 20 har fått fra Kulturrådet og en NAA. 6 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 fikk 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, det vil si at de først har fått støtte fra Innovasjon Norge og deretter fra Kulturrådet; det er elleve bedrifter som har gått denne veien. I tillegg er det syv bedrifter som har fått støtte fra både Innovasjon Norge

<sup>1</sup> Samtidig kan det være noen dubletter blant de unike bedriftene, pga. at virksomhets navn er stavet forskjellig i de forskjellige virkemiddelaktørenes oversikter, eller at virksomheten har byttet navn i perioden.

og Kulturrådet samme år. To andre som har fått tilskudd fra begge, har først fått tilskudd fra Kulturrådet, så fra Innovasjon Norge og deretter igjen fra Kulturrådet. Nå trenger ikke nødvendigvis de som har fått tilskudd fra Kulturrådet, søke en av KKN-ordningene i Innovasjon Norge, og det vil nok være mer sannsynlig at de søker på noen av de generelle ordningene. En drøy fjerdedel av tilskuddsmottakerne i Kulturrådet har også deltatt i noe program i Innovasjon Norge (tilskudd eller kompetanseprogram), men de fleste av disse har gjort det før eller samtidig som de fikk støtte fra Kulturrådet. Det vil si at det ikke er noen tydelig trend at virksomhetene gikk fra Kulturrådet til Innovasjon Norge. Et resultat fra intervjuene er også at det er få av de som har fått tilskudd fra Kulturrådet, som tror at det er mulig for dem å søke tilskudd fra Innovasjon Norge.

### 6.1.3 Økonomisk utvikling for de som har fått støtte

Effektene som et tilskudd eller deltakelse i et kompetanseprogram har på bedriftens resultater (omsetning, verdiskaping, lønnsomhet mv.), viser seg som regel først etter et par år, det vil si at man bør ha regnskapsdata for en lengre periode for å vurdere dette. De bedriftene som fikk tilskudd fra Innovasjon Norge eller Kulturrådet i 2017, og som har overlevd til 2021, har hatt en økning i omsetningen med 50 prosent fra 2017 til 2021 og en økning i verdiskapingen med 40 prosent i samme periode.<sup>2</sup> Dette er en høy vekst sammenlignet med hele næringen, hvor de tilsvarende tallene er henholdsvis 18 og 36 prosent. Hvor representative disse virksomhetene er for hele næringen, er imidlertid usikkert. Vi kan for eksempel ikke utelukke at de første virksomhetene som søkte og fikk tilskudd, var særdeles vekstkriftige, det vil si at man på en måte plukket de mest lavthengende fruktene først. De som fikk tilskudd i 2018, har hatt en lignende positiv utvikling, men for årene etter er det mer usikkert, både på grunn av få observasjoner og på grunn av at disse virksomhetene kan ha vært mer påvirket av koronapandemien.

### 6.1.4 Virksomhetenes tilbakemeldinger

I intervjuer med tilskuddsmottakerne er den dominerende tilbakemeldingen at de er fornøyd med tilskuddet og kontakten med virkemiddelaktøren.

---

2 Med denne fremgangsmåten tar vi ikke hensyn til at noen bedrifter ikke har overlevd frem til 2021, hvilket kan bety at vi overdriver veksten noe. Vi har regnskapsdata for 87 av de 133 bedriftene som fikk støtte eller deltok på et kompetanseprogram i 2017, og av disse er det 11 som ikke har noen omsetning i 2021.

Som i midtveisevalueringen er det enighet om at ordningene generelt er tilpasset de behovene og utfordringene som virksomhetene står overfor. Den absolutt viktigste effekten av tilskudd eller deltakelse i kompetanseprogram er at virksomhetene har økt kompetansen i bedriftsutvikling generelt og markedsføring spesielt. Noen trekker frem denne kompetansen som viktigere enn det faktiske produktet eller verktøyet de utviklet.

Blant suksessfaktorene trekker tilskuddsmottakerne spesielt frem 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 de har vært en god arena for dialog om felles saker og for å dele erfaringer. Graden av nytten er samtidig avhengig av sammensetningen av nettverket, og en stor grad av fellesskap mellom deltakerne er en forutsetning for å få best mulig nytte ut av nettverket. Fellesskapet trenger imidlertid ikke å være knyttet til bransjetilhørighet, men kan også være knyttet til bedriftens utviklingsfase og/eller plass i verdikjeden. Tilbakemeldingene fra deltakere i henholdsvis Musikk ut i verden og Kreativ teknologi ut i verden viser dette, hvor deltakerne i Musikk ut i verden var noe mindre fornøyde med nettverket fordi de befant seg på svært forskjellige steder i verdikjeden og i ulike utviklingsfaser, mens deltakerne i Kreativ teknologi så synergier seg imellom fordi de var i samme utviklingsfase selv om de opererte i forskjellige bransjer. Som vanlig for denne typen nettverk er det en utfordring å holde på nettverket etter at programmet er avsluttet. Nettverkene fra de tre første eksportprogrammene (arkitektur, litteratur og musikk) ser ikke ut til å ha blitt opprettholdt som nettverk, men kontaktene som ble etablert, er der selvsagt. Hvis man ønsker å opprettholde nettverkene, må det være en part som tar ansvar for dette og organiserer nettverket. Noen har for eksempel foreslått at Innovasjon Norge kan ha en form for alumniordning for disse nettverkene. Dette har så langt ikke vært en del av Innovasjon Norges oppgaver innenfor KKN-satsingen.

Tilskuddene er først og fremst nyttige for dem som har fått støtten, men et mål for hele satsingen har også vært å utvikle hele næringen – også om ikke de enkelte virkemiddelaktørene har hatt noen eksplisitte mål om dette. Spesielt for Kulturrådets tilskuddsordninger er det flere vi har intervjuet som melder at den støtten de har fått, også har hatt effekter for andre, for eksempel at samarbeidspartnere også har blitt mer profesjonelle.

Midtveisevalueringen ble gjennomført under koronapandemien, og da meldte de fleste bedriftene at tilskuddene ikke hadde noen merkbar betydning for muligheten for å takle konsekvensene av pandemien. I sluttevalueringen ser det imidlertid ut til at flere mener at tilskuddene som ble

gitt under pandemien, har vært veldig nyttige. Dette kan eventuelt bero på at de nå etter pandemien tydeligere ser betydningen av tilskuddene, mens de midt under pandemien fortsatt var veldig usikre på hvordan pandemien ville påvirke økonomien.

De kritiske tilbakemeldingene er, som i midtveisevurderingen, først og fremst knyttet til lave tilskuddsbeløp og for korte prosjektperioder. Dette gjelder spesielt i prosjekter hvor formålet er utvikling av digitale verktøy og lignende, som blant annet krever innleie av fageksperter. Tilskuddsmottakerne ønsker seg en totrinnsordning, med en mulighet for å først søke på et forprosjekt for å utforske muligheter og lage bedre prosjektplaner for deretter å søke om støtte til et hovedprosjekt.

En annen kritisk tilbakemelding er at tilskuddenes utforming kan styre hvilken retning virksomheten tar. Dette kan i og for seg være tilsiktet, men noen oppfatter det som uheldig hvis de tilpasser virksomheten etter mulighetene for støtte, heller enn motsatt. Flere av de vi har intervjuet som har fått tilskudd fra Kulturrådet, har meget god oversikt over muligheter til å søke om tilskudd fra Kulturrådet og lignende organisasjoner, og de bruker sannsynligvis en god del ressurser på å holde seg oppdatert og skrive søknader.

Over lengre tid kan tilskuddene bidra til å styre hvilken retning man tar, på grunn av øremerkingen. Tror det er et alvorlig problem for norsk kulturbransje. Kanskje en bidragende årsak til at man har få kommersielle suksesser – det er enklere å fortsette å søke midler hvert år enn å bli økonomisk bærekraftig. (intervju)

Kulturell og kreativ næring dekker et bredt spekter av bransjer, og det kommersielle potensialet varierer mellom de ulike bransjene. Det er også variasjoner i hvor stor grad den enkelte virksomheten oppfatter seg primært som en kulturell eller en kommersiell virksomhet. Selv om det har vært en forandring i synet på næringsutvikling de siste årene generelt og spesielt for de virksomhetene som har fått støtte innenfor KKN-satsingen, er det fortsatt et skille. I KKN-satsingen illustreres dette av at Innovasjon Norge har gått i en retning mot det mer kommersielle segmentet, som kreativ teknologi, mens Kulturrådet rettet seg mer mot det tradisjonelt mer kulturelle segmentet. Dette gjenspeiles også i intervjuene med tilskuddsmottakere. Der har flere en oppfatning av at enten Innovasjon Norge eller Kulturrådet ikke passer for dem, eller av at den ene av disse virkemiddelaktørene er enklere å forholde seg til. Dette kan for eksempel handle om hvordan deres egen virksomhet er innrettet, hvor aktører innenfor kreativ næring oppfattet at Kulturrådet la for stor vekt på kunstnerne og



ikke på det kommersielle leddet. Det kan også handle om kravene som virkemiddelaktørene stiller, for eksempel at Innovasjon Norge stiller krav som små kulturelle virksomheter ikke kan oppfylle.

## 6.2 Forvaltningen av tiltakene

Siden midtveisevalueringen har det kun vært mindre endringer i forvaltningen av ordningene hos virkemiddelaktørene, og det har heller ikke vært noen store endringer i tilskuddsordningene. Hovedinntrykket er at alle de åtte organisasjonene er fornøyde med ordningene, og at de har funnet måter å oppnå målene på som er godt tilpasset deres egne organisasjoner og den eller de bransjene de retter seg mot.

Kunnskapen om næringsutvikling innenfor kulturell og kreativ næring ser ut til å ha blitt kraftig styrket hos virkemiddelaktørene gjennom de årene de har forvaltet KKN-satsingen. At satsingen er blitt kraftig svekket i 2023, og at den er lagt ned i Kulturdirektoratet, betyr dessverre at de risikerer at en god del av kompetansen som er bygget opp, vil forvitre.

Tilbakemeldinger fra tilskuddsmottakerne tyder på at de aller fleste er fornøyde med det arbeidet virkemiddelaktørene har gjort og gjør. Arbeid med søknader og rapportering oppleves som overkommelig, med unntak av at Kulturdirektoratets tekniske løsning oppfattes som lite brukervennlig. Søkere og tilskuddsmottakere har stort sett fått den veiledningen og hjelpen de har trengt og ønsket. Samtidig ønsker flere av dem tettere oppfølging underveis og ikke minst etter at prosjektet er gjennomført. Men oppfølging er ressurskrevende, og det har heller ikke vært innenfor virkemiddelaktørenes mandat.

### 6.2.1 Samhandling mellom virkemiddelaktørene

Et delmål i satsingen har vært en koordinert virkemiddelinnsett overfor kulturell og kreativ næring. Dette handlet blant annet om hvordan den offentlige virkemiddelinnsett i Kulturrådet og Innovasjon Norge kunne samordnes for å få best mulig effekt for denne næringen. I tildelingsbrevene til virkemiddelaktørene la Kulturdepartementet vekt på at Kulturrådet og Innovasjon Norge skulle samarbeide i bruken av KKN-virkemidlene gjennom koordinering og informasjonsutveksling.

Det synes i all hovedsak å ha vært et godt samarbeid mellom Innovasjon Norge og Kulturrådet, i form av at de har hatt jevnlige møter og annen informasjonsutveksling underveis. Samarbeidet har også bestått

i at begge har brukt ekspertise fra NAA-ene (inkludert DOGA) når de har vurdert søknader, og når de har gjennomført enkelte programmer. NAA-ene har utviklet et godt nettverk seg imellom, hvor de kan ta opp felles utfordringer og muligheter og lære av hverandre. Flere av NAA-ene har imidlertid etterlyst et mer regelmessig samarbeid med Innovasjon Norge og Kulturrådet, og noen opplever at begge partene (det vil si Innovasjon Norge og Kulturrådet på den ene siden og NAA-ene på den andre) kunne ha hatt nytte av en tettere dialog.

## 6.3 Satsingen sett utenfra

I sluttevalueringen har vi intervjuet seks bransjeorganisasjoner innenfor kulturell og kreativ næring,<sup>3</sup> hvor vi blant annet spurte om hvor godt kjent de er med ordningen, og om de selv har vært involvert i ordningene. Samtlige kjenner til ordningen, noen på grunn av at den bransjen de representerer, har vært gjenstand for en Ut i verden-satsing, eller at de har hatt annen kontakt enten med en NAA eller Kulturrådet.

Tilbakemeldingene på satsingen er litt blandede. For eksempel trekker noen frem at NAA-ene gjør en god jobb, men at tilskuddene de gir, er alt for små – bransjeorganisasjonene spør seg hva NAA-ene faktisk kan få til med så små midler. De retter også en viss kritikk mot eksportprogrammene i Innovasjon Norge, da programmene har vært bra for bedriftene som har deltatt, men de har kanskje ikke klart å nå ut til bransjen totalt sett.<sup>4</sup> Noen av bransjeorganisasjonene setter også spørsmålsteget ved de langsiktige effektene, men her er det sannsynligvis eksterne hendelser, som koronapandemien, som har påvirket mulighetene for å høste slike effekter. Et unntak er programmet *Spill ut i verden*, det vil si det første eksportprogrammet som ble gjennomført, og som ikke har vært en del av satsingen. Bedriftene som deltok i dette programmet, utgjør ifølge Produsentforeningen i dag bærebjelken i norsk spillbransje. Flere av bransjeorganisasjonene hadde også ønsket å bli mer involvert i noen av ordningene enn hva de faktisk har vært, og da spesielt i eksportprogrammene.

---

3 Vi har intervjuet Norsk forleggerforening (litteratur), Grafill (design), Produsentforeningen (film, TV og spill), Musikkforleggerne, Arkitektbedriftene og Norske kunsthåndverkere.

4 Innovasjon Norge har ikke hatt noe eget mål for eksportprogrammene om at de skal ha effekt for hele bransjen, men programmene har hatt noen felles bransjetiltak (for eksempel i form av åpne seminarer) som kommer flere bedrifter til gode.

Noen av de vi har intervjuet, har enten selv deltatt i prosjekter som har fått tilskudd fra ordningen regional bransjeutvikling, eller er kjent med medlemsvirksomheter som har deltatt. At det, når ordningen var en del av Kulturrådets portefølje, var mulig å få tilskudd til nasjonale prosjekter, trekkes frem som et viktig moment. De trekker også frem at fragmenteringen av ordningen har vært uheldig. Bransjeorganisasjonene etterlyser i tillegg muligheten for å søke på nasjonale prosjekter uten å behøve søke hos flere fylkeskommuner samtidig.

De fleste mener at deres egen bransje har blitt mer bevisst på forretningsutvikling de siste årene, noe som blant annet kan forklares med en økt modenhet i bransjen og økt konkurranse. Flere peker også på at deres egen bransje er veldig sammensatt og spenner fra små, nærmest idealistiske virksomheter til store, helt kommersielle, og at det gjerne går et skille mellom aktører som først og fremst ser seg som kulturarbeidere, og de mer profesjonelle aktørene. For å utvikle virksomhetene med størst forretningspotensial ønsker flere av organisasjonene at de heller burde «tilhøre» Nærings- og fiskeridepartementet, og at begrepet kulturell næring som sorterer under Kultur- og likestillingsdepartementet kan være problematisk. «Blir det at man også er en kulturell bransje, en 'blakk om foten'? Man skal ikke tjene penger på kultur. Derfor ønsker vi å gå vekk fra uttrykket kulturell næring og kun bruke kreativ» (intervju).

## 6.4 Svarer satsingen på utfordringene i kulturell og kreativ næring

Kulturell og kreativ næring består av ni bransjer som seg imellom er svært forskjellige, og hvor det også er store forskjeller innad i bransjene. Det er blant annet stor forskjell i hvor kommersielle eller hvor forretningsmessig profesjonelle bransjene og de enkelte virksomhetene er, og dermed er det også stor forskjell i behovet for tilskuddsordninger som har til hensikt å øke profesjonaliseringen. Som vist tidligere (figur 6.1) har KKN-satsingen typisk truffet de delene av næringen som kan antas å være mindre kommersielle, og den kan dermed sies å til dels ha svart på utfordringen med manglende profesjonalitet. Men det er mange andre typer av utfordringer eller rammevilkår som påvirker mulighetene for en bærekraftig økonomisk utvikling. I intervjuer med tilskuddsmottakere og bransjeorganisasjoner har vi spurt om hva som er de viktigste utfordringene, og nedenfor redegjør vi kort for dette for noen utvalgte bransjer.

### **Bokbransjen (forlagsvirksomheter)**

I intervjuer med representanter for agenturvirksomheter kommer det frem at for denne delen av bokbransjen er det en utfordring at momentet fra å ha vært gjesteland på bokmessen i Frankfurt 2019 og fra gjennomføringen av Litteratur ut i verden, hvor de fleste av de norske agenturene deltok, til dels er borte. Dette gjelder kanskje spesielt for selvstendige agenturer som i dag savner en arena for å diskutere rammevilkår med videre. Flere av disse hadde ønsket at Litteratur ut i verden også hadde hatt en kulturpolitisk del, for eksempel som en del av oppsummeringen av programmet, hvor man for eksempel diskuterte hva som skal til for at norske agenter skal overleve. Kritikken går på at forståelse for kultureksport burde settes inn i en politisk sammenheng. Flere opplever at det er for lite kunnskap om eksport av norsk litteratur, og at den norske forlagsbransjen legger vekt på det nasjonale markedet. De nåværende rammevilkårene gjør det ifølge noen av våre respondenter vanskelig å leve av eksport av litteratur.

Forleggerforeningen oppfatter at det er relativt lav bevissthet om næringsutvikling i bokbransjen, og at mange ikke har en næringsrettet tankegang. Dette gjelder spesielt for allmennlitteratur. For læremidler er situasjonen noe annerledes. Læremiddelbransjen er mindre regulert og har større konkurranse og mer digitalisering og dermed også en større dynamikk.

### **Musikkbransjen**

Ifølge Musikkforleggerne var pandemien positiv for de norske musikkforlagene som klarte å utnytte den raske digitaliseringen. Samtidig var det store deler av bransjen som virkelig slet under pandemien, og samlet var det denne bransjen som ble hardest rammet av pandemien innenfor kulturell og kreativ næring.

Store deler av musikkbransjen er del av det globale markedet, hvilket gir noen spesielle utfordringer. For aktører og virksomheter som har ambisjoner om å profesjonalisere og vokse seg større, er erfaringen for mange at de vokser seg ut av landet. Da flytter som regel også rettighetene ut av Norge. Det kan føre til at suksesshistorier bygget opp av norsk (kultur)støtte, flytter hele virksomheten ut. Samtidig ønsker mange en norsk musikknæring, hvor de har Norge som base slik at inntektene kommer tilbake til hjemlandet.

Bransjen etterlyser mer kompetanse i virkemiddelapparatet om deres virksomhet, og de melder om lite kunnskap om deres spesielle situasjon og tilhørende utfordringer. Et tiltak de ønsker for å hjelpe kulturnæringen, er å innføre en kulturmomms, for å få samme konkurransevilkår som Sverige, som er det markedet de konkurrerer mest med.

### **Utøvende og kunstnerisk virksomhet**

Det kreves kompetanse og kapasitet for å jobbe internasjonalt, og dette er krevende eller umulig for mange innenfor bransjen utøvende og kunstnerisk virksomhet, og kanskje spesielt for gallerier. Galleriledet er i de fleste tilfeller svakt finansiert, og det skorter på personalressurser til å jobbe strategisk. De fleste orienterer seg derfor regionalt eller nasjonalt.

### **Design**

Det har i de senere årene vært en vekst i markedet for design, men det er spesielt innenfor industri- og tjenstedesign det er en markant vekst i økonomiske parametere som sysselsetting og omsetning. Det har videre vært og er fremdeles en konsolidering i bransjen, hvor de store konsulenthusene dels kjøper opp mindre selskaper og dels ansetter egne designere.

Designbransjen er sammensatt av svært kommersielle virksomheter, spesielt innenfor industri- og tjenstedesign, og mindre kommersielle virksomheter hvor man typisk finner grafiske designere og illustratører.

Det er en viss internasjonal konkurranse i bransjen, men innenfor tjenstedesign og interaksjon er det en oppfatning om at Norge ligger i forkant sammenlignet med for eksempel Sverige. Tjenstedesign har hatt gode muligheter for å utvikles i Norge, der bransjen oppgir at den norske modellen med medvirkning, høy grad av digitalisering av samfunnet og gode utdanningsinstitusjoner har gitt norske tjenstedesignere konkurransefordeler.

Et viktig rammevilkår for denne bransjen er knyttet til offentlige anskaffelser, da det offentlige etterspør tjenstedesign mye, for eksempel innenfor helse- og omsorgssektoren. Bransjen etterlyser bedre bestillerkompetanse hos offentlige oppdragsgivere og en bedre forståelse av hvordan designere jobber. I dag opplever mange at det utlyste oppdraget må løses allerede i tilbudsfasen, og at oppdragsgiverne har liten forståelse for at en del av arbeidsprosessen for designere er å forstå problemet.

### **Arkitektur**

Representanter for arkitekturbransjen mener at det er en utfordring med å få virkemidler som treffer bransjen godt. Arkitekter jobber med svært komplekse prosjekter over lang tid, og er kun en del av hele verdikjeden som er knyttet til disse prosjektene. Bransjen er helt kommersiell, svært konkurranseutsatt og sterkt konjunkturavhengig. Mange føler at de blir presset av de store entreprenørene, og de opplever også økt innslag av konkurranse fra utenlandske arkitektselskaper. Samtidig er det liten interesse i bransjen for internasjonale satsinger, og etter Arkitektur ut i verden er det ikke noen offentlig satsing på eksport av norsk arkitektur. Representantene for bransjen gir uttrykk for at en ordning for å «bygge merkevaren» for norsk

arkitektur og norske arkitekter ville være nyttig både for arkitekter som ønsker å satse utenlands, og for å styrke konkurransekraften innenlands. De etterspør derfor samlet informasjon om hvordan de kan satse internasjonalt, og stiller spørsmål ved om ikke DOGA burde hatt samme rolle som de andre NAA-ene.<sup>5</sup> Når det gjelder internasjonalisering (økt eksport av norsk arkitektur), fremmer de også tanken om å starte i «nærmarkedet», det vil si Norden. Dette handler både om at kulturen er relativt lik, og at konsolideringen i bransjen gjerne er på et nordisk nivå (med oppkjøp av virksomheter både fra og til andre land).

Arkitektbransjen melder også om økende konkurranse fra internasjonale selskaper i Norge, for eksempel danske selskaper. I Danmark er ett års praksis en del av arkitektutdanningen, og danske arkitektvirksomheter har dermed tilgang til «gratis» eller svært billig arbeidskraft. I Danmark og flere andre EU-land er det også en praksis at nyutdannede arkitekter jobber tilnærmet gratis for å få erfaring fra store kontorer. Selvsagt ønsker ikke bransjen en tilsvarende praksis i Norge, men likevel er dette en faktor å ta hensyn til i den internasjonale konkurransen.

Andre utfordringer som representantene fra bransjen trekker frem i intervjuene, er offentlige innkjøp, hvor de melder om et behov for å tenke nytt rundt offentlige anskaffelser. Momenter som kan trekkes frem her, er bedre arkitektfaglig kompetanse hos innkjøperne og en økt bruk av innovative anskaffelser hvor det er større rom for å finne gode løsninger underveis i prosjektet, se også Vista Analyse (2019) og Ibenholt (2019).

### **Dataspill, film, video og fjernsyn**

Selv om dataspill og film med videre er forskjellige bransjer i kulturell og kreativ næring, har de en god del felles trekk, og de har også en felles bransjeorganisasjon: Produsentforeningen.<sup>6</sup>

Dataspill og film med videre har høye produksjonskostnader sammenlignet med mange andre bransjer i kulturell og kreativ næring, men de har også større skaleringsmuligheter, og dermed har de et potensial for høy inntjening. Dataspill har i prinsippet ikke noe hjemmemarked, og ifølge Produsentforeningen er allerede 90 prosent av omsetningen eksport. For denne bransjen gjelder det at «the sky is the limit». For de andre bransjene

---

5 DOGA inngår i NAA-nettverket, men de forvalter få tilskuddsordninger som er rettet mot internasjonalisering. For tiden er det kun UD's reisetilskudd for design og arkitektur som er tilgjengelig.

6 Produsentforeningen i Virke organiserer og jobber for norske film-, TV- og spillprodu-senters kår, se <https://www.virke.no/pavirkningsarbeid/bransjer/produsentforeningen/>.

innenfor Produsentforeningen er det en større variasjon, hvor det er mange aktører som ser seg som kulturarbeidere (små filmselskaper og lignende), mens for eksempel reklamefilm er 100 prosent kommersielt.

Produsentforeningen etterspør en mer målrettet næringspolitisk satsing på spill og film, og begrunner det med at dette er næringer som gir mange arbeidsplasser i hele landet. Fordi mye av virksomheten er digital, kan den skapes hvor som helst.

### Samlet vurdering

KKN-satsingen har bidratt til å redusere en del viktige utfordringer for virksomheter i kulturell og kreativ næring, det vil si utfordringer knyttet til for dårlig kompetanse om næringsutvikling, mangel på investorer og vanskeligheter for å prioritere strategisk arbeid i en arbeidshverdag hvor de har fullt opp med driften. Samtidig har virksomhetene mange andre utfordringer som i mange tilfeller ikke kan løses ved bruk av næringsrettede virkemidler, selv om denne typen virkemidler kan gjøre virksomhetene bedre rustet til å møte disse utfordringene. Noen av utfordringene gjelder markedsmessige forhold som myndighetene ikke nødvendigvis kan gjøre noe med, mens andre, som for eksempel offentlige anskaffelser og regelverk for merverdiavgift, er politisk styrte. Ideelt sett burde ikke politiske rammevilkår motvirke hverandre.

## 6.5 Måloppnåelse

KKN-satsingen har hatt tre overgripende mål: økonomisk vekst, kompetanse og samordning av innsatsen. Måloppnåelsen har generelt vært god, men samtidig har det vært andre samfunnstrender som har dratt i samme retning, slik at det ikke er mulig å tilegne endringer i de to første målene bare til KKN-satsingen.

- Bidra til vekst, verdiskaping og arbeidsplasser via økt investering i og omsetning av kunst- og kulturproduksjoner: Det har vært en vekst i omsetning, verdiskaping og arbeidsplasser både i næringen generelt og hos de virksomhetene som har mottatt tilskudd innenfor KKN-satsingen. I næringen samlet er det registrert en relativt stor økning i alle nøkkeltallene, bortsett fra antall virksomheter.<sup>7</sup> Dette indikerer at det er de største og mest robuste virksomhetene som

---

7 Det er bare virksomheter med en omsetning over 50 000 kroner som inngår i vår statistikk.

har «overlevd» pandemien, noe som også bekreftes når vi ser på virksomhetenes overlevelsesrater. Samtidig har næringen hatt en mindre vekst i omsetningen og verdiskaping enn hele næringslivet.<sup>8</sup> Virksomhetene som deltok i KKN-satsingen de første årene, har i gjennomsnitt hatt en positiv utvikling i omsetning og verdiskaping, og i mange tilfeller har de hatt en mer positiv utvikling enn den bransjen bedriftene tilhører. Finansielle tilskudd har selvsagt bidratt til å styrke den enkelte mottakeren, men på lengre sikt er det sannsynlig at det er den økte kunnskapen om forretningsutvikling som gir større økonomisk bæreevne. Noen bedrifter, spesielt de som har fått tilskudd fra Kulturrådet, melder også at tilskuddet de selv har fått, har hatt positive effekter for deres samarbeidspartnere, det vil si at tilskuddet har bidratt til å «bygge bransjen». Denne effekten er det ikke mulig å måle, slik at det er usikkert hvor stor den samlet sett er. Tilbakemeldingen fra bransjeorganisasjonene er at spredningseffekter til hele bransjen sannsynligvis har vært små.

- Gi økt kunnskap om kultur som næring: For virkemiddelapparatet og bedriftene som har deltatt, har KKN-satsingen absolutt bidratt til å øke kunnskapen om kultur som næringsvirksomhet – om hvordan de kan drive næringsutvikling i en kulturell virksomhet. Hvorvidt satsingen har bidratt til økt kunnskap generelt, er mer usikkert. Bevisstheten om næringsinnholdet i kulturell virksomhet har utvilsomt økt i de årene satsingen har pågått, men dette skyldes til stor del at koronapandemien satte søkelys på næringsaspektet i de kulturelle virksomhetene. Her må vi også legge til at kulturell og kreativ næring var satt på dagsordenen lenge før denne KKN-satsingen ble iverksatt. Helt siden slutten av 90-tallet har møtepunktet mellom næring og kultur fått oppmerksomhet av både academia, politikere og virkemiddelapparat. Dette har helt klart vært med på å bidra til økt kunnskap om kultur som næring.
- Bidra til en koordinert virkemiddelinsats: Gjennom satsingen har virkemiddelaktørene koordinert med hverandre, og de har blitt

---

8 Bruttonasjonalproduktet for fastlands-Norge, som viser verdiskapingen i norsk næringsliv unntatt petroleumsvirksomheten, vokste med 22,5 prosent 2016–2021 (SSB, statistikk-tabell 09189). Omsetningen i næringslivet, unntatt bergverksdrift og utvinning (som inkluderer petroleumsvirksomheten), økte i samme periode med 35 prosent (SSB, statistikk-tabell 12817). Tilsvarende tall for kulturell og kreativ næring er 18 og 21 prosent.



godt kjent med hverandre. Det har over tid vært en bevegelse hvor Innovasjon Norge har gått i en retning mot det mer kommersielle segmentet, som kreativ teknologi, mens Kulturrådets ordninger har rettet seg mer mot det mer tradisjonelt kulturelle segmentet. NAA-enes tilbud ses av de aller fleste som et godt komplement til ordningene som Innovasjon Norge og Kulturrådet har forvaltet. I midtveisevalueringen konkluderte vi med at virkemiddelapparatet hadde et behov for å bli bedre på koordinering. Selv om de har blitt bedre, har de fortsatt en del å gå på.

Samlet sett ser vi at tilskuddene fra Innovasjon Norge har til dels store effekter for tilskuddsmottakerne, men at det har vært relativt få tilskuddsmottakere. Kulturrådet har gitt tilskudd til mange, og også her har den økonomiske effekten vært stor for de som fikk tilskudd de første årene. Det kan synes som at de ordningene som Kulturrådet forvaltet, i noe større grad bidro til å «bygge bransjer» enn ordningene Innovasjon Norge forvaltet, i kraft av at de har nådd ut til flere. De har også truffet et segment som er mindre kommersielt og i større grad tilhører de kulturelle næringene, enn hva Innovasjon Norge har gjort. Dette har helt klart bidratt til å øke kompetansen om forretningsutvikling i den kulturelle delen av næringen. Derfor mener vi det er uheldig at Kulturdirektoratet ikke får videreføre disse ordningene.

# Støtte til kulturell og kreativ næring i Sverige

Som nevnt i nullpunktsanalysen (Hauge mfl. 2020) introduserte Sverige relativt tidlig tilskuddsordninger for kulturell og kreativ næring. På mange måter har Sverige ledet an i Skandinavia, og utviklingen vi har sett der, har gjerne manifestert seg litt senere hos oss. I Sverige har de nylig introdusert en ny strategi for næringen (SOU 2022:44), og vi velger å vie litt oppmerksomhet til den i det følgende.

Allerede i slutten av 2000-tallet finansierte i Sverige via Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling (KK-stiftelsen) et støtteprogram med den hensikt å utvikle den kulturelle og kreative næringen. I 2010 overtok regjeringen ansvaret og bevilget 60 millioner svenske kroner til et handlingsprogram for næringen for perioden 2010–2013. Da dette programmet ble avsluttet i 2013, overtok Tillväxtverket finansieringen av tiltak rettet mot næringen frem til og med 2014. Samtidig finansierte regjeringen spesielle tiltak for næringen i forbindelse med at Umeå var valgt til Eus kulturhovedstad for 2014. Etter 2015 har det ikke vært noen samordnet nasjonal ordning for den kulturelle og kreative næringen, men det er gjennomført flere regionale tiltak, som i sin tur har hatt både svensk statlig og europeisk finansiering.

I nullpunktsanalysen konstaterte vi at det i Sverige manglet en nasjonal enighet om verdien av å fremme utviklingen av utvalgte bransjer eller næringer. Dette medførte at politikken overfor næringen ble uforutsigbar, at tilskuddsnivåene har variert, og at det har vært en forsiktig holdning, både fra næringens aktører og fra regionale myndigheter, til å engasjere seg i prosjekter som krever langsiktig finansiering. Mange tiltak har derfor vært kortsiktige, og det er vanskelig å fastslå noen effekter.

I 2021 ba den svenske regjeringen om en utredning som skulle ta frem et forslag til en ny nasjonal strategi for kulturell og kreativ næring.<sup>1</sup> Forslaget til strategi ble publisert i 2022 (SOU 2022:44). Dette forslaget

---

1 <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/kommittedirektiv/2021/11/dir.-2021100>

skiller seg markant fra tidligere nasjonale tiltak idet det tar utgangspunkt i de barrierene og utfordringene som virksomhetene, regionene og andre aktører møter, og det søker å adressere disse. Dette betyr at strategien i første rekke søker å møte strukturelle utfordringer, og bare sekundært foreslår strategien finansielle ressurser som kan gå til virksomheter i næringen.

Strategien er utformet med seks ulike prioriteringer, hvor den første ses som en forutsetning for å kunne gjennomføre de øvrige.

Den første overgripende prioriteringen er:

1. tydelig tverrfunksjonelt ansvar for kunnskap, synergier og samarbeid

Her foreslår utredningen for det første et tydeligere samarbeid mellom ulike statlige aktører. Den foreslår at det blir etablert en interdepartemental arbeidsgruppe innenfor regjeringskontoret for å samordne gjennomføringen av strategien. Det operative ansvaret deles mellom Tillväxtverket (som tilsvarende Innovasjon Norge) og Statens kulturråd. Utredningen foreslår også et bredere samordningsråd mellom organisasjonene på ledernivå, hvor blant annet ledere for analysemyndigheter innenfor næringsliv og kulturområdet skal delta.

Under dette punktet foreslår den også et tydeligere samordnet ansvar for kompetanseutvikling om kulturell og kreativ næring, for eksempel når det gjelder statistikkproduksjon og forskning på kulturell og kreativ næring.

De øvrige fem prioriteringene er:

2. fornyet rådgivning, kapitaltilgang og innovasjonsstøtte
3. langsiktige rettigheter og raskt på markedet for opphavsrettigheter
4. eksport, internasjonalisering og verdiskaping i utlandet
5. bærekraftig arbeidsmarked og kompetansetilgang for alle
6. stedets betydning for kulturelle og kreative virksomheter (og vice versa)

Til hver av disse prioriteringene inneholder strategien flere forslag til innsatser.

Prioritering 2, som handler om en fornying av systemet for rådgivning, legger vekt på at økte tildelinger og utvikling av strukturen for tilskudd skal øke forutsetningene for at de kulturelle og kreative virksomhetene kan få ta del av de generelle tilskuddsordningene. Innenfor lånefinansiering gis

det flere forslag til ordninger som bør utredes ytterligere. Dette handler for eksempel om

- mulighetene for en svensk lånegaranti for mindre lån med høy sikkerhet (80–90 prosent garanti) og i samsvar med garantiene fra European Investment Fund
- mulighetene for mindre mikrolån (opptil 50 000 svenske kroner) i en samvirkning mellom offentlige og private finansielle aktører

For prioritering 4, som handler om eksport og internasjonalisering, omfatter forslagene at virksomhetene setter av egne midler innenfor systemet for å fremme eksport, for særlig å fremme eksporten av kulturell og kreativ næring.

De øvrige prioriteringene legger mer vekt på endringer i vilkår og direktiver. Dette gjelder selvsagt den tredje prioriteringen, som handler om ulike aspekter av rettighetsspørsmål. Et av forslagene er å definere skapende aktivitet som reguleres av opphavsrett, som en innovasjon, og som da kan få støtte fra innovasjonsmyndigheter som Vinnova (tilsvarende Innovasjon Norge).

Høsten 2022 var forslaget til strategi på høringsrunde. Det finnes foreløpig ingen sammenstilling av hørings synspunktene, men flere sentrale myndigheter har vært positive, samtidig som flere høringsuttalelser peker på at det finnes ytterligere behov for presiseringer før strategien kan brukes til å gi oppdrag til ulike myndigheter. Hvordan den nye regjeringen, som tiltrådte oktober 2022 og etter at forslaget til strategi ble levert, stiller seg til strategien, er foreløpig ikke kjent. Neste steg er at strategien, helt eller delvis, vedtas som en regjeringsproposisjon, og at den dermed kan legges til grunn for endrede oppdrag og eventuelle budsjettmessige endringer.

Vår konklusjon om den svenske utviklingen er at det er tydelig at de har erkjent at behovene til kulturell og kreativ næring ikke er begrenset til særskilt utformede nasjonale tilskuddsordninger. Det er også viktig at man ser strukturelle særegenheter som krever særskilte tiltak. De legger derfor heller vekt på å synliggjøre næringenes spesielle behov og forutsetninger innenfor rammen for et mer næringsnøytralt system for tilskudd til næringslivsaktører. Samtidig er det en stor usikkerhet i hvor effektiv denne typen av strategier er. Evalueringer av andre nasjonale strategier viser at strategier uten tydelig kopling til budsjetter ofte blir nedprioritert av myndighetene som har ansvaret for dem. Erfaringsmessig er det også vanskelig å oppnå reelt samarbeid på tvers av myndigheter. I flere av næringens høringsuttalelser fremhever de også ønsker om tydelig øremerkede ressurser for å sikre tilskuddene til for eksempel rådgivning, utvikling og innovasjon.

# Veien videre?

I budsjettforliket for 2023, mellom Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti, ble det foreslått å redusere bevilgningen til kultur som næring med 25 millioner kroner, det vil si til 20,9 millioner kroner. Dette ble også vedtatt av Stortinget høsten 2022 (Innst 14 S (2022–23)). Kuttet i bevilgningen rammer først og fremst Kulturdirektoratet, som fra 2023 ikke lenger viderefører noen av ordningene for kulturell og kreativ næring. Vi tolker med dette at satsingen vi ble satt til å følgeevaluere, er avsluttet. Kulturdirektoratets fremste kompetansemiljø, og de som ble gitt ansvar for å håndtere satsingen på kulturell og kreativ næring, er lokalisert i Trondheim.<sup>1</sup> Adresseavisa hadde noen oppslag om kuttet, men utover det har utviklingen av støtteordninger for kulturell og kreativ næring skjedd uten særlig oppmerksomhet. Når vi avslutter denne rapporten, er vi usikre på hva som skjer videre politisk på dette feltet.

Etter vår mening kan kuttet i bevilgningen til kulturell og kreativ næring tolkes på to måter. Enten har Stortinget vurdert at det samfunnet får tilbake ved satsingen på denne næringen, ikke samsvarer med innsatsen. Midlene kan gjøre bedre nytte for seg i andre deler av kulturlivet eller samfunnet. Eller så kan dette bety at næringen har blitt såpass moden, at tiden for øremerkede satsinger er over. Bevisstheten og kompetansen rundt den delen av samfunnet der kultur og næring overlapper, har etter hvert blitt så høy at tiden er over for særskilte ordninger. Vi er skeptiske til det siste.

Selv om det har skjedd mye på dette feltet, er det fortsatt slik at et språk og terminologi hentet fra næringslivet kan virke fremmedgjørende og til og med provoserende for mange i kulturfeltet. Samtidig er det flere aktører som operer i de mer kommersielle og/eller kreative delene, som ikke helt identifiserer seg som kulturelle virksomheter. Om myndighetene

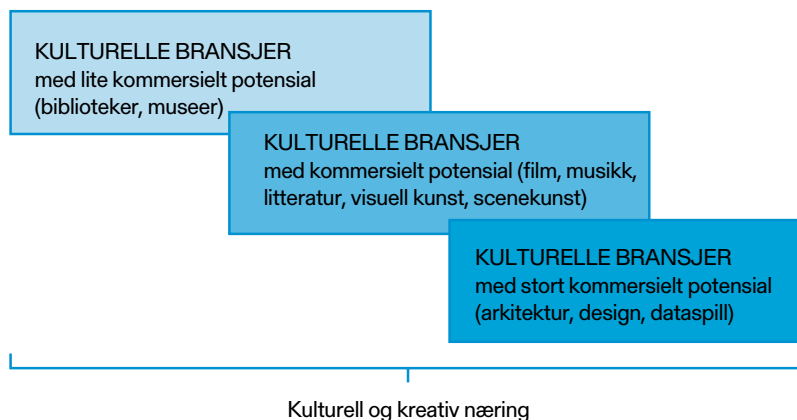
---

1 I 2016 fikk daværende kulturminister, Helleland, mye oppmerksomhet da hun etablerte Kreativt Norge. Målet med dette var å «styrke kunstneres muligheter for økte inntekter, utvikle det regionale støtteapparatet og sikre mer publikum». Dette skulle ligge under Kulturrådet, men var lokalisert utenfor Oslo. Ministeren inviterte de fem største byene til «en audition» for å lokaliseringen av dette kompetansemiljøet, og Trondheim trakk det lengste strået. Kreativt Norge er senere blitt omdøpt til «Seksjon for kreativ næring».

ønsker å gjenoppta eller på annen måte revitalisere satsingen på området, anbefaler vi et tydeligere skille mellom kulturell og kreativ næring.

Kulturell og kreativ næring dekker et bredt spekter av bransjer, og det kommersielle potensialet varierer i stor grad mellom disse. Noen bransjer er svært avhengige av offentlig støtte, og ofte er denne støtten kunstnerisk og kulturfaglig begrunnet. Andre deler av den kulturelle og kreative næringen har et stort kommersielt potensial og behov som ikke vesentlig skiller seg fra behovene til de fleste andre næringer. Videre er det forskjeller innad i hver bransje, som både kan være knyttet til hvor i verdikjeden de enkelte aktørene befinner seg, og til hvor stor virksomheten er. Generelt gjelder imidlertid at de aller fleste kulturvirksomhetene har en blandingsøkonomi som består av offentlig støtte og markedsinntekter, og hos noen virksomheter utgjør frivillig arbeid en svært viktig rolle.

En måte å tenke på denne næringen på er illustrert i figur 8.1 og hentet fra Kunnskapsverkets tidligere forskning.<sup>2</sup> Her er bransjene delt opp basert på det kommersielle potensialet, med aktører som er avhengige av offentlig støtte (som museer og biblioteker) lengst til venstre og de mest kommersielle bransjene lengst til høyre. De bransjene som kanskje er mest interessante når man diskuterer virkemidler som skal utløse et kommersielt potensial, er de som befinner seg i midten.



➤ **Figur 8.1** Inndeling av bransjene i kulturell og kreativ næring etter kommersialiseringspotensial. Kilde: Kunnskapsverket.

2 Rapporten fra kunnskapsverket 201–2019. <https://www.kulturdirektoratet.no/en/web/guest/vis-publikasjon/-/rapporter-kunnskapsverket>

Vi anbefaler at myndighetene ser på den nylige svenske utredningen som finner at behovene til kulturell og kreativ næring ikke er begrenset til særskilt utformede nasjonale tilskuddsordninger. Næringenes spesielle behov og forutsetninger bør ses innenfor rammen for et næringsnøytralt system for tilskudd til næringslivsaktører. Det kan også være like viktig å vurdere andre myndighetsstyrte rammevilkår som har betydning for de enkelte bransjenes utviklingsmuligheter. Samtidig er erfaringen at strategier uten tydelig kopling til budsjetter ofte blir nedprioritert av myndighetene som har ansvaret for dem.

Basert på erfaringene fra satsingen på kulturell og kreativ næring er våre anbefalinger for en videreføring av satsingen, alternativt en ny satsing:

- Innovasjon Norge fortsetter å rette seg mot de kreative (kommerisielle) bransjene i næringen, hvor de ikke begrenser seg til de bransjene som vanligvis oppfattes som kreative (for eksempel design og spill), men også inkluderer de kommerisielle delene av de mer kulturelle bransjene (for eksempel musikkprodusenter og større forlag). Innovasjon Norge legger allerede vekt på det kommerisielle potensialet, og ikke hvilken bransje søkeren kommer fra, med unntak av de første Ut i verden-programmene som var rettet spesifikt mot utvalgte bransjer. Dette handler derfor like mye om at de kommerisielle aktørene i større grad må oppfatte Innovasjon Norge som en aktuell virkemiddelaktør. Hvor lenge det er behov for å fortsette å særbehandle næringen, kan diskuteres.
- For de mer kulturelle bransjene av næringen (det vil si den midt-erste boksen i figur 8.1) er det mindre realistisk å forvente et stort kommerisielt potensial og eksportmuligheter, og de vil derfor ikke nødvendigvis «passe inn» i Innovasjon Norges mandat. Det kan likevel være hensiktsmessig å støtte disse for å bidra til at de får en bærekraftig økonomi, og at de blir mindre avhengige av annen (kulturpolitisk motivert) støtte. Det er mye som taler for at støtteordningene for disse fortsatt bør ligge hos Kulturdirektoratet, blant annet fordi dette er en aktør bransjene allerede kjenner godt, og som virksomhetene oppfatter at har en større kjennskap til kulturelle virksomheter enn Innovasjon Norge.
- De kulturelle virksomhetene som befinner seg i den venstre boksen i figur 8.1, det vil si de med minst potensial for kommersialisering, får i mange tilfeller driftstilskudd over Kultur- og likestillingsdepartementets budsjett. Det kan argumenteres for at de heller bør få utviklingsmidler innenfor dette driftstilskuddet enn å søke næringsrettede tilskuddsmidler.

- Erfaringene viser at ordninger som kombinerer økonomisk støtte med kompetansebygging, er det som fungerer best. Det er spesielt kompetansebygging som er det som er viktigst for virksomhetene, men det er en fordel om kompetansebyggingen kombineres med at de gjennom et støttet prosjekt lærer seg kompetansen i praksis – da blir det ikke bare et «teoretisk» kurs.
- Økte støttebeløp er et ikke uventet ønske fra mange av tilskuddsmottakerne, men det betyr ikke at det er mulig eller ønskelig fra et samfunnsmessig perspektiv. Vi mener at det kan være viktigere med totrinns ordninger, med en første fase hvor prosjektet utføres, og så en gjennomføringsfase. Dette kan eventuelt medføre at virksomheten totalt trenger mindre offentlig støtte – et godt forprosjekt kan gjøre at det er enklere å få med eksterne investorer, eller det kan gjøre at prosjektet gjennomføres mer effektivt.
- I denne rapporten har vi i tillegg vist at det er de bedriftene som har overlevd i minst fem år, som står for det største og mest stabile økonomiske bidraget i form av sysselsetting og verdiskaping. Vi anbefaler derfor at deler av virkemidlene blir satt inn for å gjøre denne kjernen større og mer robust. Det betyr at bedrifter som allerede er etablert, men som trenger støtte for å bli mer økonomisk bærekraftige og overleve de vanskelige oppstartsårene, får ekstra oppmerksomhet.



# Referanseliste

- 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/fagomrader/tilskuddsforvaltning/evaluering-av-statlige-tilskuddsordninger>
- Hauge, A., Ibenholt, K., Ericsson, B. & Hallin, G. (2020). *Nullpunktanalyse – kulturell og kreativ næring*. Kulturrådet/Fagbokforlaget.
- Hauge, A., Ibenholt, K., Ericsson, B., Hallin, G., Frisell, M., Dahlöf, C. & Malasevaska, I. (2022). *Midtveisevaluering – kulturell og kreativ næring*. Kulturrådet/Fagbokforlaget.
- Ibenholt, K. (2019). *Arkitektur og næringsutvikling* (Rapport 03-2019). Kunnskapsverket.
- Ibenholt, K., Hauge, A., Haraldsen, T., Ericsson, B. & Rykkja, A. (2015). *De gode hjelperne – nasjonale virkemidler for utvikling av kulturelle næringer* (Rapport nr. 03-2015). Kunnskapsverket.
- Innovasjon Norge. (2018). *Oppdragsgiver rapport 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. (2020). *Oppdragsgiver rapport fra Innovasjon Norge 2019*. [https://www.innovasjonnorge.no/globalassets/0-innovasjonnorge.no/om-innovasjon-norge/oppdrag-og-resultater/2020/oppdragsgiver-2019\\_med-vedlegg\\_endelig-versjon.pdf](https://www.innovasjonnorge.no/globalassets/0-innovasjonnorge.no/om-innovasjon-norge/oppdrag-og-resultater/2020/oppdragsgiver-2019_med-vedlegg_endelig-versjon.pdf)
- Innovasjon Norge. (2022a). *Oppdragsgiver rapport fra Innovasjon Norge 2021*. <https://www.innovasjonnorge.no/globalassets/0-innovasjonnorge.no/om-innovasjon-norge/oppdrag-og-resultater/2022/oppdragsgiver-2021.pdf>
- Innovasjon Norge. (2022b). *Vi skal gi bedriftene en vei inn til virkemiddelapparatet*. <https://www.innovasjonnorge.no/no/om/nyheter/2022/vi-skal-gi-bedriftene-en-vei-inn-til-et-samlet-virkemiddelapparat/>
- Innst 14 S (2022–23). *Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om bevilgninger på statsbudsjettet for 2023, kapitler under Barne- og familiedepartementet, Kultur- og likestillingsdepartementet og Klima- og miljødepartementet*. Stortinget.

- Kultur- og likestillingsdepartementet (2022): *Statsbudsjettet 2022, Tildeling til Norsk kulturråd*. <https://www.regjeringen.no/contentassets/bfc80a4a827d42a28f66e5d1f379ae35/norsk-kulturrad-tidelingsbrev-2022.pdf>
- Kultur- og likestillingsdepartementet. (2023). *Innovasjon Norge- oppdragsbrev 2023*. <https://cdn.sanity.io/files/loal7n8w/inno-prod/f54024e03c95ca6acb7382d76a10c2134592096b.pdf>
- Kulturdepartementet. (2016a, 6. oktober). *Statsbudsjettet 2017: 70 millioner kroner til kulturell og kreativ næring* [Pressemelding]. <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/70-millioner-kroner-til-kulturell-og-kreativ-naring/id2514480/>
- Kulturdepartementet. (2016b, 16. desember). Statstilskudd for 2017 – tilskuddsbrev. Brev til Office of Contemporary Art (OCA).
- Kulturdepartementet. (2017). *Statsbudsjettet 2017 – tildelingsbrev – Norsk kulturråd*. [https://www.regjeringen.no/globalassets/departementene/kud/tidelingsbrev-og-arsrapporter/norsk\\_kulturrad-tidelingsbrev-2017-.pdf](https://www.regjeringen.no/globalassets/departementene/kud/tidelingsbrev-og-arsrapporter/norsk_kulturrad-tidelingsbrev-2017-.pdf)
- Kulturdepartementet. (2021). *Oppdragsbrev til Innovasjon Norge 2021*.
- Kulturrådet. (2018). Utlysning av følgeevaluering av den kulturelle og kreative næringen. <https://www.mercell.com/nb-no/anbud/87292244/foelgeevaluering---den-kulturelle-og-kreative-naeringen-2018-2022-anbud.aspx>
- Kulturrådet. (2022a). *Kulturrådets årsrapport 2021*. <https://www.kulturdirektoratet.no/arsrapport-2021>
- Kulturrådet. (2022b). *Kulturøkonomiprojektets sluttrapport*. <https://kulturdirektoratet.no/web/guest/vis-publikasjon/-/kulturøkonomiprojektets-sluttrapport>
- Menon. (2022). *Evaluering av Innovasjon Norges oppstartsfinansiering* (publikasjon 81/2022.). Menon
- Norsk Filminstitutt. (2022). *Årsrapport 2021*. <https://www.nfi.no/statistikk/statistikk-analyse-og-rapporter>
- Oslo Economics. (2018). *Den norske spillbransjen* (Rapport 2018-3). Oslo Economics. <https://osloeconomics.no/wp-content/uploads/2018/02/Den-norske-spillbransjen.pdf>
- Power, D. & Spilsbury, M. (2017). *Putting people at the centre: Dynamic mapping of Norway's cultural and creative economy* (Rapport nr. 10-2017). Kunnskapsverket. <https://www.kulturdirektoratet.no/documents/10157/455bea06-8d19-434e-84ba-772e10d47656>
- Prop. 1 S (2019–2020). *For budsjettåret 2020 under Kulturdepartementet*. Kulturdepartementet.

Prop. 1 S (2021–2022). *For budsjettåret 2022 under Kulturdepartementet.*  
Kulturdepartementet.

SOU. (2022). *Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher.* (2022:44).  
Det svenska Kulturdepartementet.

Vista Analyse. (2019). *Kartlegging av konkurransekostnader i utvalgte plan- og designkonkurranser om prosjektoppdrag i byggenæringen* (rapport 10/2019). Vista Analyse.

# Metode

I sluttevalueringen benyttet vi oss av flere metoder og datakilder, som kort beskrives nedenfor.

## Dybdeintervjuer

Intervjuer var en viktig metode i følgeevalueringen, og inngikk i alle faser av prosjektet og dekket de aller fleste aktørgruppene i satsingen. Intervjuer er spesielt godt egnet for å avdekke komplekse sammenhenger og kausalitet.

I sluttevalueringen intervjuet vi representanter for Kulturdepartementet, de involverte virkemiddelaktørene (Kulturrådet, Innovasjon Norge, Norwegian Arts Abroad), et utvalg av virksomheter som hadde fått støtte gjennom de iverksatte tiltakene, og et utvalg av bransjeorganisasjonene innenfor kulturell og kreativ næring.

Dybdeintervjuene ble gjennomført som semistrukturelle intervjuer. Intervjuene var basert på en tilpasset intervjuguide, men den som ble intervjuet, hadde mulighet til å komme med synspunkter og innspill som ikke nødvendigvis var fanget opp i intervjuguiden. Guiden hadde slik sett først og fremst til hensikt å sikre at alle nødvendige temaer ble dekket. Intervjuguidene ble i tillegg tilpasset til hver enkelt respondent.

## Case

For å få dypere kunnskap om bedriftene som mottok tilskudd, og ikke minst om hvilke utfordringer de støtte på, og hvilken nytte de hadde av tilskuddene, brukte vi casemetodikken. Dette er en god metode for å få kunnskap om «hvorfor» og «hvordan», men den gir ikke nødvendigvis noen representativ kunnskap om hele populasjonen, det vil si alle bedriftene som fikk 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 valgte derfor ut et antall bedrifter (caser) som vi fulgte opp særskilt gjennom dybdeintervjuer og annen dokumentasjon. Dybdeintervjuer vi gjennomførte:

- Innovasjon Norge: Intervjuer med totalt 14 bedrifter, der 12 hadde deltatt i eksportprogram, hvorav 2 også hadde deltatt

i investorprogram, og 2 hadde fått støtte til Klynge forprosjekt. Tre av bedriftene ble også intervjuet i forbindelse med midtveis-evalueringen.

- Kulturrådet: Intervjuer med totalt 34 bedrifter, der 23 hadde fått tilskudd til næringsutvikling, 4 hadde fått tilskudd til regional bransjeutvikling og 7 var kulturinstitusjoner som hadde fått utviklingsstøtte (en av disse hadde også fått tilskudd til regional bransjeutvikling).
- NAA: Intervjuer med totalt 7 bedrifter, hvor alle også hadde fått støtte fra enten Kulturrådet eller Innovasjon Norge.

### **Dokumentanalyser**

For alle virkemiddelaktørene benyttet vi oss gjennom følgeevalueringen av følgende dokumentasjon og data:

- Statsbudsjettet for Kulturdepartementet for samtlige år
- Tildelings-, tilskudds- eller oppdragsbrev fra Kulturdepartementet til den aktuelle virkemiddelaktøren for samtlige år
- Års- eller oppdragsgiverrapporter for årene 2017–2021

### **Kvantitative datakilder**

- Brønnøysundregistrene, regnskapsdata (via Proff Analyse)
- Samspillsdatabasen, database med mikrodata over virkemiddelbruk
- Data fra virkemiddelaktørene om søknader, tildelinger og avslag

# Økonomisk utvikling etter bransje

▸ **Tabell II.1** Antall virksomheter i kulturell og kreativ næring i 2016, 2018, 2020 og 2021, andel og netto tilvekst 2016–2021 i prosent.

Bransje	Virksomheter, antall				Andel, %	Netto tilvekst
	2016	2018	2020	2021	2021	%
Annonse og reklame	1 258	1 302	1 331	1 440	16	14
Arkitektur	1 046	1 069	1 093	1 155	13	10
Bokbransjen (forlagsvirksomhet)	1 313	1 235	1 090	1 119	12	-15
Dataspill <sup>1</sup>	16	20	19	19	0	19
Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	456	482	311	314	3	-31
Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	1 475	1 558	1 543	1 651	18	12
Musikk	917	1 005	572	617	7	-33
Spesialisert designvirksomhet	1 411	1 611	1 729	1 912	21	36
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	1 144	1 287	810	895	10	-22
<b>I alt</b>	<b>9 036</b>	<b>9 569</b>	<b>8 498</b>	<b>9 122</b>	<b>100</b>	<b>1</b>

Note: Omfatter kun bedrifter med en omsetning som er større enn eller lik 50 000 kr i respektive år.

Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt.

1 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 mellom dette tallet og våre 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 II.2** Omsetning i bransjene i kulturell og kreativ næring i 2016, 2018, 2020 og 2021 og netto tilvekst 2016–2021.

Bransje	Omsetning, mill. kroner				Andel, %	Endring 2016–2021
	2016	2018	2020	2021	2021	%
Annonse og reklame	7 801	9 378	10 534	12 569	13	61
Arkitektur	7 031	7 948	8 835	9 322	9	33
Bokbransjen (forlagsvirksomhet)	26551	27 410	26 996	28597	29	8
Dataspill <sup>2</sup>	130	362	328	328	0	152
Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	4 213	4 712	5 162	5 799	6	38
Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	19 747	21 989	30 935	23 881	24	21
Musikk	5 315	6 578	3 365	3 713	4	-30
Spesialisert design-virksomhet	4 929	6 631	7 027	8 841	9	79
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	6 920	7 978	5 558	6 642	7	-4
<b>I alt</b>	<b>82 637</b>	<b>92 986</b>	<b>98 740</b>	<b>99 692</b>	<b>100</b>	<b>21</b>

Note: Omfatter kun bedrifter med en omsetning som er større eller lik kr 50 000 i respektive år.

Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt.

- 2 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 II.3** Verdiskaping i kulturell og kreativ næring i Norge fordelt etter bransje i 2016, 2018, 2020 og 2021, andel 2021 i mill. kroner, og netto endring 2016–2021 i prosent.

Bransje	Verdiskaping, mill. kroner				Andel, %	Netto endring 2016–2021
	2016	2018	2020	2021	2021	%
Annonse og reklame	3 219	3 889	3 980	4 782	12	49
Arkitektur	4 888	5 582	6 145	6 547	16	34
Bokbransjen (forlagsvirksomhet)	9 421	9 554	9 534	10 554	26	12
Dataspill	55	145	12	89	0	62
Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	2 154	2 484	2 688	2 682	7	25
Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	7 517	7 260	10 860	8 112	20	8
Musikk	1 935	2 294	1 127	1 212	3	-37
Spesialisert designvirksomhet	1 897	2 659	2 956	3 523	9	86
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	3 236	3 406	2 691	2 955	7	-9
<b>I alt</b>	<b>34 327</b>	<b>37 272</b>	<b>39 993</b>	<b>40 456</b>	<b>100</b>	<b>18</b>

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

Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt.

- ↘ **Tabell II.4** Egenkapital i kulturell og kreativ næring i Norge fordelt etter bransje i 2016, 2018, 2020 og 2021, andel 2021 i mill. kroner og netto endring 2016–2021 i prosent.

Bransje	Egenkapital, mill kroner				Andel, %	Netto endring 2016–2021
	2016	2018	2020	2021	2021	%
Annonse og reklame	1 276	1 842	2 325	3 095	9	143
Arkitektur	1 394	1 534	2 009	2 144	6	54
Bokbransjen (forlagsvirksomhet)	8 586	9 451	11 800	13 344	39	55
Dataspill	48	183	371	329	1	585
Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	2 411	2 815	3 083	3 364	10	40
Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	4 066	4 113	8 220	5 710	17	40
Musikk	1 060	1 336	1 202	1 295	4	22
Spesialisert designvirksomhet	922	1 305	1 848	2 821	8	206
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	2 237	3 033	1 520	1 937	6	-13
<b>I alt</b>	<b>22 000</b>	<b>25 612</b>	<b>32 378</b>	<b>34 039</b>	<b>100</b>	<b>55</b>

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

Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt.



- **Tabell II.5** Gjeld i kulturell og kreativ næring i Norge fordelt etter bransje i 2016, 2018, 2020 og 2021, andel 2021 i mill. kroner og netto endring 2016–2021 i prosent.

Bransje	Verdiskaping, mill kroner				Andel, %	Netto endring 2016–2021
	2016	2018	2020	2021	2021	%
Annonse og reklame	2 706	3 454	4 147	5 349	11	98
Arkitektur	2 552	2 775	3 008	3 298	7	29
Bokbransjen (forlagsvirksomhet)	11 736	11 705	12 060	13 087	27	12
Dataspill	103	367	227	449	1	336
Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	2 520	2 782	3 242	3 519	7	40
Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	9 083	9 280	10 968	11 338	23	25
Musikk	2 558	2 920	1 612	2 023	4	-21
Spesialisert designvirksomhet	2 428	2 993	3 569	4 333	9	78
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	4 632	5 260	4 473	5 095	11	10
<b>I alt</b>	<b>38 318</b>	<b>41 536</b>	<b>43 306</b>	<b>48491</b>	<b>100</b>	<b>27</b>

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

Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt.

- **Tabell II.6** Gjeldsgrad i kulturell og kreativ næring i Norge fordelt etter bransje i 2016, 2018, 2020 og 2021, netto endring 2016–2021 i prosent.

Bransje	Gjeldsgrad				Netto endring 2016–2021
	2016	2018	2020	2021	%
Annonse og reklame	2,1	1,9	1,8	1,7	-19
Arkitektur	1,8	1,8	1,5	1,5	-16
Bokbransjen (forlagsvirksomhet)	1,4	1,2	1,0	1,0	-28
Dataspill	2,1	2,0	0,6	1,4	-36
Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	1,0	1,0	1,1	1,0	0
Film-, video- og fjernsynsprogramproduksjon, radio og foto	2,2	2,3	1,3	2,0	-11
Musikk	2,4	2,2	1,3	1,6	-35
Spesialisert designvirksomhet	2,6	2,3	1,9	1,5	-42
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	2,1	1,7	2,9	2,6	27
<b>I alt</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>	<b>1,3</b>	<b>1,4</b>	<b>-18</b>

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

Kilde: Enhetsregisteret / Proff Forvalt.

# Tiltakene i Innovasjon Norge og Kulturrådet

▸ **Tabell III.1** Tiltak innenfor Innovasjon Norges oppdrag, rammer og oppdragsbeskrivelse fra oppdragsbrevene.

Tiltak	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Låneordninger	10 mill. kr	10 mill. kr	10 mill. kr	10 mill. kr	10 mill. kr	10 mill. kr
Eksportprogram	10 mill. kr	5 mill. kr	8 mill. kr	8 mill. kr	8 mill. kr	8 mill. kr
Formålet med eksportprogrammet er å støtte norske bedrifter innenfor 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 til kultur og reiseliv	10 mill. kr, hvorav 2 mill. kr til kultur og reiseliv	2 mill. kr	2 mill. kr	2 mill. kr
<p>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.)</p> <p>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.</p> <p>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».</p>						
Investorprogram	0,6 mill. kr	0,6 mill. kr	0,6 mill. kr	2,2 mill. kr	2,2 mill. kr	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 innenfor 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 reise-mål. Midlene skal benyttes til en åpen konkurranse hvor aktører innenfor 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. Engangstiltak i 2018

Mentorordning 5 mill. kr 5 mill. kr

Ordning for å bistå gründere og bedrifter med vekstpotensial og ambisjoner med strategisk veiledning og oppfølging. Midlene skal brukes for å rekruttere kvalifiserte mentorer.

Administrasjons-  
og gjennomfø-  
rings-kostnader 3,3 mill. kr 3,4 mill. kr 3,4 mill. kr 3,4 mill. kr 4,0 mill. kr 4,1 mill. kr

Mill. kr 29,9 mill. kr 32 mill. kr 32 mill. kr 25,6 mill. kr 31,2 mill. kr 31,1 mill. kr

Note: Kulturrådets totale støtte til kulturell og kreativ næring fordeles på seks tiltak. Ettersom noen av tildelingene kun er rammer som strekker seg over flere år, har vi valgt å ikke summere bevilgningene per år.

▾ **Tabell III.2** Tiltak innenfor Kulturrådets oppdrag, rammer i tildelingsbrev og beskrivelse.

Tiltak	2017	2018	2019	2020	2021	2022
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 mellomledet mellom kunstner og marked, for eksempel agenter, managere, gallerister, produsenter, arrangører og lignende.

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 mv. 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

Ovasjon 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 innenfor produksjon, distribusjon, markedsføring eller formidling av kunstneriske og kulturelle uttrykk innenfor 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 <sup>1</sup>	
<p>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 deltakerne. Tiltaket består i organisering av møteplasser i fem byer våren 2019 for til sammen 80 spesielt inviterte deltakere.</p>			
Utviklingsprogram for kulturinstitusjoner	-	5 mill. kr	5 mill. kr
<p>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.</p>			

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

# 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 fjernsynsprogramproduksjon, 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
	58.190	Forlagsvirksomhet ellers
	63.910	Nyhetsbyråer
	90.034	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen litteratur

Kategori	NACE-kode	NACE-kode tekst
Drift av biblioteker, arkiver, museer og andre kulturvirksomheter	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 musikk video
	59.200	Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak
	74.903	Impresariovirksomhet
	90.011	Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk
	90.032	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen musikk
Utøvende og kunstnerisk virksomhet	85.521	Kommunal kulturskoleundervisning
	85.522	Undervisning i kunsthøgskole
	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	

# Yrkeskoder og kategorier

Kategori	STYRK08
Arkitekter og Designere	2161 – Sivilarkitekter
Arkitekter og Designere	2162 – Landskapsarkitekter
Arkitekter og Designere	2163 – Produkt- og klesdesignere
Arkitekter og Designere	2164 – Arealplanleggere
Arkitekter og Designere	2166 – Grafiske- og multimediasdesignere
Arkitekter og Designere	3432 – Interiørdesignere og dekoratører
Arkitekter og Designere	3439 – Andre yrker innen estetiske fag
Bibliotekarer og Arkivarer	2621 – Arkivarer og kuratorer
Bibliotekarer og Arkivarer	2622 – Bibliotekarer og andre informasjonsarbeidere
Bibliotekarer og Arkivarer	3433 – Tekniske konservatorer
Kunsthåndverk	3434 – Sjefskokker
Kunsthåndverk	7221 – Smeder
Kunsthåndverk	7311 – Presisjonsinstrumentmakere og -reparatører
Kunsthåndverk	7312 – Musikkinstrumentmakere og -stemmere
Kunsthåndverk	7313 – Gull- og sølvsmeder, gravører mv.
Kunsthåndverk	7314 – Keramikere mv.
Kunsthåndverk	7315 – Glasshåndverkere
Kunsthåndverk	7316 – Dekormalere mv.
Kunsthåndverk	7317 – Kunsthåndverkere i tre mv.
Kunsthåndverk	7318 – Vevere, strikkere mv. (innen husflidsproduksjon)
Kunsthåndverk	7319 – Andre kunsthåndverkere
Kunsthåndverk	7522 – Møbelsnekkere
Kunstnere	2641 – Forfattere mv.
Kunstnere	2642 – Journalister
Kunstnere	2651 – Skulptører, kunstmalere og andre billedkunstnere
Kunstnere	2652 – Dirigenter, komponister, musikere og sangere
Kunstnere	2653 – Koreografer og dansere
Kunstnere	2654 – Regissører

Kunstnere	2655 – Skuespillere
Kunstnere	2659 – Andre utøvende kunstneriske yrker
Kunstnere	3431 – Fotografer og filmfotografer
Programvareutviklere	1330 – Ledere av IKT-enheter
Programvareutviklere	2511 – Systemanalytikere/-arkitekter
Programvareutviklere	2512 – Programvareutviklere
Programvareutviklere	2513 – Nett- og multimediautviklere
Salg og Markedsføring	1222 – PR- og informasjonssjefer
Salg og Markedsføring	2431 – Reklame- og markedsføringsrådgivere
Salg og Markedsføring	2432 – Informasjonsrådgivere



Denne rapporten utgjør den tredje og siste fra følgeevalueringen av Solberg-regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring, som ble satt i gang i 2017.

Den første rapporten, nullpunktsanalysen, beskrev økonomiske data for næringen, noen strukturelle trekk og de ordningene og tiltakene som ble iverksatt i satsingen. Nullpunktsanalysen konkluderte med at tiltakene som ble etablert i satsingen, virket godt tilpasset målene, men at uklarheter i de overordnede målene gjorde det vanskelig å vurdere i hvilken grad målene faktisk ble nådd. Den andre rapporten, midtveiseevalueringen, la derfor vekt på operasjonaliseringen av målene for å kunne vurdere graden av måloppnåelse. Midtveiseevalueringen konkluderte med at de ulike ordningene fungerte godt og etter intensjonene, men at det lå et forbedringspotensial i samordningen av virkemidlene.

Sluttevalueringen undersøker i hvilken grad satsingen har bidratt til økonomisk vekst i næringen, om den har gitt økt kunnskap om kultur som næring, og om virkemiddelapparatet har blitt bedre koordinert. Rapporten konkluderer med at det har skjedd en positiv utvikling på alle disse parameterne.

Følgeevalueringen er gjennomført av Østlandsforskning ved Høgskolen i Innlandet i samarbeid med Samfunnsøkonomisk analyse og WSP.

Utgitt i kommisjon hos  
Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke

ISBN 978-82-7081-210-3



9 788270 812103

Kulturdirektoratet  
Arts and Culture Norway