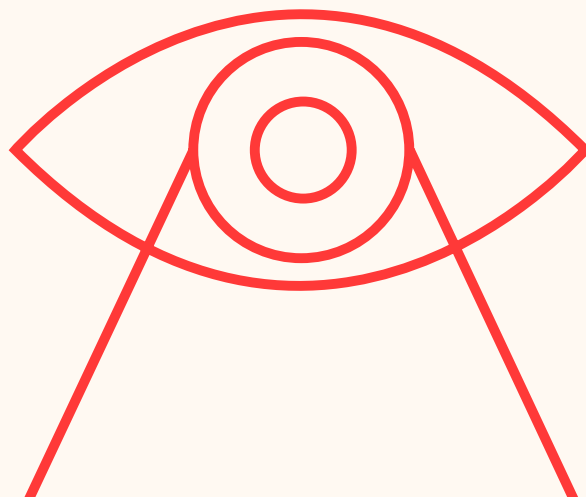
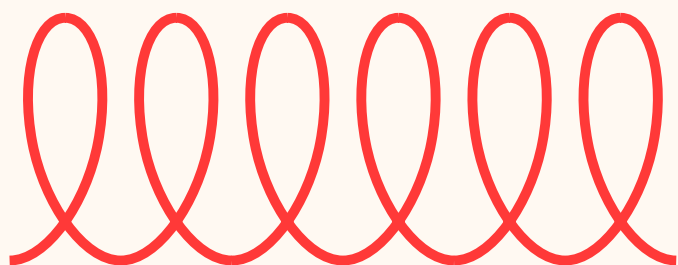
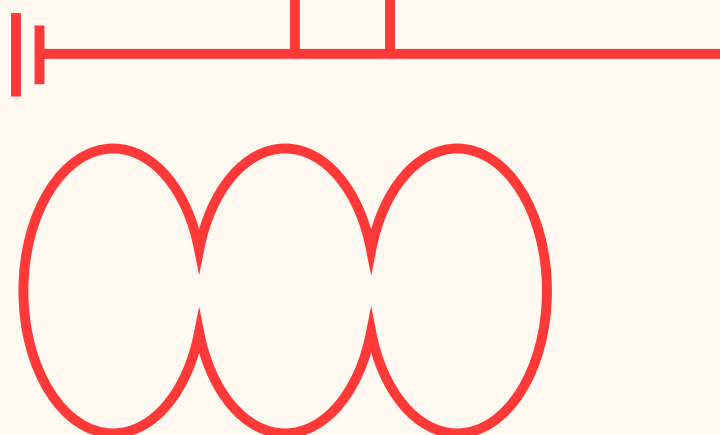
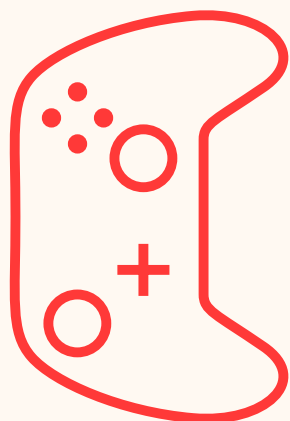
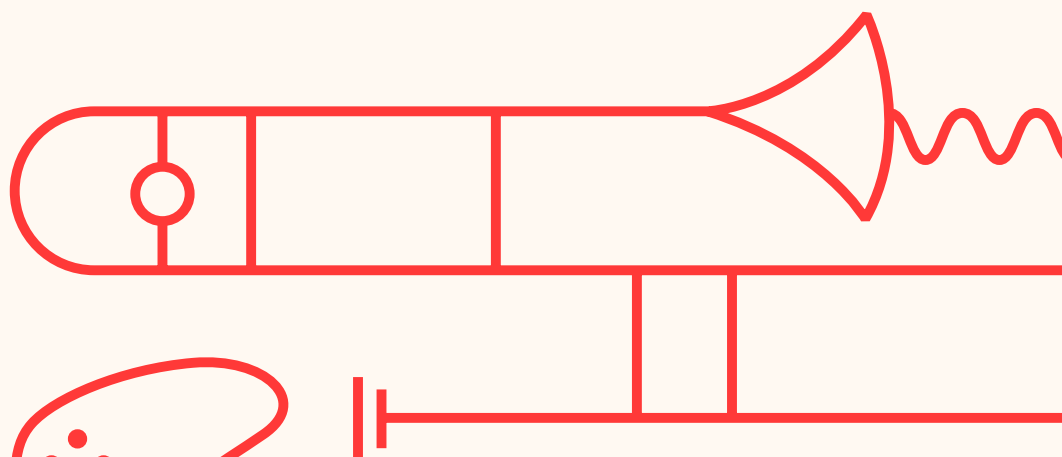
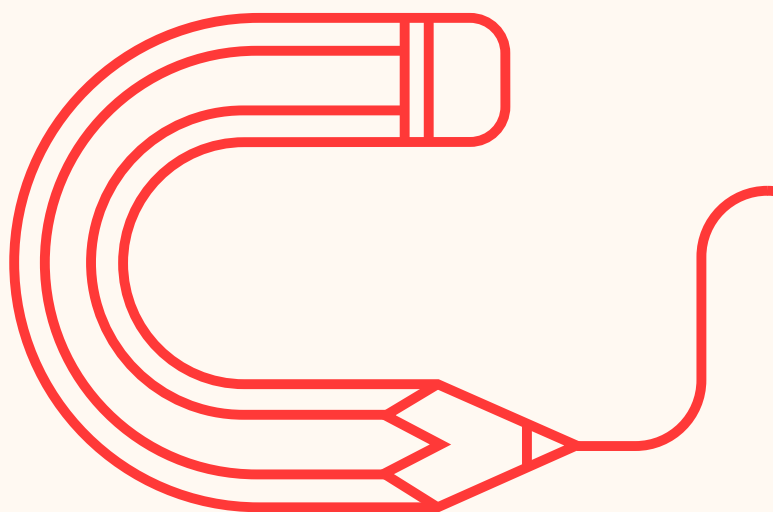
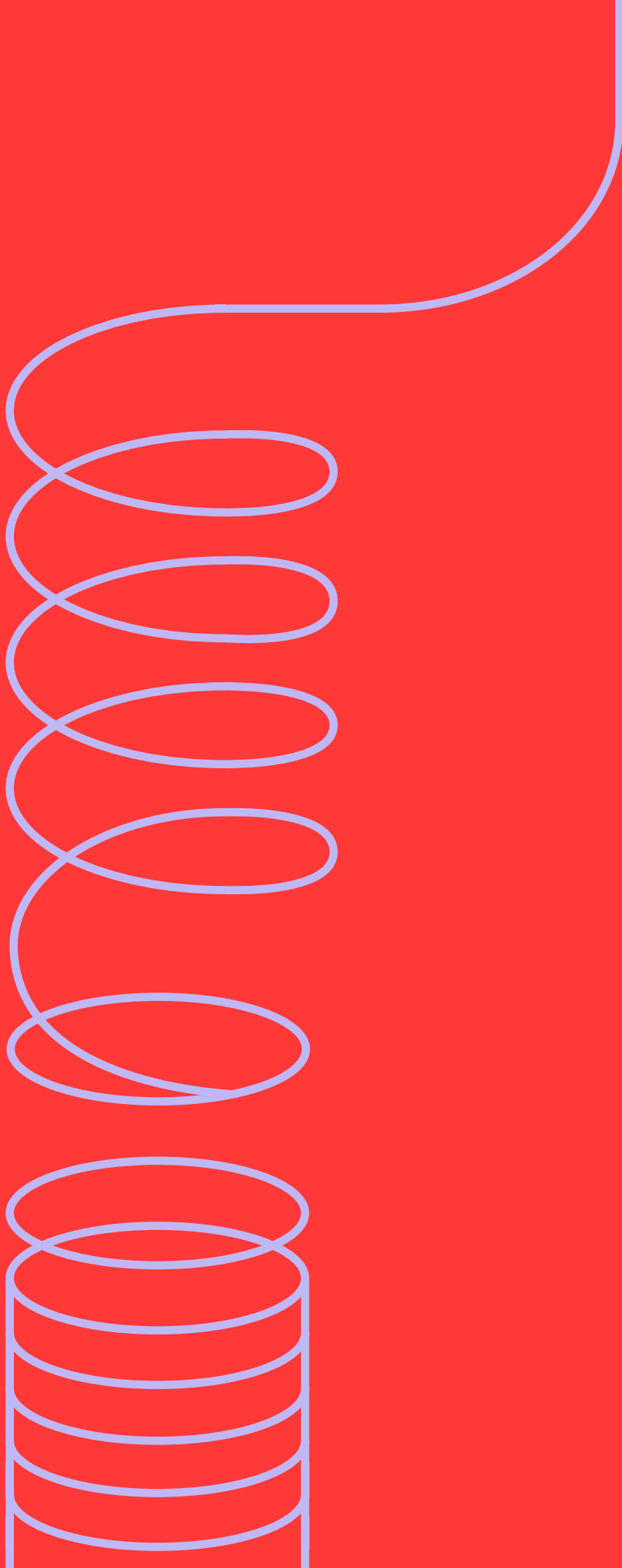


Veikart for

Kreativ næring





Med et rikt kulturliv og sterke teknologiske miljøer har Norge gode forutsetninger for økt sysselsetting, verdiskaping og eksport fra kreativ næring fremover.

Innhold

Forord 6

01 Kreativ næring –
status og utvikling 8

Beskrivelse av næringen 10

Nøkkeltall om kreativ næring 12

Globale trender og utviklingstrekk 20

02 Mål og
ambisjoner 24

03 Sentrale rammevilkår 28

Næringsrettede virkemidler	30
Kulturpolitikk	45
Klima- og miljøpolitikk	46
Digitalisering	49
Immaterielle verdier og rettigheter	52
Kommunal- og distriktspolitikk	56
Sametingets virkemidler for kreativ næring	59
Kunnskap og kompetanse	61
Rapporteringskrav og regelverk	65

04 Innsatsområder 68

Internasjonal profilering og eksport	69
Innovasjon og utvikling	80
Samspill og samarbeid	88

Referanseliste	92
----------------	----

Forord

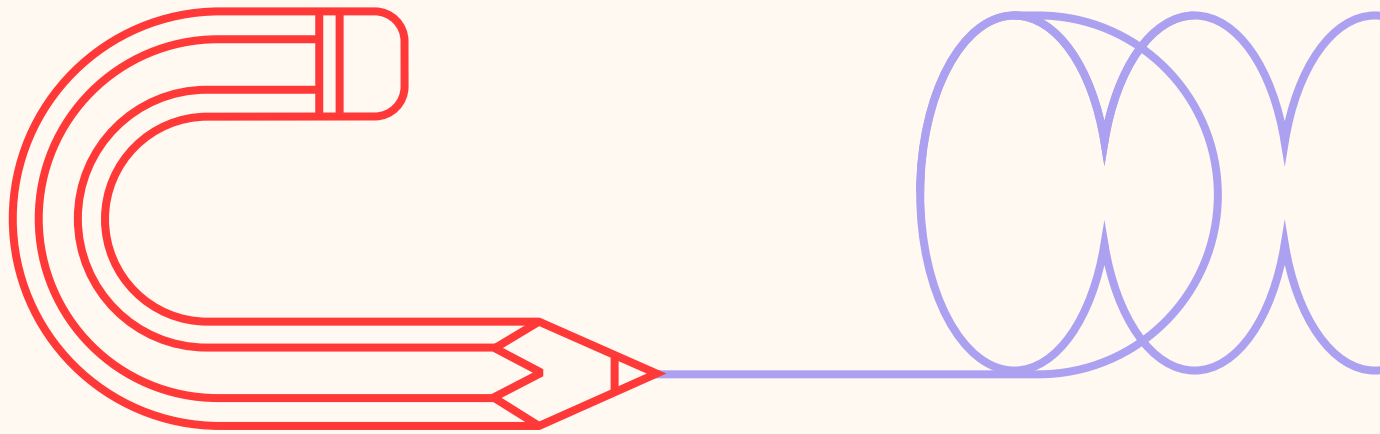
Det er i de kreative næringene folk som kunstnere, forfattere, skuespillere og designere skaper innhold som beriker livene våre og gir oss noe å leve for. Men for mange er kreativ næring også noe å leve av. Næringen er i vekst både nasjonalt og internasjonalt og har en viktig rolle i omstillingen til en bærekraftig økonomi. Den har opplevd en positiv utvikling de siste årene, og potensialet for videre vekst er fremdeles stort. Med et rikt kulturliv og sterke teknologiske miljøer har Norge gode forutsetninger for økt sysselsetting, verdiskaping og eksport fra kreativ næring i årene fremover.

Kreativ næring omfatter en rekke ulike bransjer. Bedriftene har ulike roller i norsk næringsliv og i norske lokalsamfunn. Noen er selvstendig næringsdrivende, andre er store foretak med mange ansatte, og noen samarbeider tett med internasjonale samarbeidspartnere. Potensialet for eksport og kommersialisering kan variere mellom ulike bransjer. Alt fra norske scenekunstnere til tilbydere av digitale verktøy og dataspill har sine unike eksportpotensialer.

I likhet med næringslivet generelt står næringen ovenfor en grønn og digital omstilling. Kreativ næring sitter på verdifull kompetanse for å bidra til utvikling av grønne innovative løsninger.

Næringen bidrar til verdiskaping, samfunns- og relasjonsbygging, gjennom kultur og kreativitet. Den er også viktig for identitet og stedsutvikling, da kreativitet og kultur også kan handle om å skape samhold og møteplasser, og å skape gode vilkår for mangfold og ytringsfrihet. Det er viktig at næringen blir sett som både en økonomisk og sosial investering.

Regjeringen har lagt frem sine ambisjoner og næringspolitiske mål i Hurdalsplattformen. Kreativ næring skal bidra til å nå disse målene. Dette innebærer at næringen skal bidra til å få flere i jobb, skape aktivitet i hele landet, styrke fastlandsinvesteringene og øke eksporten. Det



er også viktig at næringslivet jobber for å omstille seg i en bærekraftig retning, gjennom å redusere egne utslipp og legge til rette for nye sirkulære forretningsmodeller.

Myndighetene skal sørge for gode, generelle rammevilkår for norske bedrifter. Næringspolitikken skal bidra til at vi når målene om høy sysselsetting og effektiv bruk av ressursene. Veikartet viser hvordan regjeringen legger til rette for at kreativ næringsvirksomhet bidrar aktivt til å nå målene for næringspolitikken. Gjennom arbeidet med veikartet har næringslivet vist et stort engasjement og gitt verdifulle innspill om hvilke utfordringer og muligheter næringslivet står overfor.

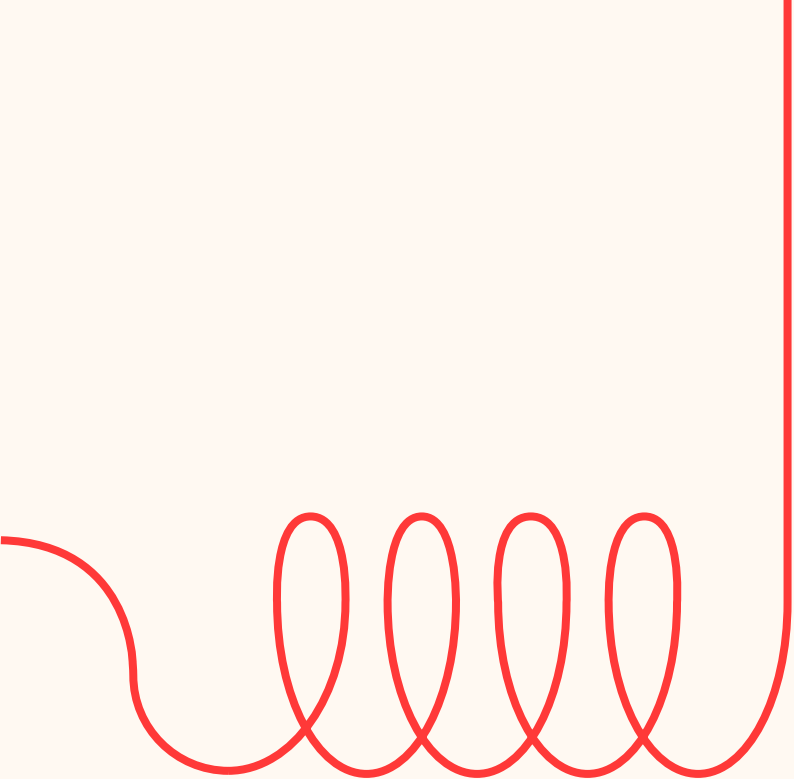
Med utgangspunkt i disse viser veikartet hvordan regjeringen gjennom generelle rammevilkår og utvalgte innsatsområder legger til rette for å realisere næringslivet sitt potensiale for bærekraftig vekst.

Cecilie Terese Myrseth
næringsminister

01

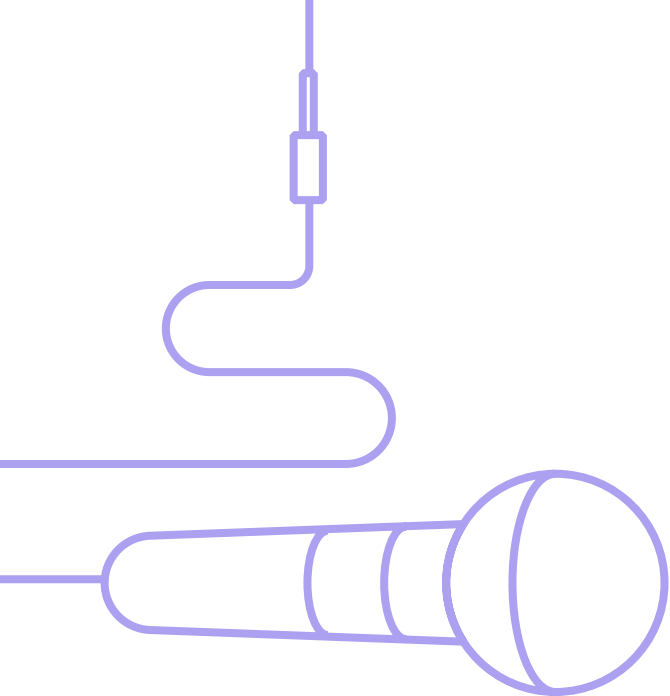
Kreativ næring – status og udvikling





Kreativ næring er i vekst internasjonalt og det har vært en positiv utvikling også i Norge. Potensialet for vekst er fortsatt stort, og kreativ næring har gode forutsetninger for økt verdiskaping. Noe av det viktigste myndighetene kan gjøre for norske bedrifter er å sørge for gode, generelle rammevilkår, som gjør det forutsigbart og lønnsomt å drive næringsvirksomhet i Norge. Næringspolitikken skal bidra til at vi når målene om høy sysselsetting og effektiv bruk av ressursene våre. De generelle rammebetingelsene for næringslivet i Norge er gode, også for kreativ næring.

Aktører i kreativ næring møter mange av de samme utfordringene som andre næringer, men har også noen særtrekk og det kommersielle potensialet kan variere med hensyn til etterspørsel, skalering og eksport. Kreativ næring er mer enn bare økonomisk verdiskaping, og kan også handle om å skape møteplasser, gi innhold i folks liv og om å legge til rette for mangfold og ytringsfrihet. I likhet med næringslivet generelt, står næringen ovenfor en grønn og digital omstilling, og for å løse dette er det behov for nytenkning og innovasjon.



Beskrivelse av næringen

Kreativ næring omfatter blant annet bransjene visuell kunst, scenekunst, musikk, litteratur, trykte og digitale medier, dataspill, film, arkitektur, design, museer og kulturarv. Mens kultursektoren først og fremst kjennetegnes av vektlegging av kulturens egenverdi og kunstnerisk frihet, er de andre bransjene i større grad kommersielle. En fellesnevner for næringen er at den består av bransjer som «*bedriver formbevisst kommunikasjon på mer eller mindre kreativt vis*» (Gran og Olsen, 2021). Det som skiller kreativ næring fra andre næringer er at bransjene betraktes som kreative, estetiske og kommunikative – samtidig.

Bransjene innenfor kreativ næring har ulike kjennetegn og utfordringer, blant annet når det gjelder potensiale for skalering, finansiering av produksjon og konkurransesituasjon. Mens noen kultur- og medie-tilbud er stedsspesifikke i produksjon, distribusjon og forbruk, kan andre konsumeres hvor som helst.

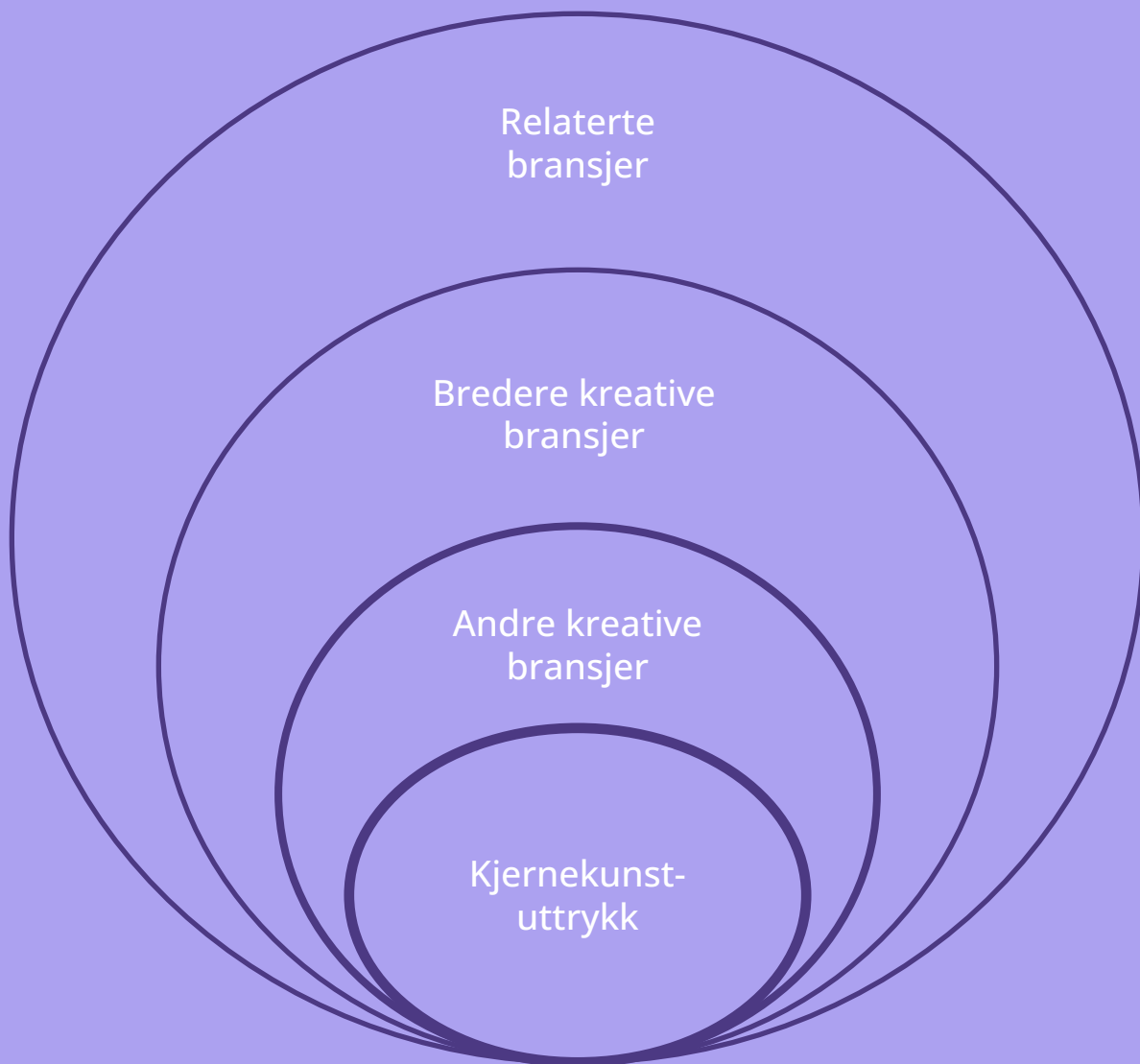
Sistnevnte har et større potensial for skalering og eksport enn de som er avhengig av at kundene oppsøker tilbudet fysisk.

Kreativ næring kan også deles inn ved å ta utgangspunkt i det skapende enkeltindividet, omgitt av ulike kategorier aktører som bruker kreative uttrykk i en mer sammensatt kontekst. Ifølge denne modellen kan næringen klassifiseres slik:

- Kjernekunstuttrykk, som visuell kunst, utøvende kunst, musikk og litteratur
- Andre kreative bransjer som film, museum og galleri
- Brede kreative bransjer, som publisering og print, TV og radio, lyd og dataspill og andre digitale medier
- Relaterte bransjer, som reklame, markedsføring, design og arkitektur

FIGUR 1

Inndeling av kreative bransjer



Kilde: Oslo Economics (2016)

Nøkkeltall om kreativ næring

Den kreative næringen er ifølge UNESCO (2023) en av verdens raskest voksende sektorer. Næringen er estimert å utgjøre om lag 6 prosent av den globale økonomien, og den sysselsetter 30 millioner mennesker globalt. Mellom 2002 og 2015 var det en dobling i det globale markedet for kreative produkter. Kina, USA og Frankrike er de tre største eksportørene av kreative produkter. De siste årene har mange land lansert strategier for utvikling av kreativ næring. En undersøkelse av FN-konferansen for handel og utvikling (2022) viser at de bransjene som oftest prioriteres som viktige eksportbransjer er audiovisuell kunst, mote, dataspill, design, utøvende kunst, animasjon og film.

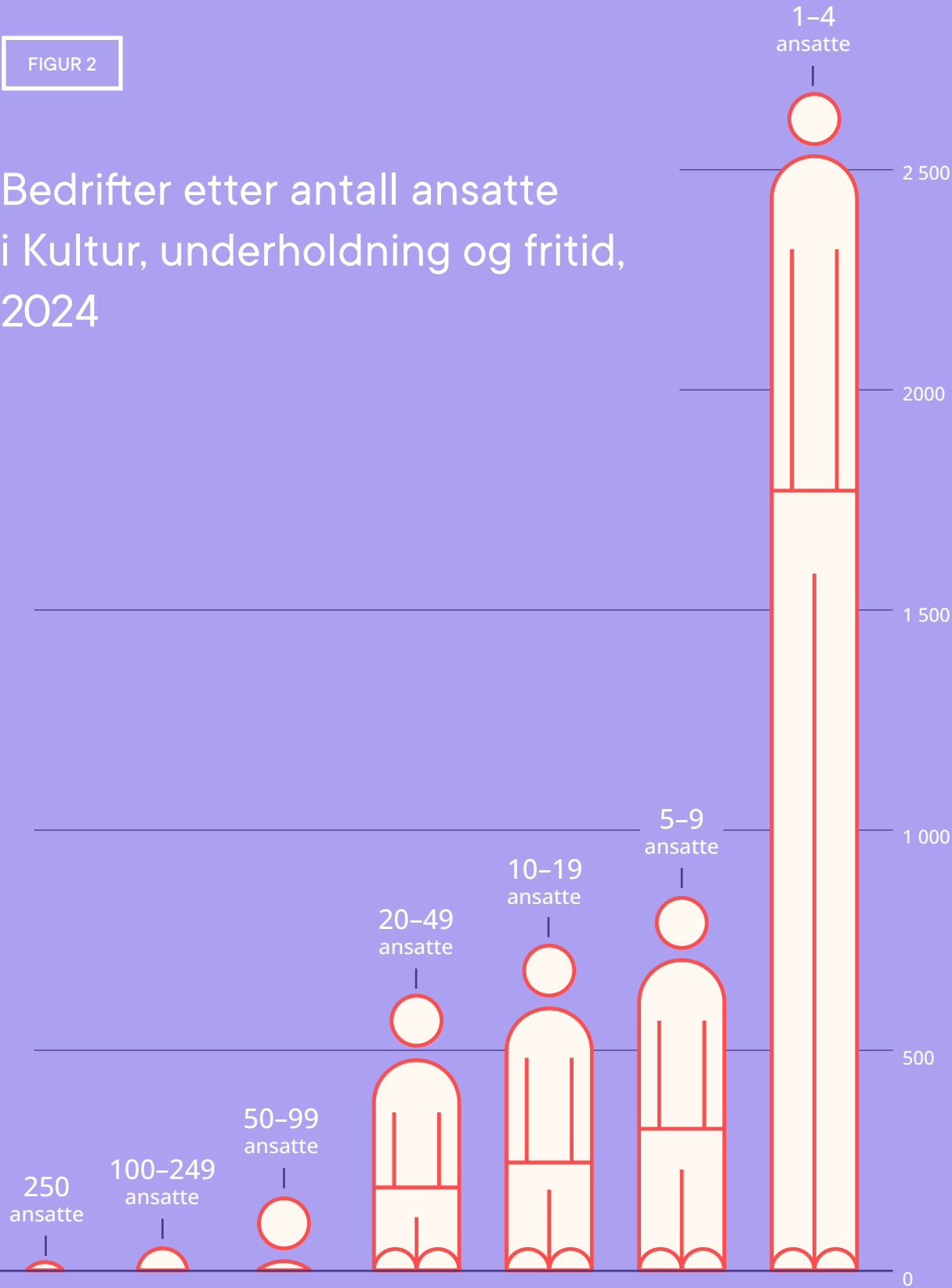
Kreativ næring er en viktig del av norsk økonomi, som gir grunnlag for verdiskaping og arbeidsplasser. Markedet internasjonalt er i vekst, og det er et stort potensial for økt eksport fra norsk kreativ næring framover. Eksportinntektene i 2022 er beregnet til om lag 1,2 milliarder kroner innenfor bransjene musikk, litteratur, visuell kunst og scenekunst.

Dette innebærer en økning på 16 prosent fra 2021, og 60 prosent vekst sammenlignet med 2019. Omsetningen i innenlandsmarkedet (Norge) for de samme bransjene er beregnet til om lag 18 milliarder kroner i 2022 (Stampe et al., 2023). Det finnes ikke sammenliknbare tall for film og dataspill, men omsetningen fra utgivelse av dataspill i norsk dataspillbransje økte fra 366 millioner kroner i 2019 til 652 millioner kroner i 2022 (Norsk filminstitutt & Virke, 2023). Denne økningen tilsvarer 78 prosent, og et konservativt anslag for eksportinntektenes andel av omsetningen er om lag 95 prosent.

Den norske kreative næringen kjennetegnes av en høy andel selvstendig næringsdrivende, små og mellomstore bedrifter, og et fåtall større selskaper. De større private selskapene er ofte internasjonalt eide. Dette gjelder eksempelvis for plateselskaper i Norge, der de største selskapene, kalt majorselskaper, Universal Music, Sony Music og Warner Music er internasjonalt eide, mens de mindre uavhengige plateselskapene i hovedsak er norskeide.

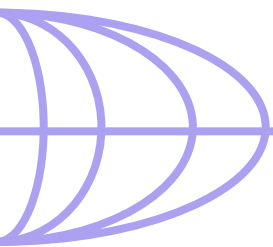
FIGUR 2

Bedrifter etter antall ansatte i Kultur, underholdning og fritid, 2024



Kilde: Statistisk sentralbyrå, tabell 10309

Den norske kreative næringen kjennetegnes av en høy andel selvstendig næringsdrivende, små og mellomstore bedrifter, og et fåtall større selskaper. De større private selskapene er ofte internasjonalt eide.



Verdiskapingen i den kreative næringen påvirkes av en rekke drivkrefter, slik som demografiske forhold, den grønne omstillingen, globalisering, digitalisering og teknologisk utvikling. Digitale plattformer og strømmetjenester gir enklere tilgang til internasjonale markeder, men også større konkurranse. I 2018 sto kreativ næring for en verdiskaping på rundt 52 milliarder kroner (Gran og Olsen 2021), noe som utgjorde om lag 2,9 prosent av samlet verdiskaping i fastlandsøkonomien i Norge. Fra 2008–2018 økte den samlede verdiskapingen med om lag 25 prosent fra 41,6 milliarder kroner til 52,2 milliarder kroner. Den samlede veksten i omsetningen i samme periode er anslått til 15,7 prosent fra 121,4 milliarder kroner i 2008 til 140,4 milliarder i 2018. Tall fra SSB viser at kreativ næring i 2022 sysselsatte om lag 93 000 personer i 2022, noe som utgjør om lag tre prosent av alle sysselsatte i Norge (Statistisk sentralbyrå, 2024b). Dette var en økning på 4 400 sysselsatte sammenlignet med 2021. Figur 3 viser en oversikt over utviklingen i sysselsatte i ulike bransjer.

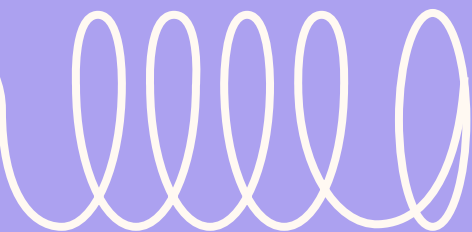
Den største andelen av sysselsatte for kreativ næring i Norge er i fylkene Vestland, Viken og Oslo, som samlet utgjør 65 prosent av den totale næringen (Statistisk sentralbyrå, 2024b). Den største delen av verdiskapingen i sektoren er lokalisert i Oslo. Det er også Oslo som har den største andelen sysselsatte (om lag 41 prosent). Samtidig bidrar næringen til arbeidsplasser over hele landet, også i distriktene. Næringen er også viktig for å skape levende steder med et mangfoldig tilbud, og kan bidra til å styrke stedets konkurransekraft og gjøre det attraktivt å bo der. Digitaliseringen har gjort det enklere å drive kreativ virksomhet utenfor de store byene, og næringen har derfor et potensial i å bidra til et variert og konkurransedyktig næringsliv i alle landets regioner.

6 %

av den globale
økonomien

2,9 %

av samlet verdi-
skaping i Norge

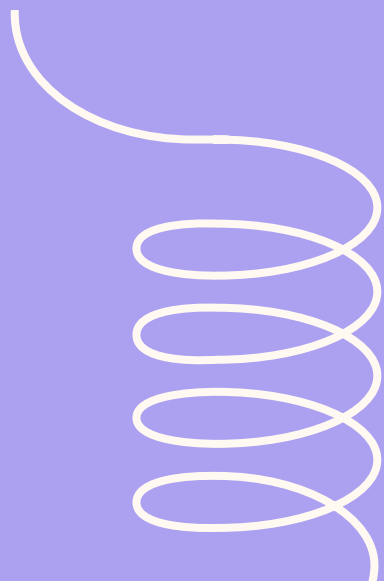


3 %

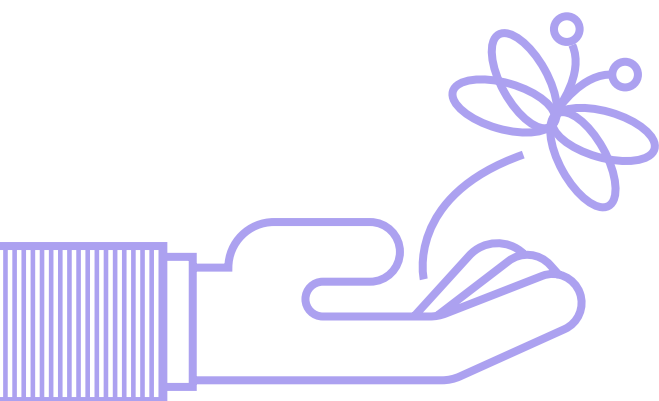
av sysselsettingen
i Norge

30 

millioner
sysselsatte
globalt



Kreativ næring er i vekst internasjonalt, og det er et stort potensial for økt verdiskaping og eksport i Norge. Næringen skaper også verdier utover de økonomiske. De sosiale, kulturelle og estetiske verdiene som næringen skaper har betydning for enkeltmennesker og for levende lokalsamfunn i hele landet.



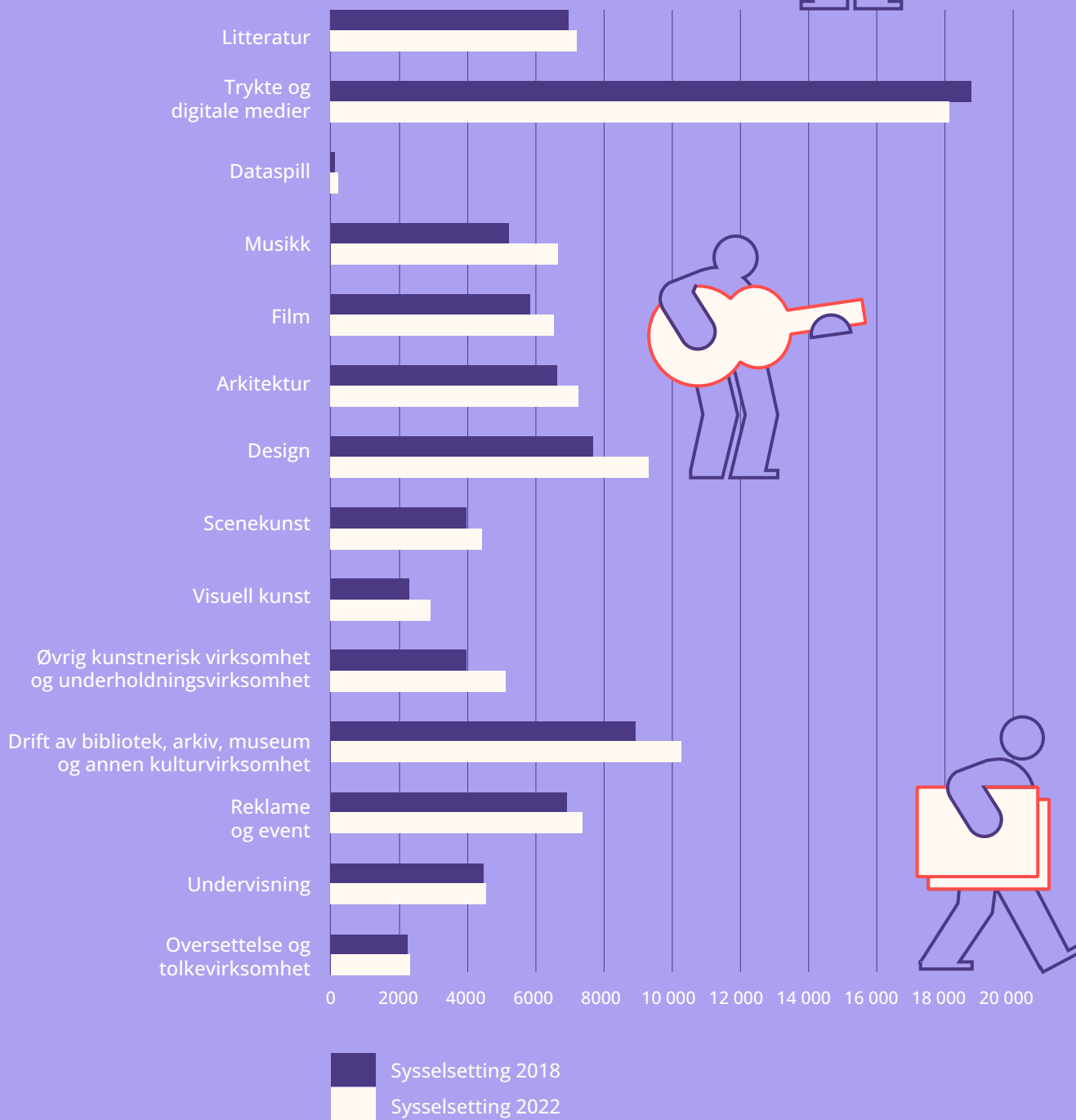
Kreativ næring har en jevn og stabil kjønnsfordeling. I 2022 var om lag halvparten av de sysselsatte kvinner, og har vært det siden 2008. Likevel varierer kjønnsfordelingen noe innenfor de ulike bransjene i næringen. Andelen kvinner er størst i innenfor drift av bibliotek, litteratur og visuell kunst som museer. Innenfor dataspill, musikk og film er det en større andel menn (Statistisk sentralbyrå, 2024b).

Kreativ næring omfatter flere ulike bransjer (se kapittel 1.1). Aviser og magasiner var, ifølge Gran og Olsen (2021) den delen av kreativ næring som i 2018 hadde den største andelen av samlet verdiskaping med om lag 11,2 milliarder kroner, tett etterfulgt av

visuell virksomhet med 8,2 milliarder kroner i verdiskaping og reklame og event med om lag 7 milliarder kroner i verdiskaping. I perioden 2008–2018 var det vekst i de fleste bransjer, med unntak av aviser og magasiner og bokbransjen. Visuell virksomhet var bransjen med størst vekst, med om lag 71 prosent, i perioden 2008–2018. Mye av veksten her kan knyttes til museum, kulturarv og design. I tillegg til visuell virksomhet var det også høy vekst i perioden innen arkitektur, utdanning, musikk, dataspill og reklame og event. Disse bransjene hadde også en høyere vekst enn fastlandsøkonomien i perioden. Figur 4 gir en oversikt over utviklingen verdiskaping i ulike bransjer.

FIGUR 3

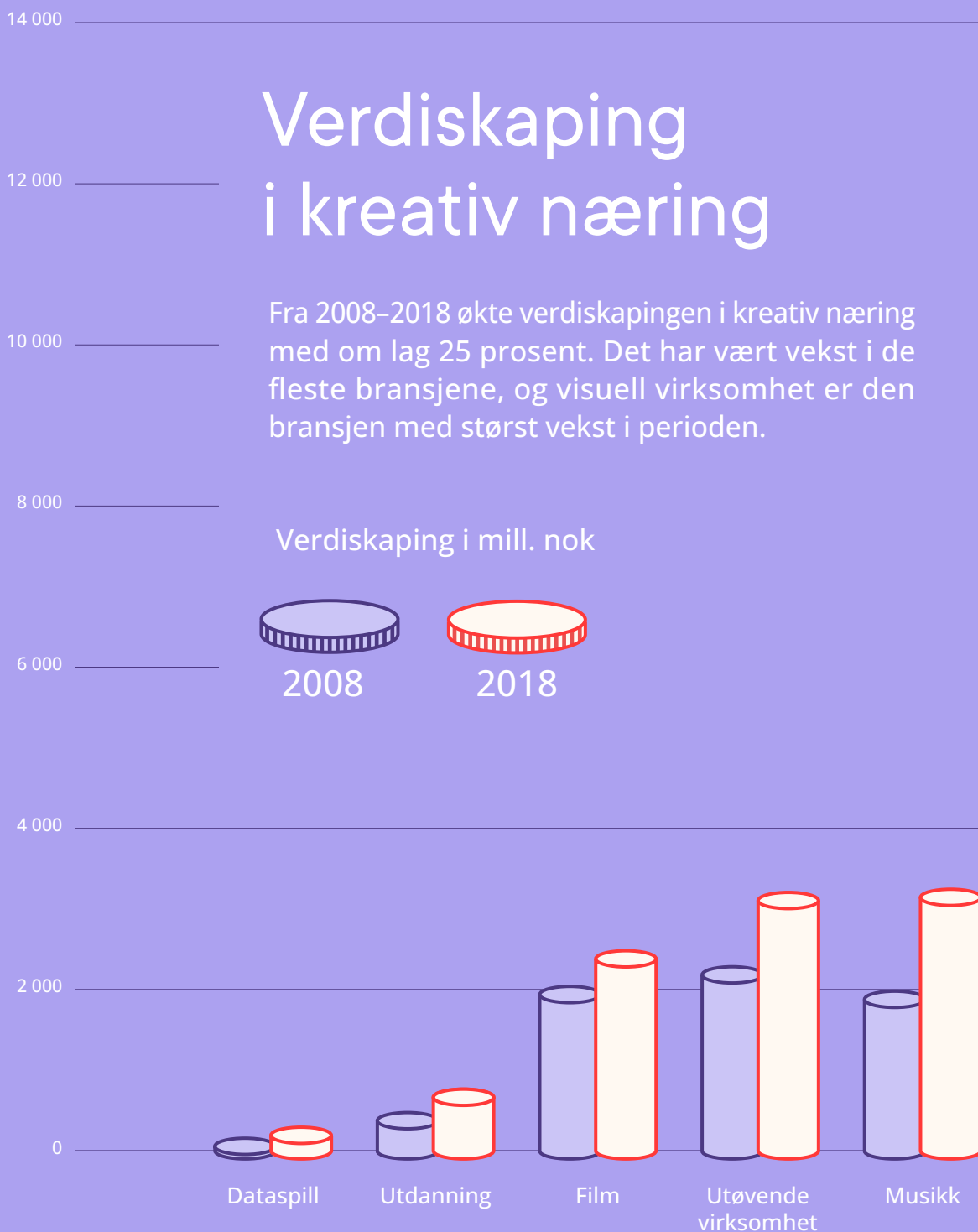
Utvikling i antall sysselsatte i ulike bransjer



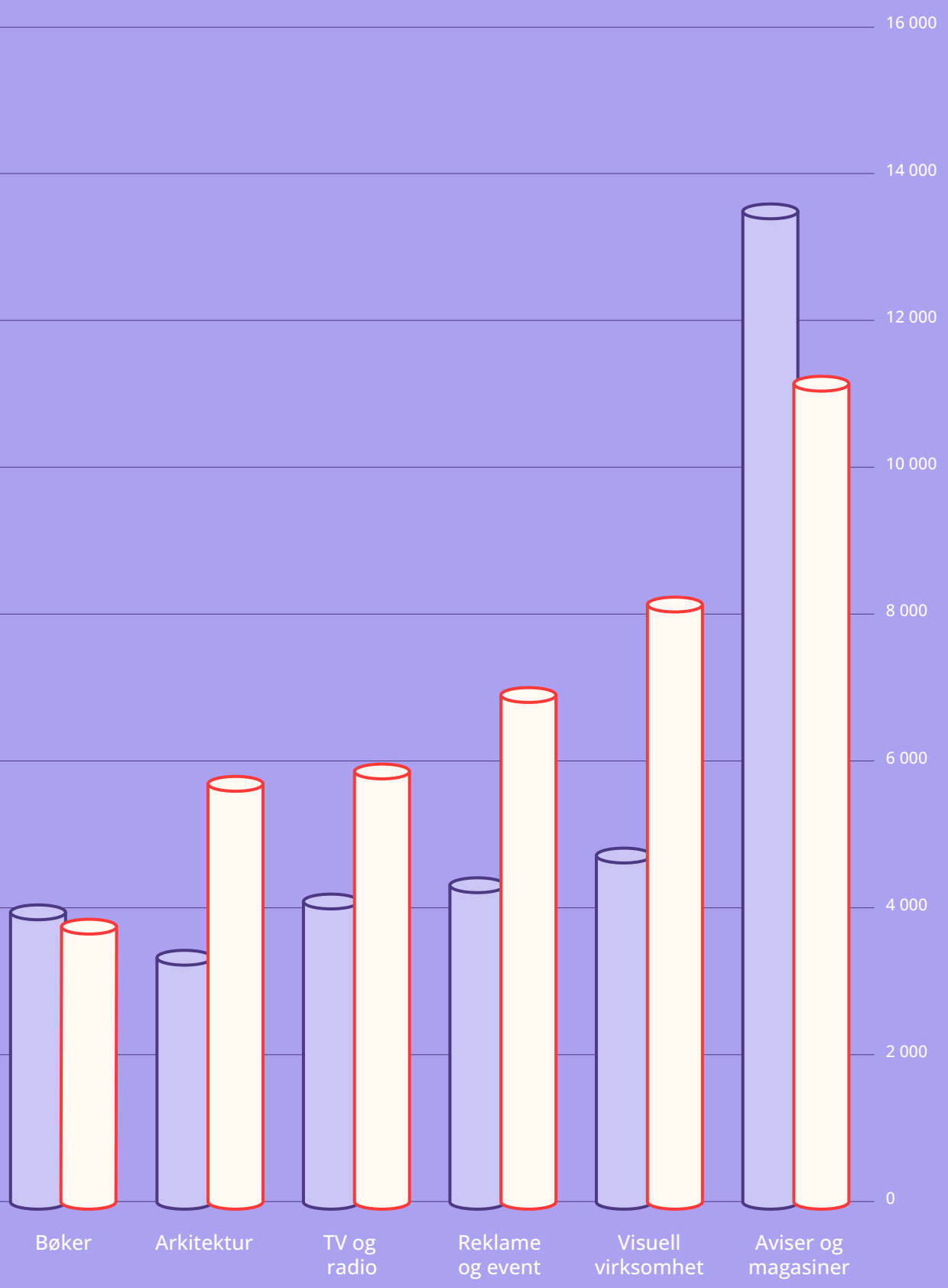
FIGUR 4

Verdiskaping i kreativ næring

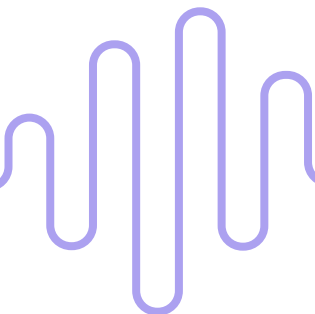
Fra 2008–2018 økte verdiskapingen i kreativ næring med om lag 25 prosent. Det har vært vekst i de fleste bransjene, og visuell virksomhet er den bransjen med størst vekst i perioden.



Kilde: Gran & Olsen, 2021. Bransjekategoriene som brukes her skiller seg noe fra SSBs inndeling. Visuell virksomhet omfatter design, kunst, museum og kulturarv.



Globale trender og utviklingstrekk



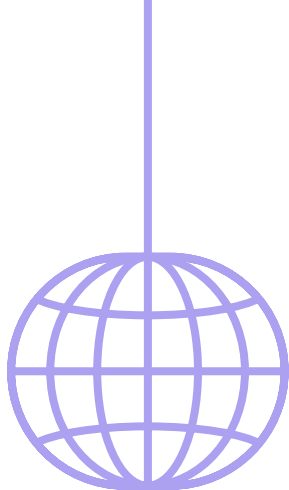
Kreativ næring er en betydelig kilde til inntekter og arbeidsplasser, og genererer viktige ringvirkninger til den øvrige økonomien. Næringen er blant annet en kilde til kreative ferdigheter og bidrar til innovasjon og vekst i andre sektorer. Forskning viser at næringer som har tette bånd til kreativ næring, har sterkere innovasjonstakt enn andre næringer (Bakhshi et al., 2008). Utover næringens økonomiske betydning har den også betydelige sosiale virkninger, fra å understøtte helse og trivsel, til å fremme inkludering og sosial bærekraft. OECD (2021) peker på at manglende internasjonal sammenlignbar statistikk tyder på at næringens økonomiske og sosiale konsekvenser er undervurdert i den politiske debatten.

Kreativ næring har lenge vært i front når det gjelder innovative modeller for digital produksjon og distribusjon. Digitale kulturgoder, slik som e-bøker, musikk, video og spill, er sentrale inntektskilder for den digitale økonomien. Digitaliseringen har også gjort det rimeligere og mer tilgjengelig å skape, dele og sam-

arbeide om kreative produkter. Koronapandemien har bidratt til å fremskynde digitaliseringen også i den kreative næringen, blant annet som en følge av økt etterspørsel etter digitalt innhold.

Næringen er også en viktig bidragsyter når det gjelder det grønne skiftet, blant annet gjennom å inspirere til mer ansvarlig og miljøvennlig forbruker-atferd, og bidra med idéer og kompetanse som kan fremme utvikling nye og bærekraftige forretningsmodeller.

Kreativ næring ble hardt rammet av koronapandemien, spesielt aktører som tilbyr stedsbaserte opplevelser, slik som museer, teatre, kinoer og utøvende kunstnere. Det internasjonale etterspørselsfallet førte til betydelige tap av arbeidsplasser og inntekter for kulturelle og kreative arbeidere. Krisen har forsterket eksisterende utfordringer, slik som ustabile inntekter på grunn av avhengighet av flere og ofte midlertidige jobber.



OECD (2021) fremhever fem muligheter som beslutningstagere bør vurdere for å bidra til å realisere potensialet i kreativ næring:

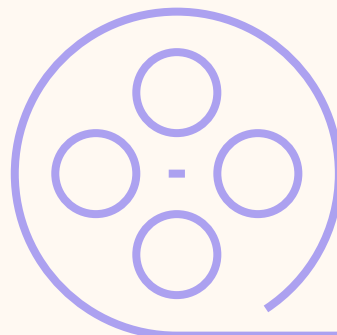
- Se på kultur som en økonomisk og sosial investering, ikke bare en kostnad;
- Legge til rette for like konkurransevilkår for kreative bedrifter når det gjelder tilgang til arbeidskraft, og støtte til innovasjon og næringsutvikling;
- Se på kultur som en integrert del av bredere politiske agendaer, slik som innovasjon, helse og velferd, miljø og bærekraftig lokal utvikling;
- Forbedre statistikk og kunnskapsgrunnlag om omfanget og virkningene av kulturelle og kreative sektorer, både som en driver for økonomisk vekst, men også for velferd, sosial utjevning og bærekraft
- Styrke kapasiteten til nasjonale og lokale myndigheter til å integrere kultur i bredere økonomiske og sosiale utviklingsstrategier, i tråd med bærekraftsmålene

Dette er muligheter som også er relevante for å utnytte potensialet for vekst i kreativ næring i Norge. Flere av disse temaene har blitt fremhevet i nasjonale strategier for kreativ næring i andre land.

FN-konferansen om handel og utvikling (2022) oppsummerer ringvirkningene av kreativ næring slik:

«The creative economy can build more inclusive, connected, and collaborative societies. It can help diversify production, build competitive advantage, attract investment, stimulate entrepreneurship and innovation, support the growing sector of services, and promote cultural diversity and well-being».

Satsing på kreativ næring i Finland



Den daværende finske regjeringen lanserte i 2020 et veikart for vekst i kreative næringer. Veikartet inneholder tiltak som skal bidra til målene om å skape flere jobber i kreativ næring, øke næringens andel av den nasjonale økonomien og skape bedre rammebetingelser. Veikartet fremhever at digitaliseringen medfører et behov for nye ferdigheter og kompetanser, innenfor blant annet immaterielle rettigheter og analyse. For å bidra til vekst og utvikling i næringen, inneholder veikartet tiltak knyttet til å tilby tjenester for forretningsutvikling, tilgang til nettverk og ressurser, internasjonalisering samt bedre metoder for evaluering (Creative Finland, 2023).

Film- og TV industrien i Finland er i vekst og blir anerkjent internasjonalt. I perioden 2017 til 2019 vokste inntektene til finske produksjons-selskaper med mer enn 40 prosent. På bakgrunn av veksten og potensialet i den audiovisuelle bransjen, har den finske regjeringen etablert

«The Growth Deal» for denne bransjen. Dette er et verktøy for å fremme dialog og samarbeid mellom offentlig og privat sektor. Vekstavtalen skisserer fremtidige vekst- og utviklingsmål og fremtidige forretningsmuligheter i bransjen. I tillegg blir aktørene enige om praktiske tiltak som støtter opp under vekst og internasjonalisering av bedriftene i bransjen (Business Finland).

Et av oppfølgingspunktene i det finske veikartet har vært en ny gjennomgang av kreativ næring. Her ble forskningsmetodikk basert på KI brukt til å identifisere kreative bransjer og deres vekstmuligheter. Gjennomgangen skisserer strukturen i hele økosystemet og fremhever at bransjer med skalerbart innhold, for eksempel audiovisuelt, musikk og spill, er viktige vekstnæringer. I disse bransjene opererer aktørene globalt, og eiere av digitale distribusjonsplattformer har en sterk posisjon. Gjennomgangen peker også på nye forretningsmuligheter i å kombinere skalerbart innhold med metaverse-teknologier.

Svensk strategi for kulturelle og kreative bransjer

Storbritannia



Den svenske regjeringen overleverte i april 2024 en strategi for bedrifter i kulturelle og kreative bransjer til Riksdagen. Strategien angir strategiske mål for seks prioriterte områder:

- Nasjonal statistikk om kulturelle og kreative næringer
- Kunnskap om opphavsrett
- Rådgivning, støtte, finansiering og regulatoriske kostnader
- Kompetanseforsyning og arbeidslivsvilkår
- Konkurransedyktig næringsliv over hele landet
- Internasjonalt gjennomslag for kulturelle og kreative virksomheter

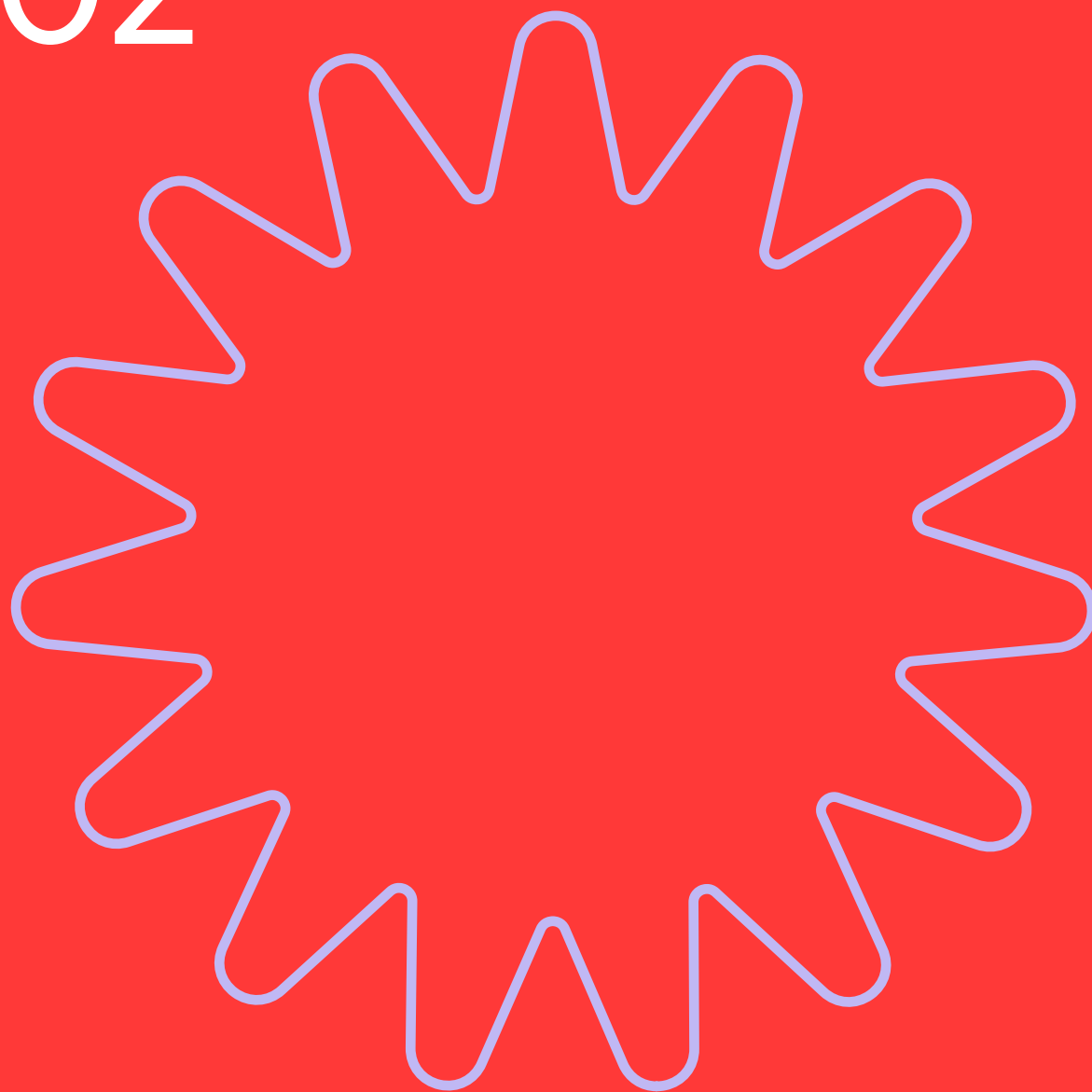
Strategien bygger på utredningen *Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher* (SOU 2022:44).

Gjennomføringen av strategien vil være et løpende arbeid i dialog med næringen. Det skal gjennomføres en foreløpig evaluering i 2026 (Regjeringkansliet, 2024).

I internasjonal sammenheng var Storbritannia tidlig ute med politikktutvikling og kartlegging av den kulturelle og kreative næringen. Den første systematiske kartleggingen av næringens betydning for et lands økonomi ble gjort i Storbritannia i 1998, av Department of Culture, Media and Sport (*1998 DCMS Creative Industries Mapping Document*). De har siden den gang hatt egne, målrettede satsinger rettet mot næringen.

I 2019 hadde britisk kreativ næring en verdiskaping på 105,8 milliarder pund. Kreativ næring i London stod for 52 prosent av disse inntektene, og utgjorde 12 prosent av brutto verdiskaping i London i 2019. Økningen i jobbveksten i hele den britiske økonomien var størst i nettopp kreativ næring mellom 2010 og 2021. I 2021 sysselsatte kreativ næring omtrent 1 av 5 blant Londons befolkning. Selskapene i næringen kjennetegnes oftest som små virksomheter. 93 prosent av selskapene som er lokalisert i London, sysselsetter færre en 10 personer. Denne trenden ser ut til å gjelde for resten av Storbritannia (GLA Economics, 2023).

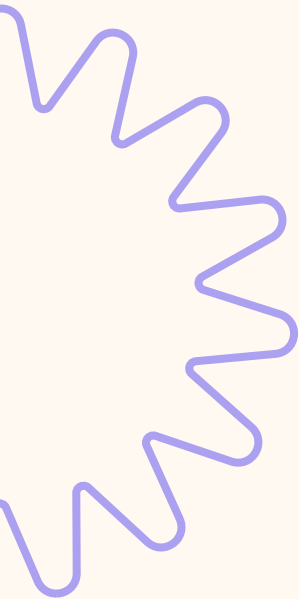
02



Mål og
ambisjoner

Regjeringens politikk for kreativ næring skal bidra til å oppfylle de næringspolitiske målsettingene som er satt med utgangspunkt i Hurdalsplattformen:

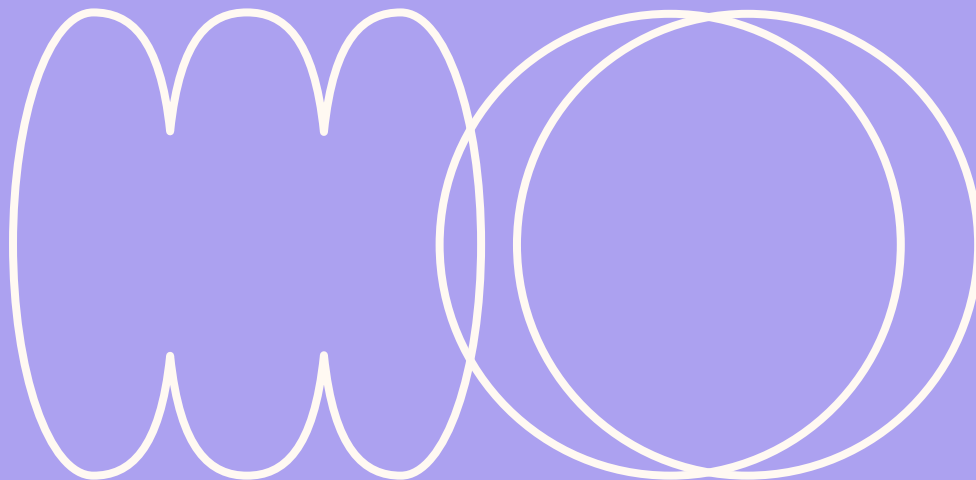
- Få flere i jobb.
- Skape aktivitet i hele landet og styrke investeringene på fastlandet.
- Øke eksporten utenom olje og gass med 50 prosent innen 2030.
- Som et delmål på veien mot netto-null-utslipp og lavutslippssamfunnet har regjeringen satt et omstillingsmål. I klimaloven er det formulert et mål om å kutte de totale utslippene i 2030 med 55 prosent sammenlignet med 1990.



Regjeringens mål er at kreativ næring skal øke sin verdiskaping innenfor bærekraftige rammer. Det betyr at all næringsvirksomhet må være sosialt, miljømessig og økonomisk bærekraftig, og ikke gå ut over jordens tåleevne. Kreativ næring skal på lik linje med øvrig norsk næringsliv bidra til at Norge lykkes med å oppfylle FNs bærekraftsmål.

For å nå dette målet vil regjeringen rette innsats mot følgende delmål for næringen:

1. Kreativ næring skal lykkes i internasjonal konkurranse og øke sin eksport
2. Kreativ næring skal øke sin lønnsomhet og bidra til nyskaping og innovative løsninger
3. Kreativ næring skal bidra til et mangfold av opplevelser og kreative uttrykk, og skape bærekraftige arbeidsplasser over hele landet



Dette veikartet viser hvordan regjeringen vil jobbe for å nå disse målene. Veikartet gjennomgår generelle rammevilkår som har betydning for næringens konkurransekraft og verdiskapingsevne. For å realisere målsettingene for kreativ næring vil regjeringen i tillegg prioritere tre innsatsområder:

- Målrettet innsats for internasjonal profilering og eksport
- Legge til rette for innovasjon, produktutvikling og vekst i kreative næringer over hele landet og
- Legge til rette for styrket samarbeid og samspill

Veikartet har koblinger til flere av tiltakene i Hurdalsplattformen. Som en del av kulturpolitikken vil regjeringen legge til rette for flere kulturarbeidsplasser og kompetansemiljø over hele landet. Regjeringen vil også styrke kunstnerøkonomien og legge til rette for at kunstnere og kulturarbeidere får bedre rettigheter og arbeidsmuligheter. Det skal være mulig å være både yrkesutøver og kunde i kreative bransjer over hele landet. Som en del av utenrikspolitikken vil regjeringen videreføre satsingen på norsk kultureksport og næringsfremme på det europeiske og globale markedet.

03



Centrale
rammevilkår

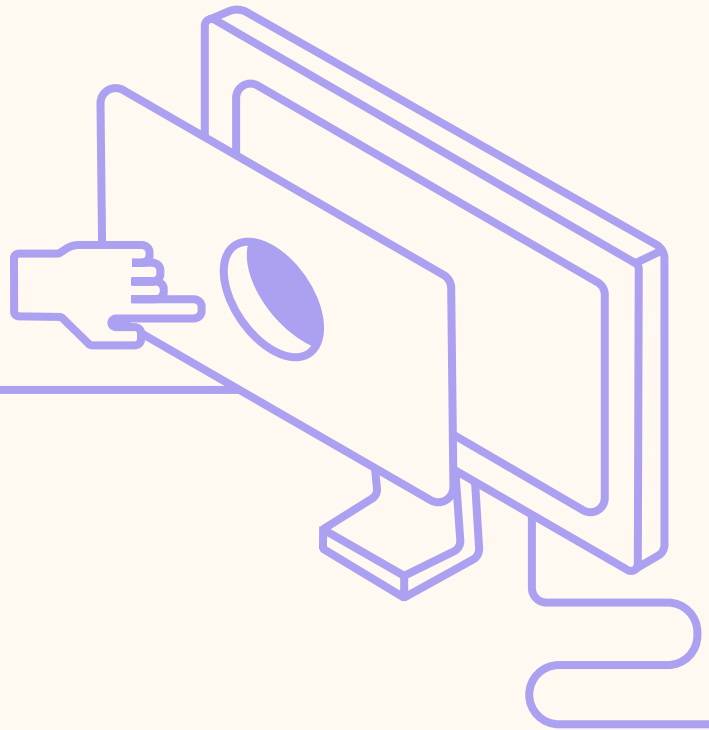
Gode rammebetingelser er en forutsetning for å nå regjeringens mål for næringen. Det er summen av rammebetingelser som er avgjørende for utviklingen av kreativ næring. For å utløse potensialet for økt verdiskaping i næringen, er det viktig at ulike politikkområder virker godt sammen. Politikkområder som forskning og innovasjon, eksport og næringsfremme, kultur- og kommunal- og distriktspolitikk har stor betydning for konkurranseevnen i kreativ næring. I tillegg påvirkes næringen av generelle rammebetingelser for næringslivet, slik som arbeidslivsreguleringer, konkurransevilkår, forenklingsarbeid, skatter og avgifter, politikk for klima og miljø, digitalisering og kunnskap og kompetanse.



Næringsrettede virkemidler

Nærings- og fiskeridepartementet har ansvaret for å koordinere regjeringens politikk og virkemidler for å fremme innovasjon i næringslivet. Målet med departementets bevilgninger til forskning og innovasjon i næringslivet er å bidra til størst mulig samlet verdiskaping i norsk økonomi, noe som innebærer at all næringsvirksomhet må være sosialt, miljømessig og økonomisk bærekraftig, og ikke gå ut over jordens tåleevne. Det betyr at næringspolitikken skal legge til rette for en effektiv og bærekraftig forvaltning og bruk av samfunnets ressurser. Virkemidlene for forskning og innovasjon i næringslivet bidrar til infrastruktur for innovasjon og næringsutvikling, tilførsel av kapital, kompetanse og næringsrettet forskning. Disse virkemidlene forvaltes av aktørene i det næringsrettede virkemiddelapparatet, som blant annet inkluderer Innovasjon Norge, Forskningsrådet, Doga, og Siva. En rekke andre departementer forvalter også rammevilkår og virkemidler som kan bidra til å styrke innovasjonsevnen i næringslivet.

Regjeringen har store ambisjoner for grønn omstilling i næringslivet, og legger til rette for en dreining i næringslivets forsknings- og innovasjonsaktiviteter mot mer klima- og miljøvennlige løsninger. I 2023 innførte regjeringen et hovedprinsipp for å dreie innsatsen gjennom det næringsrettede virkemiddelapparatet i grønn retning. I 2025 ønsker regjeringen å videreføre hovedprinsippet, men med noen justeringer for å understreke at prosjekter som får støtte skal være i tråd med Parisavtalen. Hovedprinsippet er dermed at prosjekter som mottar støtte gjennom virkemiddelapparatet, skal ha en plass på veien mot Norges forpliktelser under Parisavtalen og lavutslippssamfunnet i 2050. Prinsippet favner både prosjekter med nøytral effekt og prosjekter med positiv effekt på grønn omstilling og er for eksempel ikke til hinder for å støtte gode prosjekter i petroleumsnæringen.



For å forenkle, tilgjengeliggjøre og bedre effektene gjennom det næringsrettede virkemiddelapparatet, satte regjeringen i gang utviklingen av «Virkemiddelapparatet 2.0» i desember 2022. Regjeringen har fastsatt følgende overordnede ambisjoner for arbeidet:

- Det skal være én vei inn for brukere gjennom mer helhetlige brukerreiser på tvers av det næringsrettede virkemiddelapparatet
- Virkemiddelapparatet skal utløse mer verdiskapende næringsutvikling i hele landet gjennom økt koordinering og samarbeid på tvers
- Virkemiddelapparatet skal koordinere sin innsats for grønn omstilling og for å legge til rette for grønne industrietableringer

Virkemiddelapparatet 2.0 er et pågående utviklingsløp med flere tiltak. Enkelte av tiltakene følges opp gjennom aktørenes ordinære drift, mens andre er

del av større prosesser på tvers av virkemiddelapparatet. Samlet skal tiltakene bidra til at næringslivet opplever et helhetlig virkemiddelapparat. Hver enkelt virkemiddelaktør skal fortsatt ha en spesifikk rolle og oppgave, men virkemidlene deres skal i større grad henge sammen i møte med brukerne.

Ett av de viktigste tiltakene i Virkemiddelapparatet 2.0 er utviklingen av «Én vei inn», som er en felles digital inngang til virkemiddelapparatet. Hensikten med Én vei inn er å gi alle bedrifter, uavhengig av størrelse og hvor de er i utviklingsløpet, muligheten til å henvende seg til ett sted for å få rask avklaring og veiledning til videre kontakt med virkemiddelapparatet.

Relevante virkemiddelaktører for kreativ næring

Virkemidlene for næringsrettet forskning og innovasjon er tilgjengelig for bedrifter i kreativ næring. Tabellen under viser en oversikt over noen av de mest relevante virkemidlene for næringen.

Innovasjon Norge

Innovasjon Norge skal utløse verdiskapende næringsutvikling i hele landet. Innovasjon Norge tilbyr virkemidler til både oppstartsbedrifter og etablerte foretak. Innovasjon Norge forvalter virkemidler innenfor finansiering, kompetanse, profilering, nettverk og rådgivning. De fleste av Innovasjon Norges virkemidler er sektornøytrale og er tilgjengelig for alle næringer.

Forskningsrådet

Forskningsrådets tre hovedoppgaver er å finansiere forskning, gi forskningspolitiske råd og skape møteplasser. Forskningsrådet har virkemidler som spenner fra grunnforskning til innovasjonsrettet forskning og kommersialisering av forskningsresultater. Det mest sentrale virkemiddelet for forskningsbasert innovasjon er Innovasjonsprosjekter i næringslivet (IPN). I tillegg har Forskningsrådet en sekretariatsfunksjon for Skattefunn, som gjennom skattefradrag for FoU-kostnader utgjør det største offentlige bidraget til FoU i næringslivet.

Siva

Siva tilrettelegger for nyskaping gjennom å bygge, eie og utvikle en nasjonal infrastruktur for innovasjon og næringsutvikling i hele landet. Hovedmålet er å utløse lønnsom næringsutvikling i bedrifter og regionale nærings- og kunnskapsmiljøer. Sivas innovasjonsaktiviteter skal tilrettelegge for etablering og utvikling av bedrifter i nærings- og kunnskapsmiljøer og koble disse sammen i regionale, nasjonale og internasjonale nettverk.



Design og arkitektur Norge (Doga)

DOGA arbeider for å fremme forståelse og kunnskap om bruk av design- og arkitektur i næringslivet og i offentlig sektor. Gjennom innovasjonsprogram, å spre kunnskap, eksperimentere, gi økonomisk støtte og dele ut priser jobber DOGA for å ruste norsk næringsliv og offentlig sektor til å skape bærekraftige produkter, tjenester og omgivelser ved hjelp av design og arkitektur.

Designrevet innovasjonsprogram (DIP) skal stimulere norske bedrifter til økt bruk av design tidlig i innovasjonsprosessen. Gjennom programmet kan innovasjonsprosjekter i alle typer bransjer og samfunnssektorer få støtte til å involvere designere i idéfasen. DOGA leder programmet i samarbeid med Norges forskningsråd og Innovasjon Norge. DOGA er en del av NAA-nettverket. Se omtale nedenfor.

Patentstyret

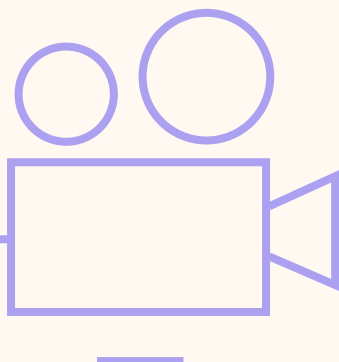
Patentstyret har et mål om større bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsomhet fra immaterielle verdier. Patentstyret tar imot og behandler søknader om design, varemerke og patent i alle næringsområder, også fra kreativ næring.

Patentstyret har to roller når det gjelder opphavsrett spesielt:

- utøve tilsyn for kollektiv forvaltning av opphavsrett og nærstående rettigheter
- godkjenningsmyndighet overfor organisasjoner som ønsker å inngå avtaler med avtalelisensvirkning.

Patentstyret har også arbeid og kampanjer mot piratkopiering. Nettsiden «Velg ekte» presenterer informasjon om piratkopiering og varemerkeforfalskning.

Patentstyret gjennomfører også utadrettet virksomhet og veiledning mot kreativ næring, gjennom blant annet seminarer og dialog med enkeltpersoner og klynger.



Norsk filminstitutt (NFI)

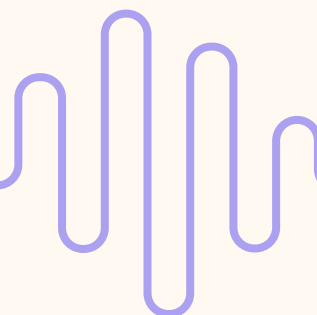
NFI er statens forvaltningsorgan på film- og dataspillområdet, underlagt Kultur- og likestillingsdepartementet, og gir tilskudd til utvikling, produksjon, lansering og formidling av filmer, serier og dataspill. NFI administrerer også insentivordningen for film- og serieproduksjoner og gir tilskudd til samproduksjoner med andre land.

Regjeringens film-, serie-, og dataspillpolitikk har fire overordnede mål, herunder blant annet produksjon av film, serier og dataspill av høy kvalitet som gjenspeiler hele befolkningen. Dette målet utgjør en sentral del Norsk filminstitutts arbeid, som også bidrar til det film-, serie-, og dataspillpolitiske målet om sterke bransjer med nasjonal og internasjonal gjennomslagskraft. Sammenhengen mellom oppnåelse av de politiske målene på film-, serie-, og dataspillfeltet er sterk.

Film-, serie-, og dataspillbransjene bidrar også til sysselsetting, verdiskaping og eksport i den norske økonomien og på denne måten bidrar også regjeringens politikk og Norsk filminstitutts forvaltning på området indirekte til næringspolitisk måloppnåelse, selv om dette ikke er et mål i seg selv. NFI er en del av NAA-nettverket. Se omtale nedenfor.

Regionale filmsentre og filmfond

De regionale filmsentrene og filmfondene er en viktig del av den nasjonale politikken på film-, serie-, og dataspillområdet. NFI administrerer statlige tilskudd til de regionale filmvirksomhetene etter vedtak i Stortinget. Grunnlaget for den regionale filmpolitikken og tilskuddene til regionale filmsentre og filmfond er på den ene siden å legge til rette for tiltak rettet mot talenter, barn og unge, og på den andre siden å stimulere til regional bransjebygging. Tilskuddene skal bidra til at det finnes livskraftige filmmiljøer i hele landet.



**Kulturdirektoratet,
Kulturrådet,
Statens kunstner-
stipend og
Fond for lyd og
bilde**

Kulturdirektoratet er en statlig virksomhet som har hele landet som virkeområde. Direktoratet er sekretariat for de kollegiale organene Kulturrådet, styret for Fond for lyd og bilde og utvalget for Statens stipend og garantiinntekter for kunstnere. I tillegg forvalter Kulturdirektoratet tilskudd blant annet til museer, kunst- og kulturinstitusjoner og nasjonale minoriteter og har oppgaver knyttet til museumsutvikling og internasjonalt kultursamarbeid.

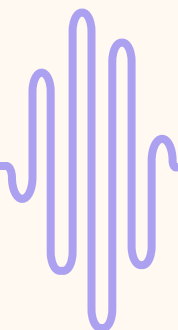
Gjennom støtte til kunstnere, arrangører, utgivere og ulike kulturvirksomheter bidrar Kulturdirektoratet, Kulturrådet, Statens kunstnerstipend og Fond for lyd og bilde til at kunst og kultur skapes, dokumenteres, bevares og gjøres tilgjengelig for flest mulig. Målet er at Norge skal ha et åpent, inkluderende og mangfoldig kulturliv i hele landet.

Kulturdirektoratet har flere internasjonale oppgaver, blant annet innenfor EUs kulturprogram i Kreativt Europa og norsk-islandsk kultursamarbeid. Direktoratet er også nasjonalt kontaktpunkt for kulturprogrammene i EØS-midlene, og bidrar til å utforme kulturprogram i samarbeid med mottakerlandene. EØS-midlene til kultur skal bidra til å styrke det europeiske kulturfeltet og bidra til sosial inkludering og demokratiutvikling.

**Kulturmiljø-
forvaltningen

(Riksantikvaren,
Norsk kultur-
minnefond og
regional kulturmiljø-
forvaltning)**

Kulturmiljøforvaltningen bidrar til å ta vare på fredete og verneverdige kulturminner og kulturmiljø, slik at et mangfold av disse kan brukes som grunnlag for opplevelser, kunnskap, utvikling og verdiskaping. Kulturmiljøforvaltningen legger derfor til rette for at kulturmiljø kan brukes som en ressurs i lokal og regional utvikling og kan blant annet være ressurs for steds- og næringsutvikling.



Internasjonale ordninger

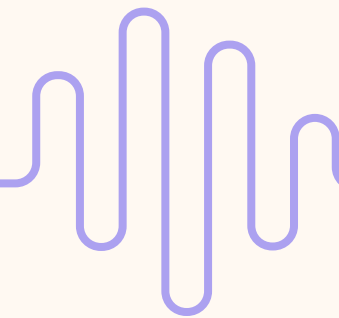
Horisont Europa er EUs 9. rammeprogram for forskning og innovasjon. De store samfunnsutfordringene, spesielt det grønne og digitale skiftet har fått stor plass i Horisont Europa. Dette rommer også kulturarv og kreativ næring. Norge har som EØS-medlem fulle rettigheter til å delta i rammeprogrammene. *Kreativt Europa* er EUs program for de kulturelle og kreative sektorene. Programmet har en budsjetttramme på 2,4 milliarder euro i perioden 2021–2027. Kreativt Europa består av to delprogrammer: Kultur og MEDIA.

Kultur-programmet gir tilskudd til:

- Internasjonale samarbeidsprosjekter mellom kulturelle og kreative aktører i Europa.
- Kulturelle og kreative nettverk som styrker sektorens kapasitet til å operere internasjonalt.
- Oversettelse og promotering av europeisk litteratur.
- Plattformer med kulturelle aktører som fremmer nye kunstnere og stimulerer til europeisk programmering av kulturelle og kunstneriske arbeider.

MEDIA-programmet gir tilskudd til:

- Utvikling av film, TV-serier og spill for kino, tv og andre plattformer.
- Produksjon av prosjekter for tv og strømmetjenester.
- Distribusjon av europeiske filmer i Norge og norske filmer i Europa.
- Innovasjon og nye forretningsmodeller.
- Filmfestivaler, markedstiltak og nettverk.
- Publikumsrettede tiltak og arrangementer som bidrar til å øke interessen for europeisk film.
- Kurs og kompetanseheving for den audiovisuelle bransjen.



Gjennom delprogrammet MEDIA har norske aktører innen TV, film og dataspill hatt mulighet til å finansiere prosjekter, samarbeide internasjonalt, tilegne seg ny kompetanse og til å nå ut til et større europeisk publikum. Evalueringer har vist at norske søkere har god effekt av deltakelse programmet.

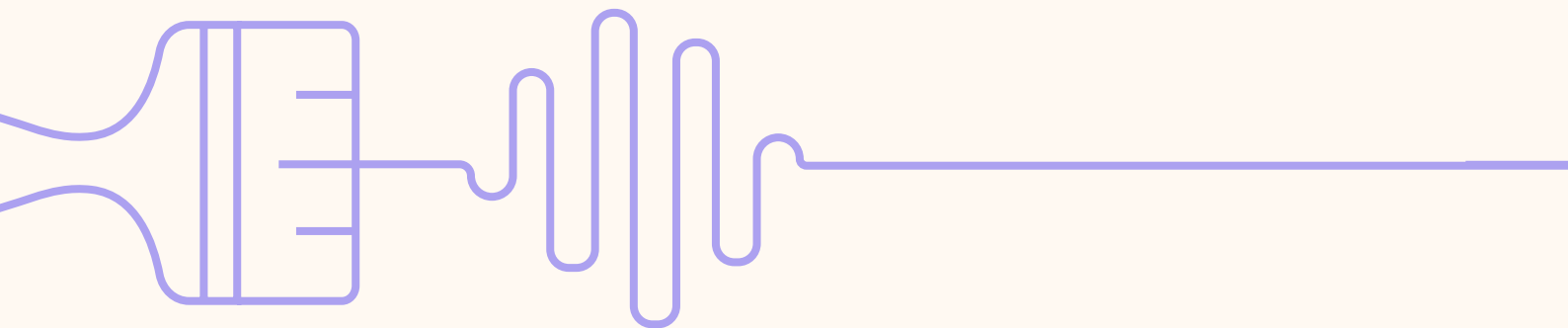
InvestEU er et investeringsprogram hvor EU-kommisjonen inviterer banker, finansinstitusjoner og investorer til å samfinansiere i virksomheter i Europa. Målet er å støtte Europas gjenoppbygging etter pandemien, og bygge en grønnere, mer digital og mer robust europeisk økonomi. Programmet er innrettet mot fire temaer:

- 1) Bærekraftig infrastruktur
- 2) Forskning, innovasjon og digitalisering
- 3) Små og mellomstore bedrifter
- 4) Sosiale investeringer og humankapital

I 2023 signerte Norge en avtale med EU om norsk tilknytning til InvestEU. Norge deltar i de tre førstnevnte satsingsområdene. Innovasjon Norge koordinerer norsk deltagelse i programmet, og bistår norsk næringsliv med informasjon og faglig kunnskap om mulighetene i programmet.

Utenriksstasjonene

Utenriktjenestens hovedoppgave er å ivareta norske interesser i utlandet. Fremme av norske kultur- og næringsinteresser er en integrert del av det moderne offentlige diplomati. Utenriksstasjonene virker som bindeledd mellom norske og utenlandske aktører og bidrar til å gi relevant støtte til norsk kultur- og næringsliv.



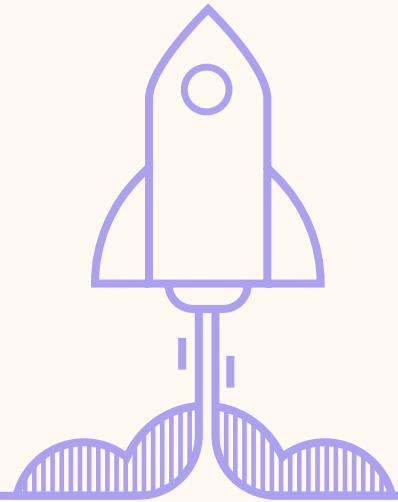
NAA-nettverket

NAA-nettverket består av organisasjonene Norwegian Literature Abroad (NORLA), Senter for scenekunst Norge, Music Norway, Norwegian Crafts, Office for Contemporary Art Norway (OCA), Design og arkitektur Norge (DOGA) og etaten Norsk filminstitutt.

NAA-nettverket bidrar til internasjonal aktivitet, utveksling og samarbeid på sine respektive fagområder, og til å fremme norsk kunst og kultur i utlandet gjennom å forvalte reisestøtte- og tilskuddsordninger. DOGA er finansiert av Kommunal- og distriktsdepartementet og Nærings- og fiskeridepartementet, mens de øvrige organisasjonene i NAA-nettverket finansieres av Kultur- og likestillingsdepartementet. Organisasjonene i NAA-nettverket forvalter også tilskudds- og prosjektmidler på vegne av Utenriksdepartementet og fungerer som rådgivere for utenriktjenesten.

Fylkeskommunale tilskuddsordninger

Fylkeskommunene forvalter, eller er oppdragsgiver for, en rekke næringsrettede virkemidler. De fleste av disse virkemidlene er åpne for alle næringer, og har fokus på små og mellomstore bedrifter. Fylkeskommunenes virkemidler har generelt en lavere terskel enn nasjonale virkemidler, og er lettere tilgjengelige for lokalt næringsliv og små bedrifter. I 2022 ble det gjennom fylkeskommunenes virkemidler forvaltet av Innovasjon Norge tildelt 17,5 mill. kroner i tilskudd til kulturnæringene.



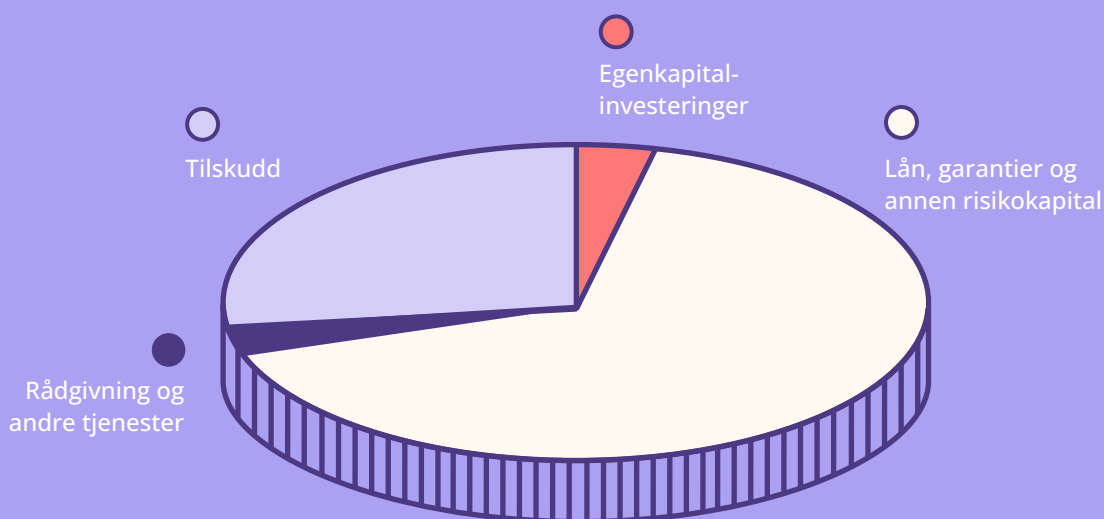
Internasjonalt samisk filminstitutt (ISFI)

ISFI har som formål å opprettholde og utvikle samisk filmkultur og gir blant annet tilskudd til utvikling og produksjon av samiske filmer og serier. Målgruppen er samiske filmarbeidere i Norge, Sverige, Finland og Russland. Virksomheten arbeider også for å fremme urfolksfilm og samarbeid mellom ulike filmmiljøer for urfolk i hele verden. ISFI opplever at samiske og andre urfolksfilmer er attraktive internasjonalt, samt økt forespørsel etter samiske filmer på filmfestivaler og ulike arrangementer.

ISFI hadde i 2023 en total finansiering på 24,2 mill. kroner, hvorav 16,8 mill. kroner fra Kultur- og likestillingsdepartementet (NO), 2,4 mill. kroner fra Sametinget (NO), 4,5 mill. kroner fra internasjonale prosjekter og 560 000,- kroner fra Kulturdepartementet (FI). Tilskuddet til ISFI fra Kultur- og likestillingsdepartementet er kulturpolitisk begrunnet og har som formål å utvikle en samisk filmkultur gjennom å bygge opp talenter, utvikle filmbransjen og øke filmkompetansen. Tilskuddet legger også et grunnlag for næringsvirksomhet basert på samisk film. Regjeringen vil gjennomføre et nasjonalt samisk kulturløft og har allerede økt det statlige tilskuddet til ISFI med 8,9 mill. kroner i regjeringsperioden.

FIGUR 5

Bruk av ulike virkemiddelkategorier i kreativ næring (2022–2023), andel av beløp



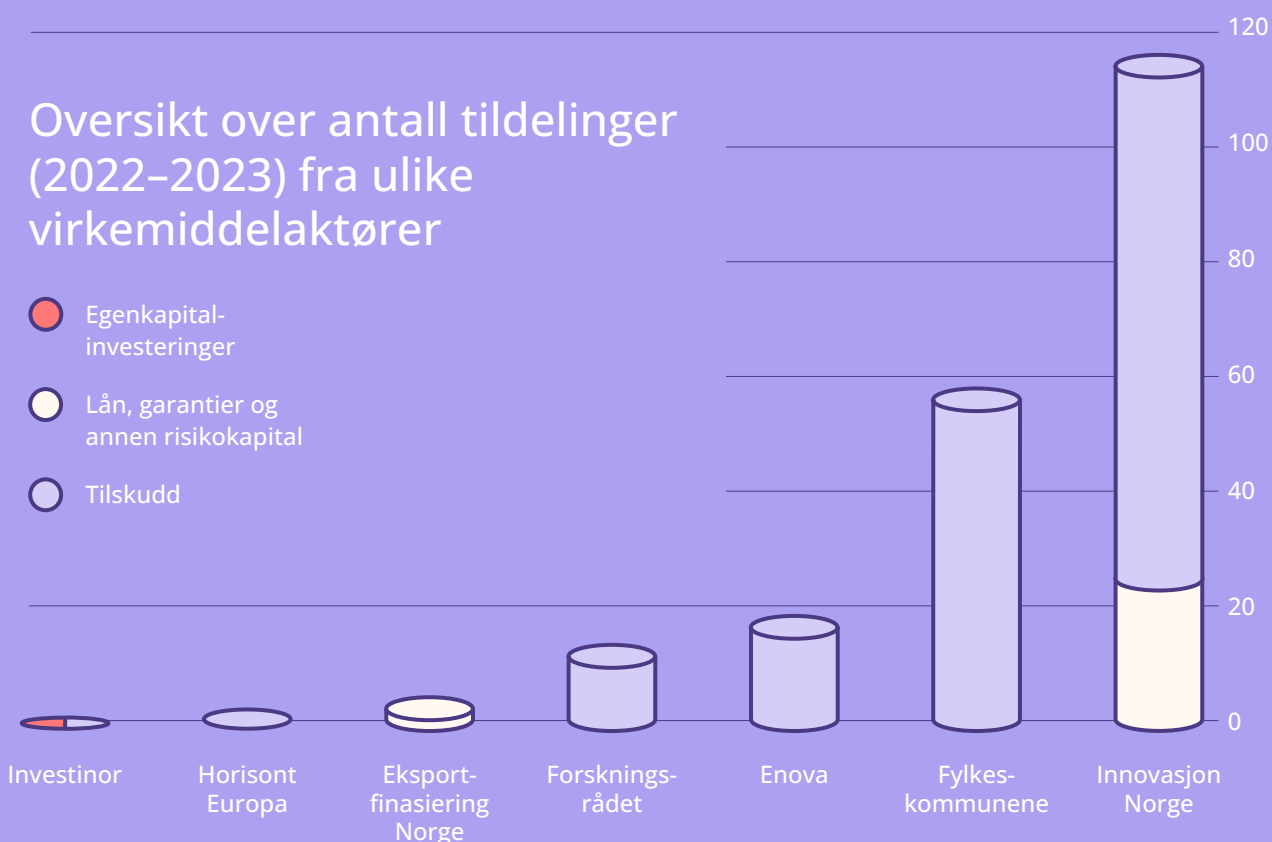
Næringens bruk av virkemiddelapparatet

Kreativ næring benytter seg av ulike næringsrettede virkemidler. Statistikk fra Virkemiddeldatabasen til Innovasjon Norge viser hvordan næringen bruker det næringsrettede virkemiddelapparatet. I 2022 og 2023 mottok næringen totalt 350 mill. kroner i tildelinger fra virkemiddelapparatet. Målt i beløp er det lån, garantier og annen risikokapital samt tilskudd som er de mest brukte virkemidlene i kreativ næring. Tilskudd er det mest brukte virkemidlet for kreativ næring, målt i antall foretak som mottok støtte i perioden.

Innovasjon Norge stod for den største andelen av tildelinger til kreativ næring i 2022 og 2023, målt i antall foretak som mottok støtte. Tilskudd er det mest brukte virkemidlet i Innovasjon Norge, men næringen benytter seg også av andre virkemidler slik som lån, garantier og annen risikokapital. Næringen mottar i tillegg tilskudd fra fylkeskommuner, Enova og Forskningsrådet. Siva treffer et stort antall bedrifter gjennom sin programvirksomhet, herunder næringshager, inkubasjon og katapultprogrammet.

FIGUR 6

Oversikt over antall tildelinger (2022–2023) fra ulike virkemiddelaktører



Når det gjelder geografisk fordeling var Trøndelag, Oslo, Vestland og Finnmark de fylkene med flest tildelinger til kreativ næring fra det næringsrettede virkemiddelapparatet. Om lag 90 prosent av tildelingene til bedrifter i kreativ næring er utenfor distriktspolitisk virkeområde. Det er en betydelig høyere andel enn tildelinger generelt.

Ser man på virkemiddelbruk i ulike bransjer er design den bransjen i kreativ næring som har hatt størst uttelling. Dette skyldes spesielt at enkelte virksomheter innenfor industrideSIGN, produktdesign og

annen teknisk designvirksomhet har fått tildelt relativt høye beløp. Utenom design er reklame og film bransjer som skiller seg ut når det gjelder tildelinger i beløp fra virkemiddelapparatet. Målt i antall virksomheter er det bransjene design, musikk, film, visuell kunst og reklame som har fått flest tildelinger fra virkemiddelapparatet.

Kulturnæringshagene

Det finnes i dag tre kulturnæringshager i Norge, Hermetikken Kulturnæringshage (Finnmark, Troms og Nordland), Tindved Kulturhage (Trøndelag) og Sunnmøre Kulturnæringshage (Møre og Romsdal).

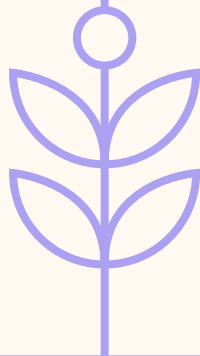
Næringshagene arbeider med alle typer kulturuttrykk og kulturbransjer som ønsker å drive næring. I tillegg er næringshagene en del av et innovasjonsnettverk som blant annet består av alle de øvrige næringshagene og Inkubatorene i landet. I dette innovasjonsnettverket representerer kulturnæringshagene en spiss-

kompetanse på kreativ næring, som de øvrige innovasjonsselskapene benytter seg av. Kulturnæringshagene har lansert en nasjonal nettbasert plattform for kurs og kompetanseheving rettet mot kulturnæringsbedrifter i hele landet (Kulturnæring.no).

Hermetikken Kulturnæringshage

Hermetikken Kulturnæringshage er en næringshage i Vadsø. Den var den første som ble etablert i Norge, og består i dag av 90 bedrifter. Hermetikken har et mål om å være en medspiller, kobler, kunnskapsleverandør og møteplass for kulturnæringsgründere. De arrangerer blant annet workshops og webinarer.





Tindved Kulturhage

Tindved Kulturhage er en næringshage for kreative bedrifter i Trøndelag, som er spesialisert innen entreprenørskap. De tilbyr blant annet bedriftsveiledning, nettverksbygging og markedsplanlegging. Tindved Kulturhage tilbyr også kontorfellesskap i tre kommuner.



Sunnmøre Kulturnæringshage

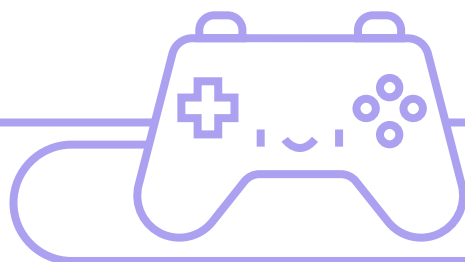
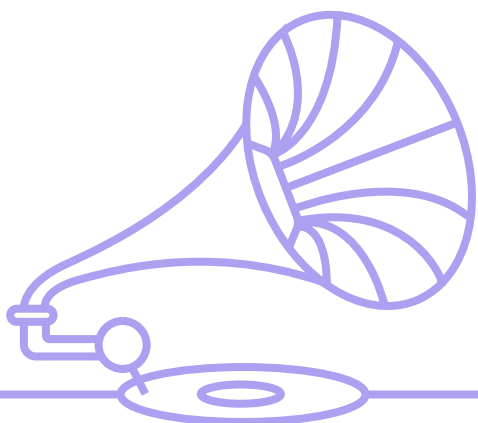
Sunnmøre Kulturnæringshage holder til i Volda, og er tett knyttet opp mot Høgskolen i Volda. Kulturnæringshagen tilbyr bedriftsrådgivning til mikrobedrifter innen film, video, animasjon, fotografi, PR, kommunikasjon, media, IKT og design. Bedriftene kan få hjelp til å skrive søknader om tilskudd, eller hjelp til å finne samarbeidspartnere og nettverk. Telemarksforskning finner at kulturnæringshagen har god forståelse for de kreative bedriftenes styrker, utfordringer og behov, og at deres kompetanse på kulturell og kreativ næring bidrar til at de klarer å møte bedriftene på en tillitsvekkende måte (Kleppe et al., 2024).



Relevante tiltak og prosesser:

- Følge opp stortingsmeldingen om gründere og oppstartsbedrifter. Regjeringen vil legge frem den første stortingsmeldingen for gründere og oppstartsbedrifter. Stortingsmeldingen inneholder en rekke tiltak som skal bidra til at Norge blir ett av verdens beste land og starte og drive bedrift i.
- Styrking av ordninger for etablere og vekstselskap. I 2024 er Innovasjon Norges arbeid for gründere og oppstartsselskaper styrket med 70 mill. kroner. Styrkingen skal benyttes innen finansieringsordninger og kompetanse- og nettverkstjenester, og skal bidra til grønn omstilling.
- Videreutvikle «Én vei inn». Regjeringen vil videreføre innsatsen for å forenkle og øke brukervennligheten i det næringsrettede virkemiddelapparatet gjennom arbeidet med «Virkemiddelapparatet 2.0» og utviklingen av den digitale inngangen «Én vei inn».

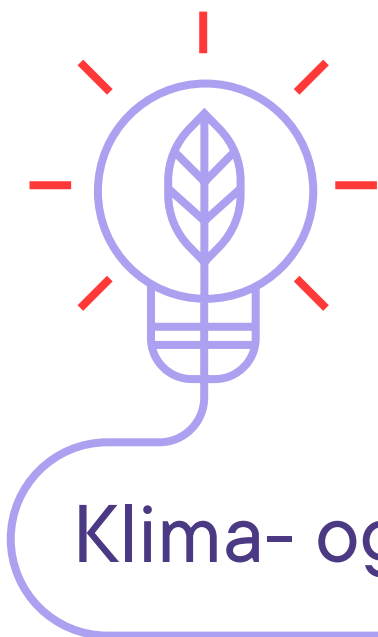
Kulturpolitikk



Regjeringens kulturpolitikk bidrar til et åpent, inkluderende og mangfoldig kulturliv i hele landet. Regjeringen satser på den lokale og regionale kulturen, og vil at folk skal ha tilgang til kunst og kultur, uavhengig av hvem de er og hvor de bor. Politikken skal også sikre ytringsfriheten gjennom de frie og redaktørstyrte mediene, og legge til rette for at alle grupper i samfunnet har et godt medie-tilbud.

Relevante tiltak og prosesser:

- Utrede en mulig endring av helligdagsfredslovens forbud mot kinovisninger på helligdager mellom kl. 06.00 og 13.00.
- Opprette en ny markedsordning for dataspill. «Tid for spill – regjeringens dataspillstrategi 2024–2026» ble lagt frem i desember 2023. Strategien inneholdt blant annet tiltak om å opprette en ny markedsordning for dataspill i filmfondet for tilskudd til ferdigstilling av dataspillprosjekter som har mottatt tilskudd til utvikling. Ordningen skal styrke gjennomslagskraften til norske dataspill. Norsk filminstitutt vil forvalte ordningen, som har planlagt oppstart i 2025.



Klima- og miljøpolitikk

Regjeringen har ambisiøse mål for kutt i klimagassutslipp og skal i 2050 være et lavutslippssamfunn. En bærekraftig utvikling forutsetter også at naturen tas vare på, og regjeringen vil bidra til å nå de globale målene i Naturavtalen. Regjeringen har en visjon om at Norge skal være et foregangsland i utviklingen av en grønn, sirkulær økonomi som reduserer den samlede miljø- og klimabelastningen og skaper nye arbeidsplasser i hele landet. Klimaforpliktelser og innføring av tiltak og virkemidler for å oppfylle disse har stor betydning også for kreativ næring.

Kreativ næring har en viktig rolle i å bidra til en bærekraftig utvikling. Det er et økende engasjement i kultursektoren generelt for klima. Initiativene har kommet nedenfra, fra artister og fra kulturarbeiderne selv. I mars 2021 lanserte kunst- og kultursektoren et grønt veikart. Veikartet synliggjør hvordan den enkelte aktør kan bidra til en grønnere og mer bærekraftig sektor.

Som følge av nye EU-regelverk (blant annet direktiv om bærekraftsrapportering for foretak) stilles det strengere krav til private selskapers arbeid med miljø, blant annet at de setter seg vitenskapsbaserte klimamål og rapporterer på klima- og miljøpåvirkning.

Behovet for kunnskap og data om kultursektorens klimapåvirkning er stort. Kultur- og likestillingsministeren inngikk i 2022 en intensjonsavtale om klimakutt med aktørene bak veikartet og Creo. I mai 2024 ble «Kultursektorens klimarapport» lagt frem. Rapporten er utviklet av Virke sammen med CREO, Norske Kulturarrangører, Norske kulturhus og Norsk teater- og orkesterforening. Den forsøker å gi en oversikt over klimapåvirkningen fra kultursektoren, og gir eksempler på hvordan ulike aktører i sektoren jobber for å kutte utslippene sine.

Green Producers Tool

Green Producers Tool er et klimaverktøy utviklet av Green Producers Club, som måler og tilrettelegger for kutt av klimagassutslipp i produksjoner i kultursektoren. Det er utviklet egne moduler for Film og TV, Festivaler, Scenekunst og eventer. De som benytter verktøyet rapporterer at det er nyttig også i planlegging av produksjoner og arrangementer, da det virker bevisstgjørende på valgene man tar og hvilke utslippskutt som er mulige. Green Producers Tool har vært i utvikling siden januar 2021 i et samarbeid mellom filmselskapet Babusjka AS, Den Norske Opera & Ballet, Strix, Øya-festivalen, Hovedorganisasjonen Virke, Innocode, CICERO – Senter for klimaforskning og Norges Forskningsråd.

Kultur- og likestillingsdepartementet har i 2024 styrket underliggende etater i arbeidet med å kartlegge og utvikle løsninger for reduksjon av klimautslippene i sektoren. Kulturdirektoratet, NFI og Kulturtanken skal dele kunnskap og iverksette konkrete tiltak som kan bistå aktører med grønn omstilling. Kultur- og likestillingsdepartementet har også særskilt bedt Kulturdirektoratet måle sektorens utslipp og å følge effektene av bærekraftarbeidet i sektoren over tid.

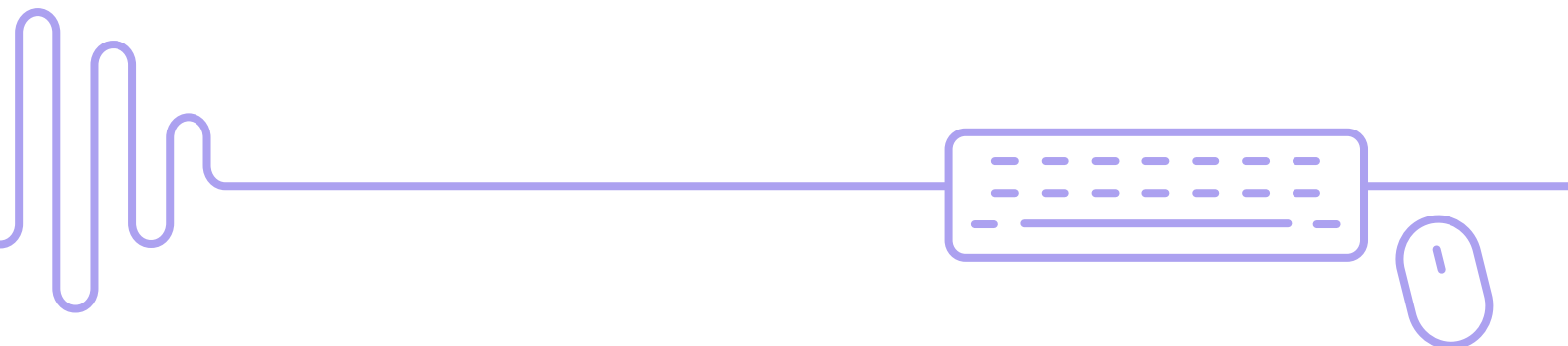
Kulturdirektoratet har også gjennomført en undersøkelse av hvordan landets kunst- og kulturaktører jobber med bærekraft, og skal i 2024 videreutvikle kunnskapen om hvordan kultursektoren kan bidra til det grønne skiftet.

Kulturmiljø inngår i en samlet og helhetlig klima- og miljøpolitikk. De tre målene for kulturmiljøpolitikken som går på engasjement, bærekraft og mangfold er en ryggrad i kulturmiljøforvaltningens arbeid med kulturmiljø. Kulturmiljø representerer både miljømessige, kulturelle, sosiale og økonomiske verdier. Det gir blant annet steder særpreg og egenart og er en ressurs for lokalsamfunns- og næringsutvikling. Kreativ næring kan bruke kulturmiljø som rammer til å skape opplevelser. Både av hensyn til klima, ressursbruk og økonomi vil det være samfunnsnyttig å legge til rette for gjenbruk og istandsetting av kulturminner og kulturmiljø, som en del av en satsing på sirkulær økonomi og bidrag til å redusere klimagassutslippene.

Relevante tiltak og prosesser:

- Følge opp handlingsplan for sirkulær økonomi. Regjeringen la våren 2024 frem en handlingsplan for sirkulær økonomi. Handlingsplanen inneholder flere målrettede tiltak for at overgangen til en sirkulær økonomi skal skje så raskt som mulig. Blant annet har regjeringen satt ned en ekspertgruppe som skal utrede virkemidler for å fremme sirkulære aktiviteter. Gruppen skal levere sin rapport innen april 2025.
- Legge frem en stortingsmelding om klima. Regjeringen vil i en stortingsmelding om klima legge frem overordnede rammer for utslippskutt og omstilling frem mot 2035 i lys av at Norges skal bli et lavutslipps-samfunn i 2050. Meldingen skal blant annet følge opp rapporten fra Klimautvalget 2050, som ble overrakt regjeringen i oktober 2023.
- Følge opp stortingsmelding om naturmangfold. Regjeringen la høsten 2025 frem en stortingsmelding om naturmangfold. Stortingsmeldingen er Norges nye handlingsplan for naturen, og viser hvordan Norge skal følge opp den globale naturavtalen som ble vedtatt i Montreal i Canada i 2022.
- Legge til rette for grønn omstilling gjennom virkemiddelapparatet. Regjeringen har innført et hovedprinsipp om at prosjekter som mottar støtte gjennom det næringsrettede virkemiddelapparatet, skal ha en plass på veien mot Norges forpliktelser under Parisavtalen og at Norge skal være et lavutslipps-samfunn i 2050. Prinsippet favner både prosjekter med nøytral effekt og prosjekter med positiv effekt på grønn omstilling og er for eksempel ikke til hinder for å støtte gode prosjekter i petroleumsnæringen.
- Iverksette bevaringsstrategier for kystens kulturmiljø og landbrukets kulturmiljø fra og med 2025. Dette er de to første av flere bevaringsstrategier som utarbeides på kulturmiljøområdet. Strategiene skal legge til rette for samarbeid og koordinering av virkemiddelbruk. Bevaring, bruk og utvikling skal ses i sammenheng.
- Legge til rette for en bærekraftig filmproduksjon. NFI innførte i 2021 krav om at alle som søker produksjonstilskudd må levere selskapets miljøprofil.
- Følge opp intensjonsavtale med kultursektoren om klimakutt. Kultur- og likestillingsministeren inngikk i 2022 en intensjonsavtale om klimakutt med aktørene bak veikartet og Creo, som en del av arbeidet med intensjonsavtalen ble det bevilget 500 000 kroner til å kartlegge kultursektorens klimagassutslipp. Kartleggingen skal bidra til å kunne måle sektorens samlede klimautslipp. Kartleggingen vil gi et godt grunnlag for å vurdere hvilke områder i kultursektoren klimagasskutt vil ha størst effekt.

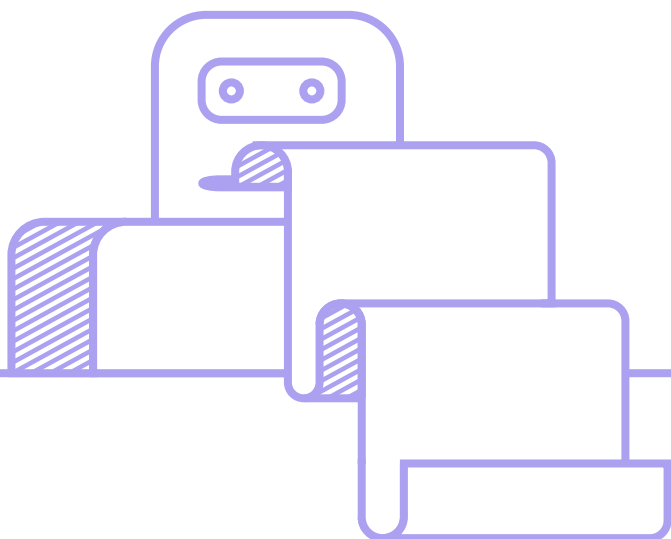
Digitalisering



Teknologiutviklingen og digitaliseringen har hatt stor betydning for mange av bransjene i kreativ næring, både når det gjelder produksjon, distribusjon og konsum. Digitale plattformer gir enklere tilgang til et større publikum og marked, men samtidig er konkurransen om publikum større enn noen gang. Data fra OECD viser at Norge er langt fremme når det gjelder blant annet bruk av høyhastighets bredbånd i husholdninger og virksomheter, utbredning av tingenes internett (IoT), andel innbyggere som kjøper varer og tjenester på internett og andel av virksomheter som bruker internett til å gjøre forretninger (OECD, u.å.). Videre er nordiske og norske brukere i verdenstoppen når det gjelder bruk av strømmetjenester og digitale plattformer. Dette gir bransjene i kreativ næring et forsprang, men også utfordringer knyttet til at konsekvensene av digitaliseringen merkes før det har kommet på plass et oppdatert internasjonalt regel- og rammeverk (Meld. St. 22 (2022–2023)).

Digitaliseringen har bidratt til å endre styrkeforholdet i musikkbransjen. Strømmetjenester står for en betydelig større andel av omsetningen i bransjen enn tidligere, mens opphaverne og utøverne representerer en mindre andel av den samlede inntjeningen enn tidligere. Digitaliseringen har samtidig gjort det enklere for skapere og utøvere å ha en internasjonal karriere, og skapt nye muligheter for publisering og distribuering gjennom digitale kanaler (Eidsvold-Tøien et al., 2019).

Utbredelsen av kunstig intelligens kan bidra til å skape nye arbeidsplasser, endre eksisterende arbeidsoppgaver og stille nye krav til kunnskaper og ferdigheter. Det finnes en rekke utredninger som viser at utviklingen innenfor KI, og særlig generativ KI slik som språkmodeller, har et stort verdiskapingspotensial. En undersøkelse gjennomført av Samfunnsøkonomisk analyse for NHO viser et samlet verdiskapingspotensial for KI i Norge fram mot 2040 på 5 600 milliarder kroner, hvorav 2000 milliarder



kommer fra generativ KI. Likevel er status ved starten av 2024 at bare en av fire virksomheter har tatt i bruk KI-verktøy, og bare rundt halvparten av virksomhetene har en strategi for KI (Flatval et al., 2023). Potensialet for å ta i bruk KI er stort.

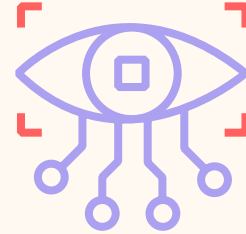
Arbeidsoppgaver som tidligere har forutsatt menneskelig kreativitet og analytiske ferdigheter, kan nå effektiviseres med ny teknologi (Meld. St. 14 (2022–2023)). Denne utviklingen kan utfordre de kreative bransjene ved at teknologien er i stand til å raskt produsere tekster, visuell kunst og musikk av høy kvalitet.

Siden 2010 har Nasjonalbiblioteket hatt i oppdrag å utvikle og tilby grunnlagsressurser for språkteknologi på norsk gjennom språkbanken. Enheten Divvun ved UiT – Norges arktiske universitet utvikler språkteknologiske løsninger for de samiske språkene, blant annet retteprogrammer, oversettelsesverktøy og talegjenkjenning, talesyntese og tekst-til-tale.

En sentral problemstilling knyttet til KI er opphavsrett, både når det gjelder bruk av eksisterende tekst, bilder, musikk og andre data for å trene algoritmer og modeller, og når det gjelder videre bruk av innhold

som er produsert ved hjelp av KI. Det kreves rettslig grunnlag i lov eller avtale for bruk av opphavsrettslig vernet innhold til trening av språkmodeller. Regjeringen vil gjennomføre digitalmarkedsdirektivet ((EU) 2019/790), noe som også vil bidra til å klargjøre hva som er lovlig bruk av verk i trening av språkmodeller. I det videre arbeidet med å digitalisere Norge, og særlig i utvikling og bruk av KI, er det viktig at rettighetene til de som har skapt åndsverk og andre vernede arbeider respekteres og at den generelle bevisstheten om dette økes.

Et annet aspekt ved KI er at teknologien baserer seg på historiske data og kan slik sett stå i fare for å gjenskape innhold som er lovstridig eller som anses som uakseptable ytringer med hensyn til diskriminering, rasisme, objektivisering og seksualisering av kvinner, nedsettende fremstillinger av mennesker med funksjonsnedsettelse og stereotypiske fremstillinger av andre kulturer, etniske minoriteter og urfolk. Selv om bruk av KI reguleres av myndighetene og internasjonale konvensjoner vil det likevel være opp til hver enkelt bruker å vurdere i hvilken grad innhold som er produsert med hjelp av KI er nyttig og lovmessig.



Relevante tiltak og prosesser:

- Følge opp digitaliseringsstrategien. Regjeringen la 26. september frem Fremtidens digitale Norge, Nasjonal digitaliseringsstrategi 2024–2030. Strategien skal stake ut kursen for videre digitalisering av offentlig sektor, legge bedre til rette for digitalisering i næringslivet og bidra til å løse viktige samfunnsproblemer. Som en del av dette arbeidet, ser regjeringen på hvordan kunstig intelligens skal reguleres, utvikles og brukes i Norge.
- Legge frem et veikart for teknologibasert næringsliv. Regjeringen vil legge frem et veikart for teknologibasert næringsliv i løpet av 2024. Veikartet skal beskrive status, og regjeringens ambisjoner, for den delen av næringslivet som aktivt utnytter såkalte dype teknologier, som tar utgangspunkt i den vitenskapelige og teknologiske kunnskapfronten og som har et særlig stort potensial for radikale endringer. Eksempler på slike teknologiområder er kunstig intelligens, autonome systemer, robotikk og kvantesystemer.
- Klargjøre hva som er lovlig bruk av åndsverk og andre vernede arbeider i trening av språkmodeller i forbindelse med gjennomføringen av digitalmarkedsdirektivet ((EU) 2019/790).
- Etablere forskningssentre for kunstig intelligens. Regjeringen vil i 2025 etablere inntil seks tverrfaglige og tverrsektorielle KI-sentre. Disse sentrene skal drive med KI-forskning av høy kvalitet og ta tak i store utfordringer for samfunnet, næringslivet og offentlig sektor.
- Styrke norsk og samisk språk i kunstig intelligens (KI). Regjeringen foreslår å bevilge 40 millioner kroner til trening, oppdatering og tilgjengeliggjøring av norske og samiske språkmodeller i proposisjonen for statsbudsjettet 2025. Språkmodeller som er trent på norsk og samisk innhold vil kunne danne utgangspunkt for KI-verktøy som er bedre tilpasset bruk på norske arbeidsplasser, i norsk skole og utdanning.

Immaterielle verdier og rettigheter

Mange av de kreative bransjene, for eksempel musikk, litteratur, film og dataspill kjennetegnes ved at verdiskapingen er basert på immaterielle verdier. Inntektene kan komme i lang tid etter at et verk er skapt, så sant opphavsretten er ivaretatt og verket blir brukt. Digitaliseringen har skapt nye muligheter for disse bransjene, men også utfordringer knyttet til at aktører i og fra andre land forvalter og tjener penger på norske immaterielle verdier skapt i Norge. Immaterialrettigheter er et av de kraftigste verktøy en bedrift kan ta i bruk for å øke konkurransevnen og inntjeningspotensialet i inn- og utland. Det er viktig at bedriftene har tilstrekkelig bevissthet og kunnskap om immaterielle verdier til å kunne utvikle, sikre, og utnytte dette verktøyet som en integrert del av forretningsvirksomheten.

Patentstyret er Norges nasjonale registreringsmyndighet for industrielle rettigheter (IR) som patent, design og varemerker. Det betyr at etaten mottar og behandler søknader om design, varemerke og patent i alle næringsområder, og registrerer innvilgede rettigheter i offentlig tilgjengelige registre. I tillegg er etaten et nasjonalt kompetansesenter for IR og arrangerer kurs og holder foredrag om IR, betydningen av industrielle rettigheter og deres utnyttelse med mer. Patentstyret skal også føre tilsyn med kollektive forvaltningsorganisasjoner etter lov om kollektiv forvaltning av opphavsrett mv.

Etaten er faglig uavhengig av departementene og regjeringen i behandlingen av saker om industrielle rettigheter og behandler ca. 20.000 søknader fra inn- og utlandet om slike rettigheter hvert år. Det store flertallet av disse er søknader om varemerker. Varemerker har stor betydning og verdi for markedsføring også innenfor kreative næringer fordi de gir gjenkjennelighet i markedet og dermed kan benyttes til over tid å bygge opp såkalt *goodwill* hos kundene, noe som kan gi gjentakende etterspørsel og økt betalingsvilje.

Relevante tiltak og prosesser:

- Be Patentstyret prioritere opplæring av samarbeidspartnere i immaterielle rettigheter og videreutvikling av digitale læringsplattformer om immaterielle rettigheter og verdier.

Immaterielle verdier

Immaterielle verdier er eiendeler i vid forstand som ikke har fysisk form. Alle virksomheter har immaterielle verdier i ulike former. Det kan dreie seg om opphavsrettigheter som beskytter åndsverk, kompetanse hos medarbeidere, foretaksnavn, domenenavn, produksjonsprosesser, forretningskonsepter, framgangsmåter, databaser, oppskrifter, merkevarer, design, oppfinnelser av ny teknologi og forretningshemmeligheter. Opphavsrettigheter nyter beskyttelse automatisk fra det øyeblikket et åndsverk er skapt.

Registrerbare immaterialrettigheter derimot må i all hovedsak sikres ved registrering etter søknad til en registermyndighet (Patentstyret i Norge eller en registermyndighet i et annet land eller internasjonal organisasjon) og gransking. De kalles for industrielle rettigheter. De viktigste er patent, varemerke og design, dernest plante-foredlerrettigheter.

Patent gir innehaveren en tidsbegrenset enerett til kommersielt å utnytte en oppfinnelse (en bit genuint ny teknologi, dvs. en teknisk løsning på et teknisk problem, med global nyhet, såkalt oppfinneshøyde og industriell anvendbarhet).

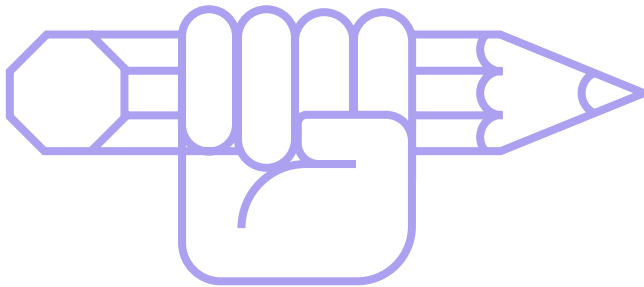
Design gir innehaveren en tidsbegrenset enerett i inntil 25 år til kommersielt å utnytte en ny ytre (synlig) utforming av noe. I tillegg til vern av hele

gjenstander og ornamenter kan deler av et produkt, grafisk design, interiørmessige arrangementer og skjermbilder vernes.

Varemerkerettigheter gir innehaveren enerett til kommersielt å utnytte såkalte kjennetegn som benyttes for å markedsføre noe. Et varemerke verner kjennetegn for varer og tjenester, og kan bestå av alle typer tegn. Det kan bestå av ord og kombinasjoner av ord, navn, logoer, figurer og avbildninger, bokstaver, tall, emballasje, lyd, lukt, farge og bevegelse eller kombinasjoner av disse. Et varemerke skal ikke kunne forveksles med varemerke for samme eller lignende varer og tjenester. Også domenenavn og foretaksnavn kan nyte varemerkerettslig vern dersom de tilfredsstillt kriteriene for å være varemerker. De kan i motsetning til patent og design fornyes med 10 år av gangen et ubegrenset antall ganger. Det gir innehaveren muligheten til over tid å bygge opp branding-konsepter og etablere et godt renommé hos kundene.

Opphavsrett gir skaperen av et åndsverk enerett til å utnytte sine litterære, vitenskapelige eller kunstneriske verk. *Databasevern* blir regnet som en del av opphavsretten, men nyter et såkalt «*sui generis*»-vern, dvs. et vern av sitt eget slag og ulikt den beskyttelsen opphavsrettigheter nyter. Det verner den investeringen som er lagt i å bygge opp databasen.

Flere bransjer i kreativ næring, kjennetegnes av at verdiskapingen er basert på immaterielle verdier.



Det innovasjonspolitiske målet for Patentstyret er å

1. tilby effektiv beskyttelse av patent, varemerke og design til søkere fra hele verden, og
2. hjelpe norsk næringsliv med å hente mest mulig konkurransekraft ut av innovasjonene sine, ved å spre bevissthet og kunnskap om industrielle rettigheter, slik at bedriftene bedre kan treffe informerte valg mht. sikring, utnyttelse og håndheving av industrielle rettigheter, og derigjennom øke næringslivets konkurranseevne i inn- og utlandet. På denne måten bidrar Patentstyret til å legge til rette for økt satsing på innovasjon og verdiskaping i norsk økonomi.

Vern av verk

Det er ikke nødvendig å registrere et åndsverk eller søke om opphavsrett for at opphaveren skal få opphavsrett. Opphavsretten oppstår idet et åndsverk blir skapt. Etter åndsverkloven har alle åndsverk et slikt vern i opphaverens levetid og 70 år etter utgangen av opphaverens dødsår.

Opphavsretten og åndsverkloven bygger på internasjonale konvensjoner og avtaler – og som følge av det er norske åndsverk og kunstneriske arbeid vernet i de fleste land i verden. Åndsverkloven gjennomfører også en rekke EU-direktiv, og reguleringen av opphavsretten er langt på vei lik i alle EØS-land

Åndsverk og opphavsrett

Som det fremgår av Kunstnarkår (Meld. St. 22 (2022–2023)), gir åndsverkloven (15. juni 2018 nr. 40) enerett for opphavere og utøvende kunstnere til å råde over sine åndsverk og kunstneriske arbeid. Loven omfatter både økonomiske og ikke-økonomiske (såkalte ideelle) rettigheter. Åndsverkloven gir opphavere enerett til å framstille eksemplar av sine verk og ellers gjøre dem tilgjengelig for allmennheten. Dette er de økonomiske rettighetene i loven. Et åndsverk skal behandles med respekt, og opphavere skal alltid navngis når et verk blir brukt. Dette er de ikke-økonomiske rettighetene.

Loven skal sørge for en rimelig balanse mellom interessene til rettighetsinnehaverne på den ene siden og interessene til brukerne og allmenheten på den andre siden. Åndsverkloven inneholder derfor også regler som avgrensener retten. Åndsverkloven har dessuten regler om erstatning, straff og andre midler som kan brukes mot inngrep i rettigheter etter loven.

Beskyttede betegnelser

Merkeordningen Beskyttede betegnelser er en offentlig merkeordning innen landbruk og matproduksjon som gir juridisk vern av navn på tradisjonelle matprodukter med særpreg og klar tilhørighet til et bestemt geografisk område. Beskyttede betegnelser skal hindre ulovlig kopiering og etterligning av produktnavn, ivaretar kunnskap og tradisjoner og sikrer norsk mat- og drikkekultur beskyttelse og anerkjennelse. Deres bruk er ikke forbeholdt enkelte aktører – alle som tilfredsstiller kriteriene kan (etter søknad) gjøre bruk av betegnelsen, til forskjell fra immaterialrettigheter som f.eks. fellesmerker, som er privatrettslige eiendeler.



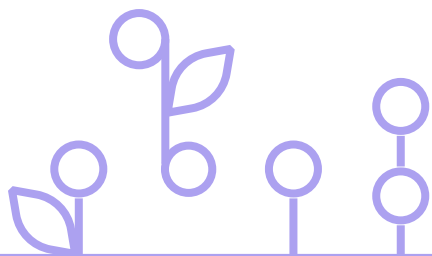
Kommunal- og distriktspolitikk

Kommunal- og distriktspolitikken skal bidra til næringsutvikling, stedsutvikling, verdiskaping og arbeidsplasser i hele landet. Attraktive små og store byer og lokalsamfunn skaper grobunn for kreative næringer, samtidig som kreative bransjer som design og arkitektur er sentrale i utviklingen av bærekraftige og levende byer og tettsteder. Kommunal- og distriktsdepartementet har ansvar for å koordinere den nasjonale arkitekturpolitikken, og leder arbeidet med utviklingen av denne. Målet er kvalitet i de bygde omgivelsene som bidrar til bærekraftig utvikling, og gir samfunnet merverdi. Flere kreative bransjer inngår i utformingen av de bygde omgivelsene; arkitekter, landskapsarkitekter, kunstnere og kulturformidlere er bare noen av flere kreative næringsaktører som bidrar til å gi de bygde omgivelsene form og funksjon.

Kommunal- og distriktsdepartementet har det statlige oppfølgingsansvaret for Design og arkitektur Norge (DOGA). DOGA arbeider for å fremme forståelse og kunnskap om bruk av design- og arkitektur i næringslivet og offentlig sektor. Kommunal- og distriktsdepartementets tilskudd går til innsats for å

fremme innovasjon i offentlig sektor, samt å fremme bærekraftige lokalsamfunn og kvalitet i de bygde omgivelsene. Innovasjonsprogrammet Stimulab støtter offentlige virksomheter med mål om å stimulere til offentlig innovasjon fra brukernes perspektiv. Gnistprogrammet støtter kommuner som vil jobbe på nye måter med bærekraftig lokalsamfunnsutvikling. DOGA bistår departementet i arbeidet med å løfte oppmerksomheten om betydningen av kvalitet i de bygde omgivelsene og arkitektur som verktøy i samfunnsutviklingen, gjennom utviklingen av virkemidler, fagnettverk og verktøy. I regjeringens budsjettforslag for 2025, er det foreslått å bevilge 44,8 mill. kroner over Kommunal- og distriktsdepartementets budsjett. I tillegg foreslås det 28,5 mill. kroner til designrettet næringsutvikling over Nærings- og fiskeri-departementets budsjett.

Kulturlivet og frivilligheten bidrar til å skape levende lokalsamfunn over hele landet. Å legge til rette for ulike kunst- og kulturtilbud i lokalsamfunn bidrar til gode nærmiljø og fellesskap og skaper møteplasser mellom generasjoner og grupper i samfunnet. Selv om det finnes flest kreative bedrifter i byene, bidrar



også næringen til sysselsetting og verdiskaping i distriktene. Mange bedrifter i kreativ næring produserer og distribuerer sine produkter og tjenester digitalt, og kan bidra til å skape arbeidsplasser over hele landet.

Kulturarv har stor betydning for bygder og byer over hele landet. Historiske miljøer og bygninger, museer og festivaler bidrar til å formidle og bevare steders tradisjoner, og legger grunnlag for økt verdiskaping. Kulturmiljøforvaltningen og Kulturminnefondet bidrar med midler til istandsetting og rehabilitering av fredet og verneverdig bebyggelse og landskap. Kulturmiljøer er viktige rammer for opplevelser, stedstilhørighet og verdiskaping. Innenfor landbruk er det for eksempel reiselivs- og lokalmatbedrifter over hele landet som driver næring med utgangspunkt i landskapet og landbrukets ressurser, og formidler bygde- og matkultur og kulturopplevelser.

Regjeringen vil legge til rette for at kulturfrivilligheten har tilgang til egnede lokaler. En økning av spillmidler til tilskuddsordningen Kulturrom og den desentraliserte ordninga for kulturbygg, som forvaltes

av fylkeskommunene, skal bidra til å oppføre og utruste egnede lokaler. Et annet tiltak fra regjeringen for å stimulere til mer kunst- og kulturaktivitet i lokalsamfunn er å utvikle regionale kulturfond. Tiltaket er del av et nytt kulturløft som skal komme hele landet til gode. Kultur- og likestillingsdepartementet vil utvikle tiltaket videre i dialog med fylkeskommunene og relevante aktører.

Eksterne evalueringer av BarentsKult har pekt på at ordningen har bidratt til realiseringen av kulturopplevelser som øker stedsattraktiviteten og stimulerer til reiselivsaktivitet. Videre konstaterte en evalueringsrapport at BarentsKult styrket nordnorsk kulturnæring gjennom å gi støtte til prosjekter som øker profesjonaliseringen av kulturlivet i Nordland, Troms og Finnmark. Rapporten slo fast at BarentsKult bidrar til å skape kulturarbeidsplasser og gir kulturnæringen bedre og mer forutsigbare rammebetingelser.

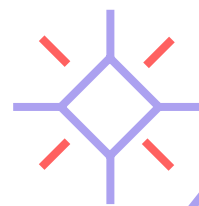
Barentsregionen

Nord-Norge har et rikt kulturliv og en rekke kreative og talentfulle kunstnere og kulturarbeidere. Siden Barentssamarbeidet ble etablert, har kulturnettverkene i Barentsregionen vokst seg sterke. Samtidig er Barentsregionen og det grenseoverskridende samarbeidet som pågår der en spennende destinasjon for kunstnere med tilhørighet utenfor regionen. Barentsregionen blir i økende grad brukt som arena for utvikling av ny, grensekryssende samtidskunst- og kultur, ofte i samspill mellom kunstnere fra regionen og kunstnere utenfra.

Barentssekretariatet forvalter en tilskuddsordning, som finansieres av Kommunal- og distriktsdepartementet. Tilskuddsordningen skal bidra til å skape gode lokalsamfunn i Nord-Norge. Barentssekretariatet har øremerket midler til finansiering av programmet

BarentsKult, der målgruppen er nordnorske profesjonelle kunstnere og kulturaktører som ønsker å drive internasjonalt samarbeid i nord. BarentsKult er basert på tanken om at kultur og kulturbasert næringsvirksomhet spiller en viktig rolle i regional utvikling. Kultur og kulturbaserte næringer kan være med på å øke kjennskapen til en region, og ellers være viktig i merkevarebygging og profilering av regionen. Kultursatsing kan tilføre en region kreativitet og dynamikk, noe som både kan bidra til etablering av kulturbaserte næringer, og at andre typer virksomheter velger å etablere seg i området. BarentsKult har gode forutsetninger for å bidra til kulturell næringsutvikling, blant annet ved at det prioriteres å finansiere tiltak som skaper varige resultater. Arrangementene og tiltakene som støttes skal være nyskapende og krysse landegrensene i nord.

Sametingets virkemidler for kreativ næring



Samisk kreativ næring, slik som for eksempel doudji (samisk håndverk), musikk, film, design og kunst, er viktig for bevaringen og utviklingen av de samiske språkene og samisk kultur. En utvikling og vekst i kreativ næring vil samtidig kunne bidra til å styrke lokal identitet og bosetting i samiske samfunn. Sametinget har lenge hatt en satsing på kreativ næring, og forvalter ulike tilskuddsordninger som skal bidra til utvikling og vekst i næringen. Sametinget har også vært initiativtaker til flere ulike bedriftsutviklingsprogram.

Samisk kreativ næring, gjerne også i kombinasjon med samisk reiseliv og matopplevelser, er blant de viktigste samiske næringene i fremtiden. For å lykkes i arbeidet kreves det innsats fra flere aktører på statlig, regionalt og lokalt nivå. Ved å dra veksler på allerede eksisterende ordninger, er det mulig å kunne legge til rette for at flere samiske bedrifter innenfor de kreative bransjene kan tenke nytt og større om sin virksomhet. Gode rådgivningsmiljø, slik som Sápmi næringshage, er nyttige støttespillere for aktører som ønsker å utvikle sin forretningside.

Samisk kunst har de senere år fått et synlig løft, både nasjonalt og internasjonalt, som for eksempel under Veneziabiennalen våren 2022. Med etableringen av kunstnerkollektivet Dáiddádallu i Kautokeino i 2014 har samiske kunstnerne fått ta del i et eget samisk kunstmiljø med høy kvalitet. Kollektivet bistår kunstnere med både kunstfaglig og økonomisk rådgivning. Sametinget og relevante regionale og nasjonale aktører forvalter tilskuddsordninger som det er mulig for samiske kunstnere å søke støtte fra.

Samisk merkevarebygging

Sametinget har støttet arbeidet med å utvikle de samiske merkene Sámi Duodji (angir at produktet er tradisjonelt håndverk) og Sámi Made (angir at produktet laget av samer). Samiske produsenter som gis muligheten til å søke og benytte et samisk merke på sitt produkt, vil kunne få et konkurransefortrinn i markedet. Med et merke vil både produsent og det ferdige produktet få et kvalitetsstempel. I tillegg vil kunden som kjøper produktet få en forsikring om at produktet er autentisk – produsert i Sápmi. I regi av Samerådet er det nå under planlegging et nytt merke, Sámi Design.

Relevante tiltak og prosesser:

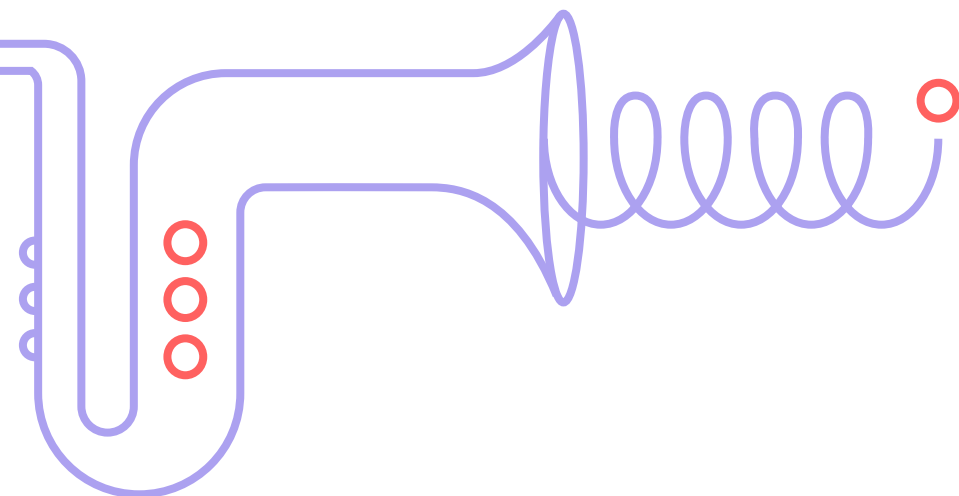
- Strategiarbeid for samisk reiseliv. Sametinget har i samarbeid med Innovasjon Norge igangsatt et arbeid med å lage en delstrategi for samisk reiseliv, som anbefalt i Nasjonal reiselivsstrategi 2030. Formålet med arbeidet er å lage et rammeverk for å sikre en fremtidsrettet plattform for utvikling av bærekraftig urfolksturisme. Sametinget, Innovasjon Norge og Destinasjon Sápmi utgjør styringsgruppen for strategiarbeidet, som forankres i prosesser med næringsaktører, samiske samfunn, virkemiddelapparat og FOU-miljø. Et av resultatmålene for strategiarbeidet er å utvikle en etisk veileder for reiselivsnæringens møte med samisk kultur. Kobling mellom kreativ næring og samisk reiseliv er et viktig virkemiddel for å fremme samisk kultur i arbeidet.

Kunnskap og kompetanse



Den viktigste ressursen for kreativ næring er menneskene som jobber i bransjene, og den kunstneriske, kreative og kulturelle kunnskapen og kompetansen de har. Drivkrefter slik som teknologisk og demografisk utvikling, globalisering og klimaendringer skaper nye og endrede kompetansebehov i hele næringslivet. For den kreative næringen kan disse store drivkreftene representere et fortrinn, ved at kreative ferdigheter og kompetanser blir stadig mer etterspurt (World Economic Forum, 2023). Samtidig er utvikling av ny og eksisterende kunnskap og kompetanse en viktig faktor for fremtidig vekst i næringen. Mens mange virksomheter sliter med å rekruttere personer med rett kunnskap og kompetanse, særlig innen bransjene helse- og omsorg, bygg og anlegg og informasjon og kommunikasjon, har kultursektoren i større grad dekket sitt kompetansebehov (Berg et al. 2020). NHOs kompetansebarometer 2023 viser at mediebransjen er den bransjen som i størst grad svarer at kunnskapen og kompetansen til de ansatte fort blir utdatert som følge av utvikling i fagområdet.

Å starte opp og drive og utvikle en bedrift innenfor kreativ næring krever ofte mer enn den grunnleggende kunstneriske og kreative kompetansen. Det er også relevant å ha grunnleggende kjennskap til blant annet bedriftsøkonomi, markedsføring, entreprenørskap og innovasjon. Utdanningssektoren spiller en viktig rolle i å utvikle kompetanse som er relevant for både nytt og eksisterende næringsliv. Det finnes mange utdanningsmuligheter i hele landet for de som ønsker å jobbe innen kreative bransjer. Dette inkluderer videregående utdanning, høyere yrkesfaglig utdanning på fagskoler, universiteter og høyskoler på alle nivåer, inkludert doktorgradsnivå. Doktorgrader innen kunstnerisk utviklingsarbeid har vært sidestilt med vitenskapelig forskning i universitets- og høyskoleloven siden 1995. Regjeringen fører en aktiv politikk for å bidra til kontinuerlig kompetanseutvikling, der arbeidstakere kan lære og få oppdatert kunnskap gjennom hele arbeidslivet.



Regjeringens politikk for forskning og høyere utdanning er samlet i Meld. St 5 (2022–2023) Langtidsplan for forskning og høyere utdanning 2023–2032. Langtidsplanen fremhever seks prioriterte områder hvor regjeringen mener det er særlig viktig å satse på forskning og høyere utdanning i årene som kommer. Klima, miljø og energi, samt muliggjørende og industrielle teknologier er noen områder som regjeringen satser på.

Kompetanseutvikling i arbeidslivet gjennom eksempelvis kurstilbud, mentorordninger eller etter- og videreutdanning er også viktig for å møte fremtidens kompetansebehov. Regjeringen fører en aktiv politikk for å bidra til kontinuerlig kompetanseutvikling, blant annet i form av etter- og videreutdanning (EVU). Regjeringen har satt ned *Kompetansereformutvalget* som skal utrede hvordan Norge skal lykkes med livslang læring i arbeidslivet. Utvalget består av partene i arbeidslivet og skal utrede hvordan de kan samarbeide om å tilby kompetanseutvikling for ansatte og hvordan de tre partene i arbeidslivet kan legge bedre til rette for omstilling og læring. Utvalget skal legge frem sin rapport i begynnelsen av 2025.

Teknologisk utvikling har stor betydning for kompetansebehovet i arbeidslivet, og medfører økt etterspørsel etter ikt-kompetanse. Selv om digitale teknologier har bidratt til redusert sysselsetting innen næringer som bank, varehandel, industri og produksjon, har det vært en stabil og betydelig større vekst i tjenestenæringer (NOU 2021:4). Ifølge Kompetansebehovsutvalget peker den nasjonale forskningslitteraturen i retning av at ny teknologi gir positive sysselsettingseffekter.

**Den viktigste ressursen
i kreativ næring, er
menneskene som
jobber der.**

Ph.d. i kunsterisk utviklingsarbeid på Universitetet i Bergen

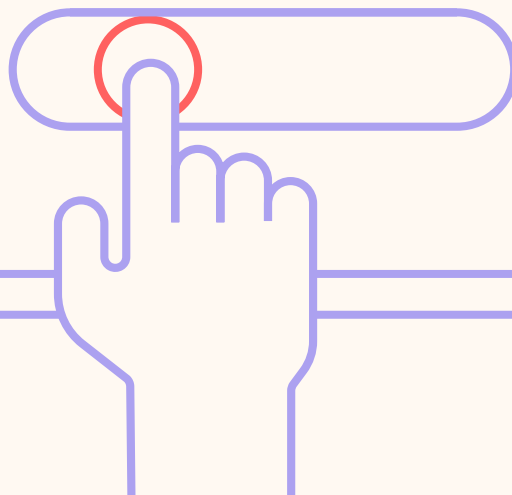
Universitetet i Bergen opprettet et ph.d.-program i kunstnerisk utviklingsarbeid ved Fakultet for kunst, musikk og design (KMD) i 2018. Programmet dekker alle fakultetets utøvende og skapende fagområder. Studieprogrammet er på tre år. Stipendiatene ansettes normalt for fire år, som omfatter ett år med pliktarbeid.

Den fellesfaglige opplæringen skjer i samarbeid med Nasjonal forskerskole i kunstnerisk utviklingsarbeid, hvor kandidatene møtes i nasjonale seminarer og konferanser på tvers av institusjoner og kunstneriske fagområder. Den individuelle opplæringen planlegges av kandidaten selv i samråd med veileder, og består av kurs og andre aktiviteter som kandidaten behøver for gjennomføring av sitt prosjekt. Opplæringen kan bestå av kurs ved KMD, UiB, eller ved andre institusjoner i Norge, eller også kurs ved internasjonale

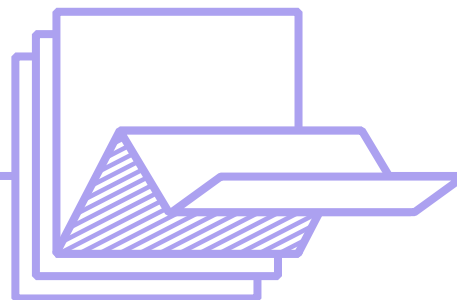
institusjoner. Kurstilbudet for ph.d.-kandidater ved Fakultet for kunst, musikk og design omfatter den tverrfaglige forskerskolen Grieg Research School, samt to innføringsemner i formidling og publisering på plattformen Research Catalogue, som er den viktigste internasjonale plattformen for formidling av kunstnerisk utviklingsarbeid. Fakultetet anvender i stor grad internasjonale fagpersoner som medveiledere, ved midtveisevaluering og i bedømmelseskomiteer. Kandidatene i programmet presenterer ofte sine kunstneriske resultater i samarbeid med viktige kulturaktører: Programmets første ph.d.-kandidat, jazzmusiker og komponist Kjetil Traavik Møster, presenterte sitt kunstneriske resultat under Nattjazzen i Bergen, i tillegg til plateutgivelser på Hubro hvor albumet «Dust Breathing» ble nominert til Spellemansprisen 2020.

Relevante tiltak og prosesser:

- Bransjeprogrammer. I 2024 er det bevilget 82,7 millioner kroner til korte og relevante etter- og videreutdanninger i fem bransjer. Målet er at ansatte, permitterte og arbeidsledige i bransjer med særlig behov for endring får nødvendig kompetanse, og dermed kan bli i jobben. Det er etablert et nytt bransjeprogram for informasjons-trygghet og IKT, som er relevant for flere sektorer.
- Styrking av ordningen «Fagbrev på jobb». Regjeringen har over flere år styrket bevilgningen til ordningen Fagbrev på jobb. Dette er en ordning som gir voksne i arbeid mulighet til å få fag- eller svennebrev på grunnlag av allsidig praksis, realkompetanse og opplæring, kombinert med veiledet praksis. I statsbudsjettet for 2024 er det bevilget 83,2 millioner kroner til fylkeskommunene for å stimulere til økt bruk av ordningen.
- Melding til stortinget om høyere yrkesfaglig utdanning. Regjeringen vil at flere skal ta høyere yrkesfaglig utdanning, og vil legge frem en melding til Stortinget våren 2025. Meldingen vil blant annet ta for seg utvikling, akkreditering og finansiering av fagskolene, og tiltak for å sikre kvalitet og relevans i utdanningene.
- Utdanningsstøtte tilpasset voksne i arbeid. Dagens utdanningsstøtteordning er tilrettelagt for de som tar utdanningsløp på heltid eller deltid, og som varer i minst ett semester. Regjeringen vil at ordningen skal utvides, slik at også kortere utdanningstilbud kan gi rett til studielån. Endringen skal bidra til at flere voksne i kort modulisert utdanning får råd til å studere ved siden av jobb.
- Fleksibel videregående opplæring for voksne. Modulstrukturert opplæring blir hovedmodellen for all opplæring for voksne fra høsten 2024. Opplæringen skal være fleksibel og brukes av voksne med ulike behov. Tiltaket er viktig for å mobilisere den norske arbeidskraftreserven og gi tilgang til videregående opplæring for alle voksne slik at de kan få en varig tilknytning til arbeidslivet. Det blir blant annet enklere å gjennomføre opplæring for de som arbeider deltid eller heltid, men som ønsker å bedre posisjonen sin på arbeidsmarkedet eller skaffe seg ny eller oppdatert kompetanse for å oppfylle krav til omstilling.
- Flere skal ut i lære. Regjeringen har som mål at flere skal ut i lære i et trygt og godt arbeidsliv. Fylkeskommunene har fått ekstra tilskudd for at flere skal få læreplass, gjennom bedre kvalifisering og formidling til læreplasser i fag- og yrkesopplæringen. Målgruppen er både elever som allerede fra vg1 har en risiko for ikke å få læreplass, og elever som er i vg3 i skole, og som trenger læreplass. Satsingen følger opp Samfunnskontrakten for flere læreplasser (2022–2026) som har som mål at alle elever som er formelt kvalifiserte, skal få læreplass.



Rapporteringskrav og regelverk



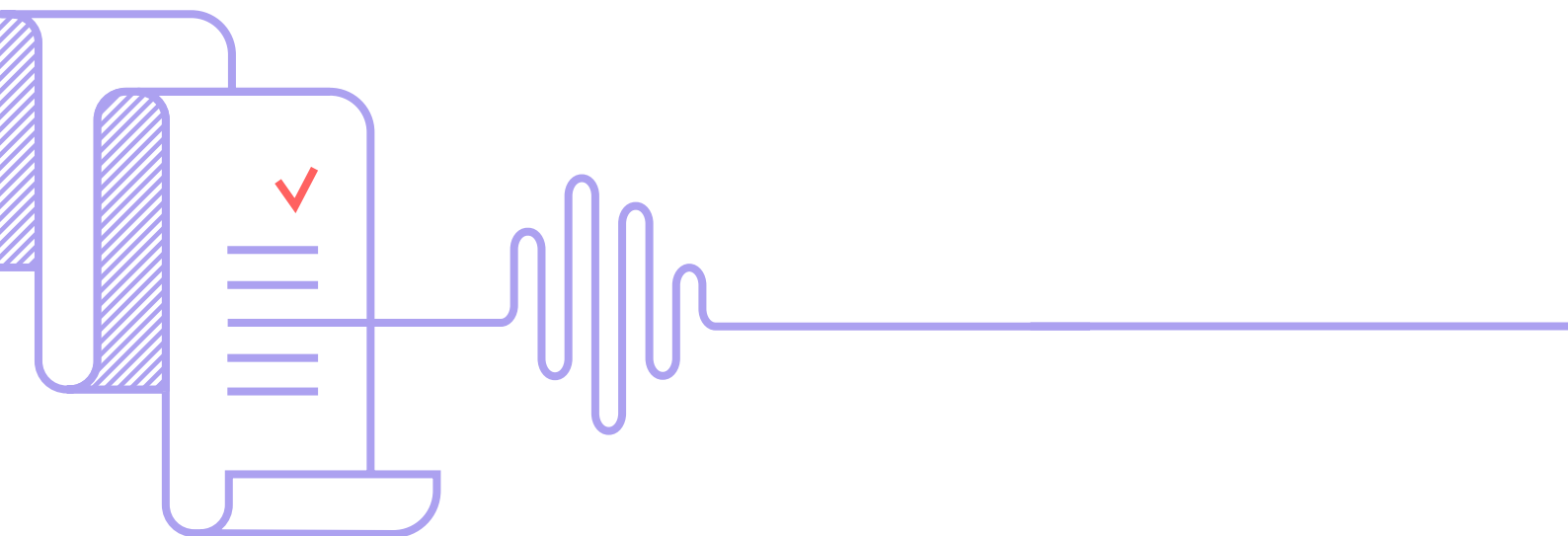
Arbeidslivsbestemmelser

Arbeidskraft er den viktigste ressursen for å skape verdier, både for den enkelte bedrift og for samfunnet generelt. Det er viktig å ha et velfungerende arbeidsliv, preget av trygghet, forutsigbarhet og anstendige arbeidslivsilkår. Gjennom en samlet politikk vil regjeringen fremme faste ansettelser, et organisert arbeidsliv og forsterke trepartssamarbeidet for å møte nye utfordringer i norsk arbeidsliv. Arbeidsmiljøloven er sentral, og det er viktig at den forsterkes og fornyes for å møte et arbeidsliv i stadig endring. På bakgrunn av forslag fra regjeringen er det allerede gjennomført flere tiltak på arbeidslivsområdet for å møte utviklingen i arbeidslivet og for å sikre trygge arbeidsforhold og et arbeidsliv der faste, hele stillinger er hovedregelen. Dette inkluderer blant annet oppheving av den generelle adgangen til midlertidige ansettelser, innstramning av regelverk for inn- og utleie fra bemanningsforetak, styrking av retten til heltid og endringer i arbeidstakerbegrepet og arbeidsgiveransvaret i konsern. I tillegg er det vedtatt endringer i arbeidsmiljøloven for å styrke arbeidstakernes arbeidslivsilkår og at kravene til hvilken

informasjon den skriftlige arbeidsavtalen skal inneholde er utvidet.

Kreativ næring består av aktører innenfor en rekke bransjer, og kan møte mange av de samme utfordringene som aktører i andre næringer. Kreativ næring har imidlertid noen særtrekk, og det er viktig å se på helheten av de ulike aktørene i næringen. Et av innspillene fra næringen i forbindelse med utarbeidelse av veikartet har vært at arbeidslivsbestemmelsene kan utgjøre en utfordring. Dette henger sammen med at mange aktører ikke nødvendigvis har arbeidshverdag fra klokken 8 til klokken 4, og at det kan være mer kvelds- og helgearbeid enn i en del andre bransjer. Dette kan for eksempel være tilfelle i forbindelse med en filmproduksjon, musikkarrangement o.l.

Kreative næring kjennetegnes av et fåtall større og mange små selskaper, og en høy andel frilansere og selvstendig næringsdrivende. Tiltak knyttet til velferdsordningene for frilansere og selvstendig



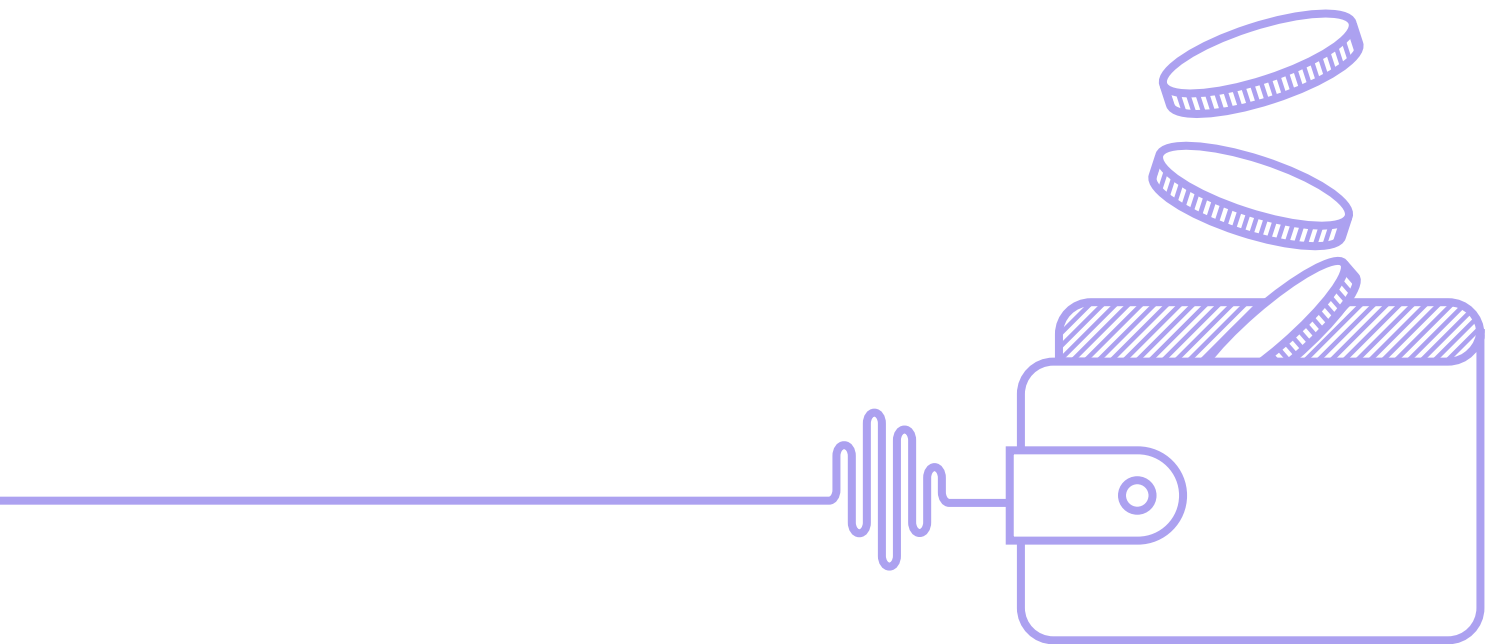
næringsdrivende vil derfor være særlig viktig for kreativ næring. Regjeringen gjennomførte høsten 2023 en innspillsrunde knyttet til de sosiale ordningene for selvstendig næringsdrivende og frilansere. Innspillsrunden inngår i et større utredningsarbeid knyttet til de sosiale ordningene for selvstendig næringsdrivende og frilansere, blant annet for å konkretisere og følge opp ambisjoner i Hurdalsplattformen. Formålet med innspillsrunden har vært å få mer informasjon om hvilke utfordringer selvstendige og frilansere selv opplever med rettighetene de har, slik at regjeringen bedre kan vurdere hvilke justeringer og eventuelle forbedringer det er behov for. Samlet sett mener regjeringen at selvstendig næringsdrivende og frilansere har gode rettigheter, men det finnes noen problemstillinger som det er behov for å se nærmere på.

Fra innspillsrunden har det kommet frem at selvstendiges og frilanseres kjennskap til egne rettigheter er lav, og det trekkes frem at en del av årsaken til dette er at informasjonen er lite tilgjengelig og vanskelig å sette seg inn i. I møte med Arbeids- og velferdsetaten synes mange at systemet bærer preg

av at det i all hovedsak er lønnstakere som henvender seg til etaten, og at saksbehandlerne har noe begrenset kompetanse om rettighetene til selvstendige og frilansere, og spesielt de med kombinerte inntekter. Regjeringen arbeider med å følge opp innspillene som har kommet i innspillsrunden. Arbeids- og inkluderingsdepartementet har i tildelingsbrevet for 2023 bedt Arbeids- og velferdsdirektoratet om å kartlegge utfordringene knyttet til informasjon og veiledning om og forvaltning av inntektssikringsordninger for selvstendig næringsdrivende, frilansere og brukere med kombinerte inntekter samt utrede mulige forbedringsområder og tiltak. Endelig rapport skulle leveres i juni 2024, men arbeidet har tatt noe lengre tid enn forventet og vil fortsette utover høsten 2024.

Skatter og rapporteringskrav

Aktørene i kreativ næring møter på lik linje med annet næringsliv rapporteringskrav og skatteregler. Små bedrifter og enkeltpersonforetak har mindre administrativ kapasitet til å drive med aktiviteter som ligger utenfor kjernevirksomheten, og kan derfor oppleve større byrder knyttet til å rapportere og overholde regelverk.



Et sentralt tema i innspill fra næringslivet til veikartet har vært behov for mer forutsigbare rammevilkår gjennom forenkling av skatte- og avgiftssystemer for kulturtjenester. Næringslivet viser til at merverdiavgiftssystemet fremstår som komplisert og uoversiktlig for mange kulturnæringsaktører, og at det er store forskjeller og usikkerhet knyttet til tolkning av momsregelverk. Det kan være krevende å vite hvilke deler av virksomheten som er omfattet av momsplikt og hvilke som ikke er det, samt hvordan man finner riktig avgrensning. Dette kan gi både praktiske problemer, samt konkurransemessige og økonomiske effekter som følge av administrative tilleggsbelastninger og merverdiavgift som låses inne.

Det skal være enklest mulig å forholde seg til det offentlige, enten det gjelder rapporteringskrav, regelverk eller virkemiddelapparat. Regjeringen vil redusere næringslivets kostnader ved å forenkle eksisterende regelverk og gjøre det lettere for bedrifter å håndtere nødvendige rapporteringsplikter. Videreutvikling av gode digitale løsninger står sentralt i forenklingsarbeidet.

Regjeringen vil føre en forutsigbar og ansvarlig skattepolitikk. Det norske skattesystemet bygger på grunnleggende prinsipper om brede skattegrunnlag og likebehandling av næringer, virksomhetsformer og investeringer. Dagens merverdiavgiftsregler på kulturområdet er et resultat av omfattende vurderinger. Målet om effektivitet, herunder å begrense de administrative kostnadene, var sentralt i utarbeidelsen av gjeldende regler. Som en oppfølging av Kultur- og mottaksutvalget (NOU 2008:7) ble det gjennomført regelendringer som medførte at kinoer, museer, gallerier, opplevelsessentre og fornøylesparker i dag er underlagt avgiftsplikt med lav sats for billettomsætningen, med rett til fradrag for inngående merverdiavgift. Regjeringen legger ikke opp til en ny gjennomgang av merverdiavgiftsreglene for kultursektoren. Skatteutvalget har i NOU 2022:20 «Et helhetlig skattesystem» gitt anbefalinger knyttet til dagens merverdiavgiftssystem, blant annet foreslår utvalgets flertall at dagens merverdiavgiftsfritak og reduserte satser avvikles.

04

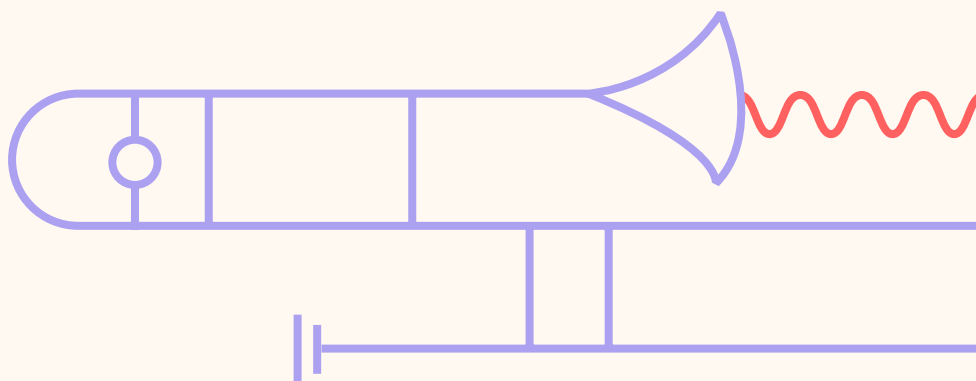
Innsatsområder

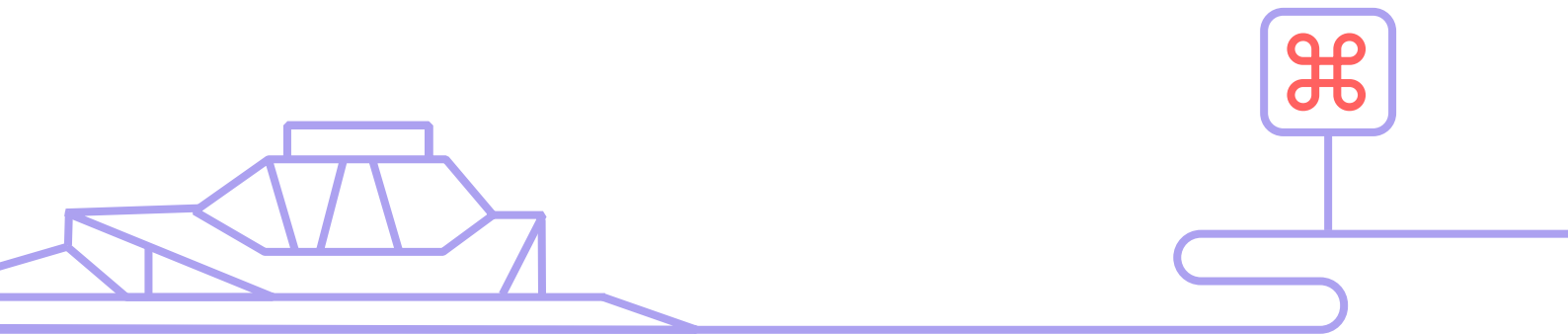


Internasjonal profilering og eksport

De siste tiårene har det vært en rask vekst i internasjonal handel av kreative produkter. Selv om det har vært en positiv utvikling i de norske bransjene, er det mye som tyder på at Norge har et uforløst potensial knyttet til eksport fra kreativ næring. Regjeringen vil legge til rette for at de kreative bransjene skal lykkes i internasjonal konkurranse og øke sin eksport.

Internasjonal profilering av norsk kultur i utlandet er viktig for å styrke aktørenes eksportmuligheter og som en del av arbeidet med nasjonal merkevarebygging. Markedsføring av Norge som kulturdestinasjon bidrar også til økt interesse for å oppleve norsk kultur, noe som kan styrke etterspørselen både for aktører i reiselivsnæringen og den kreative næringen.





Utenriksstasjonenes arbeid med fremme av norsk kultur i utlandet

Utenriktjenesten er til stede i svært mange land og gir relevant støtte til norsk kultur- og næringsliv, i tett samarbeid med blant annet organisasjonene i Norwegian Arts Abroad-nettverket og andre relevante kulturinstitusjoner i Norge.

Utenriksstasjonene forvalter søknadsbaserte tilskuddsordninger til toneangivende aktører som presenterer norsk kunst og kreativ næring på viktige internasjonale kulturarenaer. Innsatsen er konsentrert om de geografisk viktigste markedene Tyskland, Storbritannia, Frankrike, Italia, Norden, USA og Japan, samt i land av særlig utenrikspolitisk interesse som Polen, Kina og India.

Utenriksstasjonene jobber målrettet med profilering av norsk kultur og kreativ næring, og bidrar til å skape arenaer for økt oppmerksomhet og nettverksbygging ved å invitere til nettverksarrangement og bransjetreff. Det er særlig fokus på samtidige kunstuttrykk og aktørene i det frie feltet, for å bidra til å styrke norsk kunstnerøkonomi. Det samarbeides med mange kulturinstitusjoner i Norge, herunder de store museene, Den Norske Opera & Ballett, orkestre, teatre og profilerte artister.

Utenriksstasjonene forvalter i tillegg tilskudd til presse- og ekspertreiser for at relevante aktører i utlandet skal kunne delta på festivaler, bransjetreff, utstillinger og andre kulturarrangementer i Norge. Presse- og ekspertreiser er viktige verktøy for å bygge nettverk og kunnskap, skaffe oppdrag til norske utøvere og synlighet internasjonalt. Reisene bidrar også til å øke norsk kulturlivs muligheter gjennom omtale av norske kunstuttrykk i internasjonale medier, og til å profilere sentrale politikkområder og norske samfunnsforhold.

Norwegian Arts Abroad (NAA)

Organisasjonene i NAA-nettverket bidrar til internasjonal kulturformidling, samarbeid og utveksling gjennom sitt målrettede, strategiske og langsiktige arbeid. Utenriktjenesten samarbeider tett med NAA-organisasjonene, som i tillegg til å være tjenestens faglige rådgivere også forvalter tilskuddsmidler på vegne av Utenriksdepartementet. Det gjelder søkbare reise- og fraktordninger for støtte til profesjonelle kunst- og kulturaktører (både kunstnere og bransje) som har oppdrag eller aktiviteter internasjonalt, samt støtte til internasjonale delegatprogram i Norge. De forvalter også prosjektmidler til særlige eksportiltak innen de ulike kunstfeltene, for eksempel Norges gjestelandssatsinger på de viktigste litteraturmessene i verden.



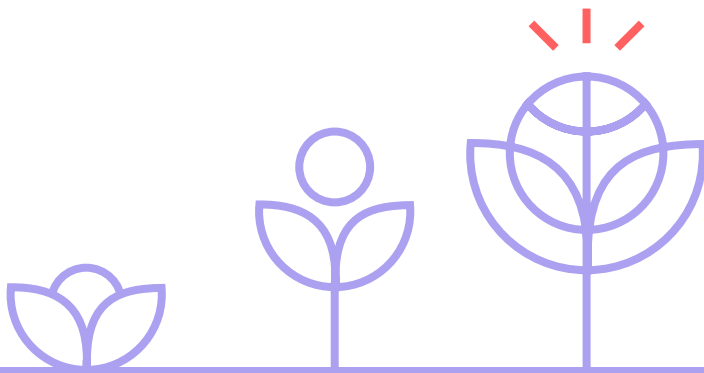
Internasjonal profilering av Norge som reisemål (Visit Norway)

Innovasjon Norge mottar i 2024 totalt 195 millioner kroner til sitt reiselivsoppdrag. For å stimulere til økt verdiskaping i reiselivsnæringen innenfor bærekraftige rammer skal Innovasjon Norge legge til rette for utvikling i reiselivsnæringen og markedsføre Norge som reisemål. Markedsføringen av Norge som reisemål innrettes mot målgrupper og markeder som antas å bidra til en bærekraftig og lønnsom utvikling over tid. Gjennom å innrette markedsføringen på en strategisk måte, kan man legge til rette for å bygge markedsmuligheter blant kundegrupper som har et høyt forbruk, lavere klimagassutslipp eller reiser utenfor høysesongene. Besøkende som særlig etterspør kultur, kulturarv, historie og byopplevelser har et høyere forbruk enn gjennomsnittsturisten i Norge og reiser mer utenfor høysesong. Å fremme norske kulturopplevelser i markedsføringen kan derfor bidra til målet om en mer bærekraftig utvikling av norsk reiseliv, samtidig som det legger grunnlag for økt etterspørsel etter produkter og tjenester i kreativ næring.

Markedsføringen skjer gjennom kampanjer, pressearbeid og innhold på nettsiden Visit Norway. Aktivitetene tar utgangspunkt i Programmet «Restart

Reiseliv 2021–2024», som ble definert i Nasjonal reiselivsstrategi 2021. Programmet har flere satsingsområder rettet mot kulturopplevelser, blant annet egne satsinger for måltidsturisme, kunst- og kulturturisme og byturisme. Som en del av disse satsingene har Visit Norway produsert flere større kampanjer, slik som «Where Nature meets Art» med fokus på kunst- og kulturopplevelser i Østlandsregionen og «Sami Story» som bidrar til å gjøre samisk kultur kjent for internasjonale målgrupper.

Innovasjon Norge gjennomfører også aktiviteter rettet mot møte- og bedriftsmarkedet, kongresser og arrangementer, for å gi råd og koble reiselivsnæringen med internasjonale bedriftskunder. Innovasjon Norge har en satsing på arrangements- og idrettsarrangement til Norge, samt videreutvikle de allerede eksisterende arrangementene i Norge. Som en del av dette har Innovasjon Norge utviklet en arrangementskalkulator, som kan brukes som et verktøy for å estimere og synliggjøre de økonomiske effektene av et arrangement for en region. I 2024 ble også «Event Impact Tool» lansert, som et verktøy for å planlegge og dokumentere mer bærekraftige arrangementer.



Rådgivnings- og kompetansetjenester for eksport og internasjonalisering

At norske selskaper lykkes i internasjonale markeder er viktig for utvikling av lønnsomme arbeidsplasser i Norge, og for å understøtte en verdiskapende og positiv omstilling av norsk næringsliv. En viktig oppgave for Innovasjon Norge er å ivareta breddetilbudet med generelle eksporttjenester og tilby eksportutviklingstjenester til bedrifter som har forutsetning for å lykkes internasjonalt. Innovasjon Norge tilbyr tjenester som kan være relevante for bedrifter innen kreativ næring, slik som skaleringsprogrammer for selskaper i tidlig fase, internasjonal markedsrådgivning ved utekontorene, næringslivsdelegasjoner, eksportprogrammet Global Growth og den nye tilskuddsordningen for messer og eksportfremstøt i utlandet.

Eksportreformen «Hele Norge eksporterer»

Regjeringens eksportreform ble lansert i mars 2022. Formålet med reformen er å bidra til å nå Hurdalsplattformens mål om 50 prosent økning i norsk eksport utenom olje og gass innen 2030. Regjeringen har etablert Nasjonalt eksportråd som gir råd og innspill

til næringsministeren og utformer forslag til større strategiske eksportsatsinger. Rådet består av representanter fra næringslivet og partene i arbeidslivet. «Hele Norge eksporterer» er derfor et offentlig-privat samarbeid for å styrke, spisse og effektivisere arbeidet med eksport. Som en del av eksportreformen er det lansert nasjonale eksportsatsinger innen sektorene havvind, maritim, helsenæring og vareproduksjon og design. Det er videre besluttet at sektorene reiseliv og sjømat vil utgjøre den femte og sjettede eksportsatsingen i Hele Norge eksporterer, og det pågår et arbeid med å utvikle innhold i disse. Innovasjon Norge er tildelt særskilte oppdrag for å gjennomføre regjeringens eksportsatsinger. Som en del av «Hele Norge eksporterer» har Innovasjon Norge også etablert en tilskuddsordning hvor norske selskaper kan søke om tilskudd til å delta på messer og eksportfremstøt i utlandet samt et opphavsmerke, «Made in Norway».

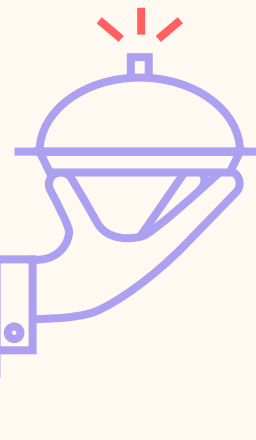
«Made in Norway»

«Made in Norway» er et nasjonalt opphavsmerke med formål å fremme norsk kvalitet internasjonalt og slik bidra til økt betalingsvillighet for norske bærekraftige løsninger, produkter og tjenester. De fleste norske

bedrifter er små og mellomstore, og i stadig økende konkurranse i et internasjonalt marked kreves det stor innsats for å bli lagt merke til. For å bidra til at norske bedrifter lykkes med eksport er det utviklet et merke som bedriftene kan benytte til å selge sine produkter, som fremmer norske fortrinn. Internasjonalt forbindes Norge med ansvarlighet, bærekraft og ren luft og vann. Dette er fortrinn norske bedrifter med fordel kan ta i bruk i sin markedsføring.

Opphavsmerket er et tiltak i eksportreformen, «Hele Norge eksporterer». Det er Innovasjon Norge som har utviklet merkeordningen, på oppdrag fra Nærings- og fiskeridepartementet, i samarbeid med næringslivet og akademia. Resultatet er et nasjonalt opphavsmerke for bærekraftige norske produkter og løsninger som skal bidra til økt eksport. For at en bedrift skal kunne benytte seg av merket må den kunne vise at en vesentlig del av produktet eller løsningen er produsert i Norge, har en plass i nullutslippssamfunnet, bidrar til minst et av FNs bærekraftsmål og ikke er til skade på noen av EUs seks miljømål. I tillegg må bedriften oppfylle grunnleggende krav til ansvarlig næringsliv.

FAKTA



Fremme av norsk mat og drikke internasjonalt

Bocuse D'Or er verdens mest prestisjefylte kokkekonkurranse, og en viktig arena for å synliggjøre og vise fram kokkekunst. Norske kokker er svært dyktige og er med på å heve omdømmet til Norge som matnasjon. Siden starten av konkurransen i 1987 har Norge vunnet fem gull-, fire sølv- og fire bronsemedaljer i det globale mesterskapet. Dette gjør Norge til verdens mestvinnende land i antall medaljer.

Norge deltar årlig på landbruks- og matmessen Grüne Woche i Berlin. Deltagelsen skal bidra til å bygge Norge som matnasjon gjennom utviklingen av mat- og reiselivsregioner med en lokal og regional identitet. I tillegg til at deltagelse på messen synliggjør og profilerer norske råvarer og norsk matkultur, er et av målene med deltagelsen å markedsføre og teste ut norske mat- og reiselivsprodukter på det tyske markedet.

Norsk kunst og kultur ut i verden

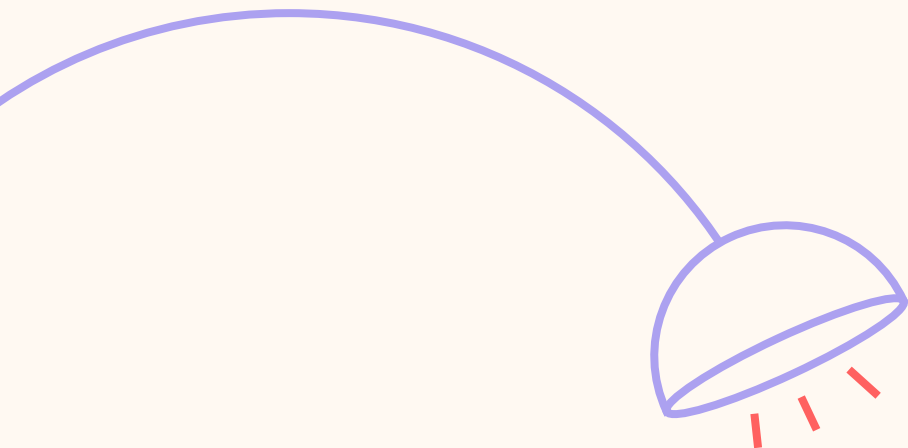
Design

Norsk design gjør seg bemerket på de viktigste arenaene internasjonalt som Designuken i Milano, 3daysofdesign i København, International Contemporary Furniture Fair (ICFF) i New York, London Design Biennale og Design Festival. Samarbeidspartnerne for promoteringen er våre utenriksstasjoner, DOGA og Norsk Industri. USA er det raskest voksende markedet for norske designprodukter. Generalkonsulatet i New York samarbeider med Norsk Industri og Innovasjon Norge om den norske standen på ICFF. Generalkonsulatet arrangerer også nettverkstreff, paneldiskusjoner og delegasjonsreiser til Norge. Et ferskt eksempel på dette er designarrangementet *Oslo Først ut* – hvor norske møbel- og interiørbedrifter møtte amerikanske innkjøpere og forhandlere. Tilbakemeldingene på dette var at det svarte på en stor interesse blant amerikanske forhandlere og gode resultater for norske bedrifter som deltok. Ambassaden

i Tokyo og Team Norway Japan samarbeider tett med Norwegian Fashion Hub (NFH) og deres medlemsbedrifter for å profilere norsk design, mote og livsstil i Japan som er et viktig vekstmarked. Norske selskaper presenteres for nye japanske samarbeidspartnere. Medlemmer i NFH har etablert en «Flagship Store» i Tokyo, med brands som Norwegian Rain og Tom Wood. NFH er også en driver for mer bærekraftig verdiskaping i tekstilnæringen.

Arkitektur

Norsk og samisk arkitektur promoteres blant annet gjennom Den nordiske paviljonen under Veneziabiennalen der samarbeidspartnerne er Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design, og ambassaden i Roma. Arkitektur fra Norge er også tema under DesignShanghai, kuratert av Oslo arkitekturtriennale i samarbeid med generalkonsulatet og Innovasjon Norge i Shanghai.



Kunst

Utenriktjenesten samarbeider tett med de store museene, biennialene og kunstfestivalene i Norge. Til åpningen av nye Nasjonalmuseet og MUNCH ble det arrangert mange presse- og kuratorreiser. Kunstsilo i Kristiansand ble lansert på ambassadene i London, Paris, Berlin, Haag, Stockholm og København med god oppslutning. Kunstsilo fikk bred omtale i internasjonale medier, inkludert CNN, Financial Times og Forbes Magazine. I overkant av 130 norske og Norgesbaserte kunstnere ble tildelt reise- og fraktstøtte til utstillinger i utlandet i 2023 via Office for Contemporary Art Norway.

Musikk

Utenriksstasjonenes samarbeid med norske bransjeaktører og musikkfestivaler skaper større etterspørsel etter norske artister. Music Norway ga tilskudd til om lag 1900 konserter med norske artister i utlandet i 2023. Konsertene trakk anslagsvis 950 000 publikummere. 17 musikkfestivaler fikk støtte til å invitere internasjonale delegater til Norge. Dette resulterte i et stort antall presseoppslag om norske artister internasjonalt, viktig nettverksbygging og nye oppdrag.

Internasjonale produsenter og salgsgenter inviteres til festivaler i Norge for at norsk filmbransje skal få styrket sin markedskompetanse,

legge til rette for samproduksjoner og salg. New Nordic Films, markedsdelen av filmfestivalen i Haugesund, har inngått et toårig samarbeid med The British Film Institute for å styrke samproduksjoner med Storbritannia. Et veikart til britisk filmindustri ble lansert på oppdrag fra ambassaden i London og New Nordic Films i Haugesund i 2024.

Litteratur

Å være hovedland på de viktigste bokmessene er en sjelden eksponeringsmulighet for norsk litteratur. Når Norge i 2025 blir gjesteland på bokmessen i Leipzig, vil en rekke norske forfattere bli introdusert på det tyske markedet. NORLA og utenriksstasjonene har allerede solid erfaring fra gjestelandsprosjektene på bokmessene i Frankfurt 2019, Warszawa 2022 og i Kairo 2024. Etter Leipzig står bokmessen i Bologna 2026 for tur. Styrket innsats for oversettelse av norsk litteratur er avgjørende for å få den ut i verden. NORLA ga tilskudd til oversettelse av 546 norske bøker på 51 språk i 2023, og samlet 150 oversettere fra 39 språkområder til konferanse på Kløfta for å styrke kompetansen til og rekrutteringen av oversettere av norsk litteratur.

Eksportsatsing på vareproduksjon og design

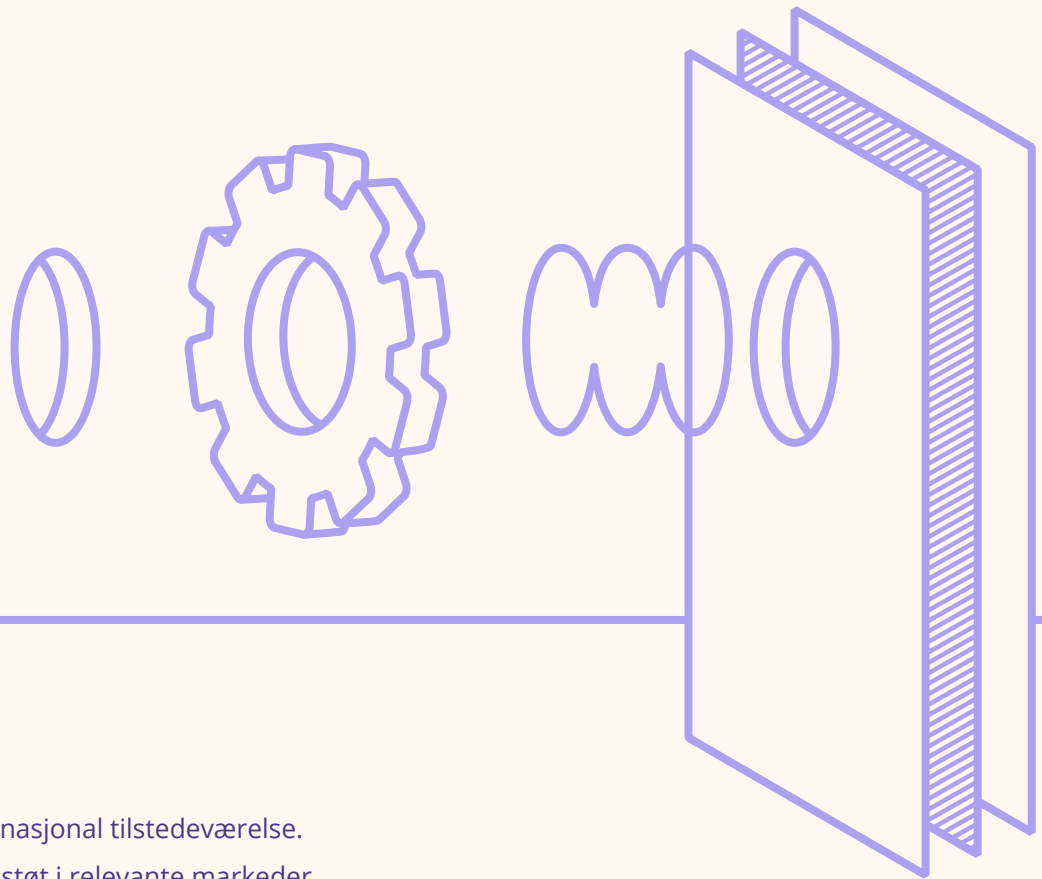
Som en del av reformen «Hele Norge eksporterer» har regjeringen lansert en eksportsatsing for vareproduksjon og design.

Over hele Norge er det en rekke bedrifter som produserer industri-, design-, livsstil og ferdigvareprodukter. Dette er alt fra vinglass, peiser, tekstiler, møbler og fritids- og sportsutstyr til forbrukermarkeder, til maskiner, 3D-printere, bilstøtfangere, komposittprodukter og avanserte komponenter og høyteknologiske løsninger som inngår i industriprodukter. Mange av disse bedriftene eksporter allerede mye i dag, men mange har potensiale for å eksportere betydelig mer.

Denne mangfoldige «klubben» består av bedrifter som er små, mellomstore og store. De holder til i by og land, og det er til dels store forskjeller på hva de produserer. Men felles for de alle er at de hevder seg i internasjonal konkurranse gjennom verdensledende teknologi og kompetanse innen høyteknologisk industriproduksjon, og en sterk merkevare med stolte

tradisjoner innen norsk design og håndverk. Det er dette som er grunnlaget for at disse bedriftene konkurrerer internasjonalt på tross av det høye norske lønnsnivået, ikke (primært) naturgitt fortrinn som er tilfelle for mange av våre andre eksportnæringer.

Ved å gjøre design til en del av prosessen fra start til slutt, bygge en sterk merkevare og alltid jage effektivisering og forbedring i produksjon klarer norsk vareproduksjon og design å ta markedsandeler på det internasjonale markedet. I tillegg er norske produkter kjent internasjonalt for å være bærekraftige og av høy kvalitet. Design for reparasjon, reproduksjon og gjenbruk blir viktigere i en sirkulær økonomi. Kombinasjonen av en voksende global middelklasse og økende bevissthet rundt bærekraft er derfor ventet å medføre økt etterspørsel etter produkter fra norsk vareproduksjon og design.



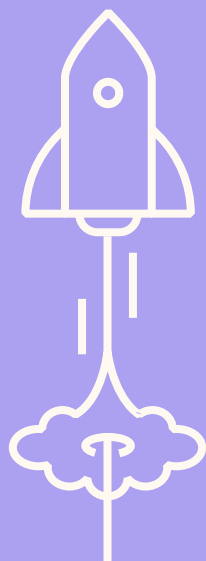
Tiltak:

- Styrket internasjonal tilstedeværelse.
- Eksportfremstøt i relevante markeder.
- Etablere et eksportprogram for bedrifter innen vareproduksjon og design.
- Etablere et utviklingsprogram i strategisk posisjonering og merkvarearbeid.
- Benytte Team Norway og relevante utenriksstasjoner til å fremme norsk vareproduksjon og design.
- Etablere et prosjektstyre for satsingen bestående av representanter fra næringslivet.
- Måle næringens verdiskaping, eksport og effekt av satsingen.

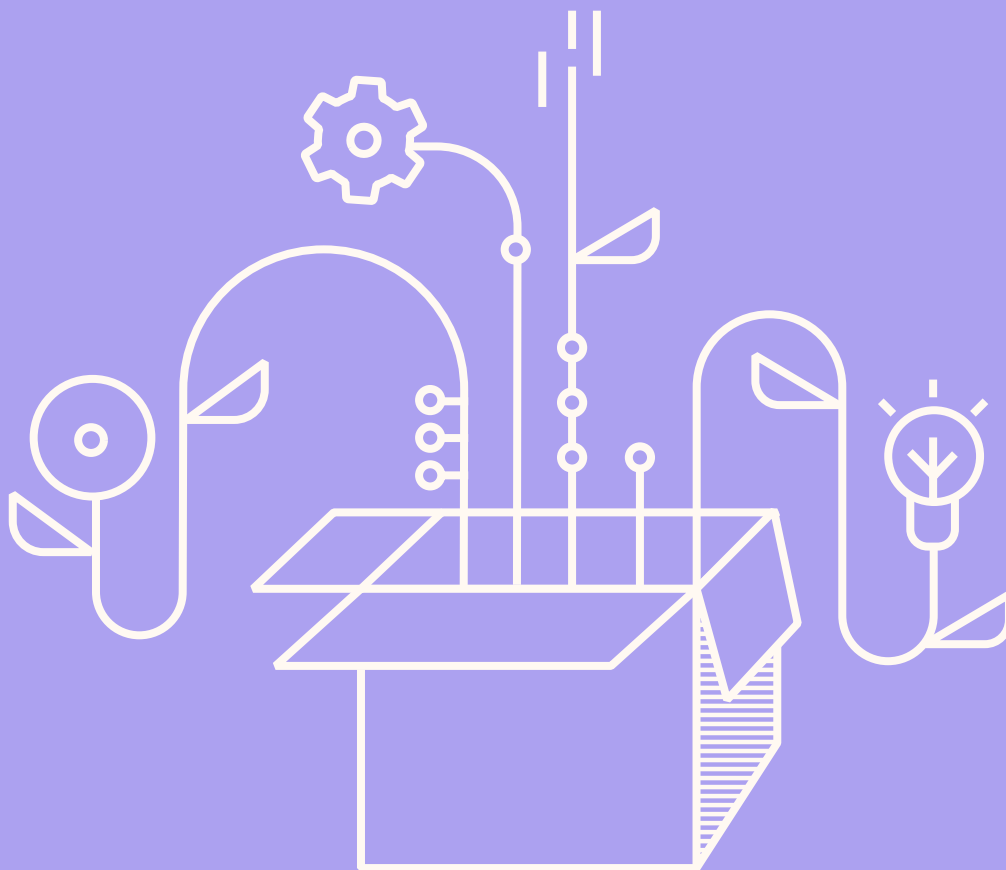
Det er så langt bevilget 20 mill. kroner ti Innovasjon Norge for å gjennomføre tiltakene i satsingen.

Relevante tiltak og prosesser:

- Videreføre en prioritert innsats for kulturell og kreativ næring i de viktigste internasjonale markedene med sikte på økt eksport og flere internasjonale oppdrag. Dette inkluderer markedsføring av norsk kulturell og kreativ næring og utøvere gjennom skreddersydde og målrettede presse- og bransjebesøk til Norge. Samarbeidet mellom Utenriksdepartementet, utenriksstasjonene og organisasjonene i nettverket Norwegian Arts Abroad (NAA) står sentralt.
- Styrke Innovasjon Norges reiselivsoppdrag, der strategisk markedsføring av Norge som reisemål er en del av oppdraget. I 2024 mottar Innovasjon Norge 195 millioner kroner til sitt reiselivsarbeid. I statsbudsjettet for 2025 foreslår regjeringen å øke reiselivsbevilgningen til 205 millioner kroner.
- Følge opp eksportsatsing på vareproduksjon og design. Eksportsatsingen på vareproduksjon og design ble lansert i februar 2024, med syv tiltak som skal bidra til å gi næringen et internasjonalt løft. Satsingen vil følges opp og videreutvikles i tett samarbeid med næringen selv.
- Følge opp eksportsatsing på reiseliv. Reiselivsnæringen er utpekt som den femte strategiske eksportsatsingen under regjeringens eksportreform. Nasjonalt eksportråd leverte våren 2024 et forslag til eksportsatsing innenfor reiseliv til Nærings- og fiskeridepartementet. Eksportsatsingen kan bidra til positive ringvirkninger for de delene av kreativ næring hvor utenlandske besøkende er en viktig kundegruppe.
- Legge frem en stortingsmelding om handel. Formålet med meldingen er å drøfte hvordan sentrale internasjonale utviklingstrekk påvirker Norges handel med andre land. En del av dette er å drøfte hvordan norsk handelspolitikk bør innrettes for å møte en tid der handel og investeringer mellom land i større grad blir påvirket av klimaendringer, nye teknologier og en mer ustabil geopolitisk situasjon. I lys av dette skal meldingen synliggjøre hvordan virkemidlene i handelspolitikken kan tilpasses for å bidra til størst mulig samlet verdiskaping i norsk økonomi og bidra til den grønne globale omstillingen.
- Videreføre Nasjonalt ressurscenter for kultur- og idrettsarrangementer. Norge har gode forutsetninger for styrke sin posisjon som arrangørland. Som en del av Innovasjon Norges satsing på arrangementer, er det etablert en mentorordning som har til hensikt å bistå arrangører i ulike faser av et idrettsarrangement. Arrangører kan søke om støtte til en mentor opp til 30 timer (31 500 kroner) via Innovasjon Norges regionskontorer.



Regjeringen vil legge til rette for at kreativ næring skal lykkes i internasjonal konkurranse og øke sin eksport.



Innovasjon og utvikling

Evnen til å utvikle attraktive produkter er sentralt for å styrke verdiskapingen i næringslivet og for at vi skal nå bærekraftsmålene. Regjeringen vil legge til rette for dette gjennom å stimulere til styrket kunnskap, kompetanse og innovasjonsevne i kreativ næring.

Kreativ næring er blant de mest innovative sektorene i økonomien, og har en viktig rolle i å støtte innovasjon i andre deler av næringslivet. Gjennom samarbeid med andre vekstnæringer kan kreativ næring bidra til å fremme nye ideer og innovative produkter (Europakommisjonen, 2018). Næringen tilbyr et mangfold av kreative produkter som er etterspurt i ulike faser av innovasjonsprosesser i andre virksomheter. Næringen er også langt fremme når det gjelder å ta i bruk ny teknologi, spesielt innenfor IKT (informasjons- og kommunikasjonsteknologi). Drivkrefter slik som digitalisering og det grønne skiftet krever omstillingsevne og nytenkning, og åpner nye muligheter for verdiskaping i kreativ næring.

Bedrifter i kreativ næring står overfor flere utfordringer når det gjelder å realisere potensialet for innovasjon og vekst. Dette kan handle om mangel på kapital og utfordringer med å skaffe eksternt

finansiering fra banker eller investorer. Videre består næringen av en stor andel små foretak og enkeltpersonforetak, noe som gjør at mange ikke har tid og ressurser til å prioritere innovasjonsprosjekter (Müller et al. 2009). Næringen består av bransjer som har ulike forutsetninger for kommersialisering og vekst. Mens deler av næringen først og fremst vektlegger kulturelle verdier, har andre deler av næringen et større kommersialiseringspotensial. Kulturøkonomiprojektets sluttrapport påpeker at forskningsbasert næringsutvikling er lite utbredt i kultursektoren, sammenlignet med andre næringer.

Virkemidler for innovasjon

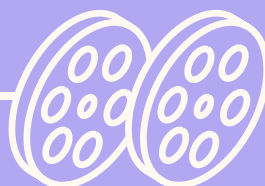
Det næringsrettede virkemiddelapparatet for forskning og innovasjon består i hovedsak av generelle programmer som også er åpne for kreativ næring. Gjennomgangen i kapittel 3 viser at kreativ næring benytter seg av det næringsrettede virkemiddelapparatet, og har gode prosjekter som når gjennom. Samtidig har næringen uttrykt et forbedringspotensial når det gjelder blant annet koordinering av virkemidler, tilgang på kapital og forståelse for og kunnskap om næringen som helhet i virkemiddelapparatet.

FIGUR 7

Kreativ næring kan bidra til å fremme innovasjon i ulike deler av verdikjeden

Produkter

Design og kreativitet skaper merverdi gjennom forbedret funksjonalitet, estetikk, og en helhetlig og engasjerende kundeopplevelse.



HR

Designledelse øker medarbeiderengasjement, forbedrer arbeidsprosesser og styrker bedriftskulturen.



Prosess

Design fremmer samarbeid, kundefokus og utvikler løsninger som bedre treffer markedets behov.



Merkevarebygging

Design og kreativitet skaper emosjonell tilknytning, styrker merkevaren og bygger kundelojalitet.

Kommunikasjon

Kreativitet gjør budskapet tydeligere, mer engasjerende og styrker kontakten med målgruppen.

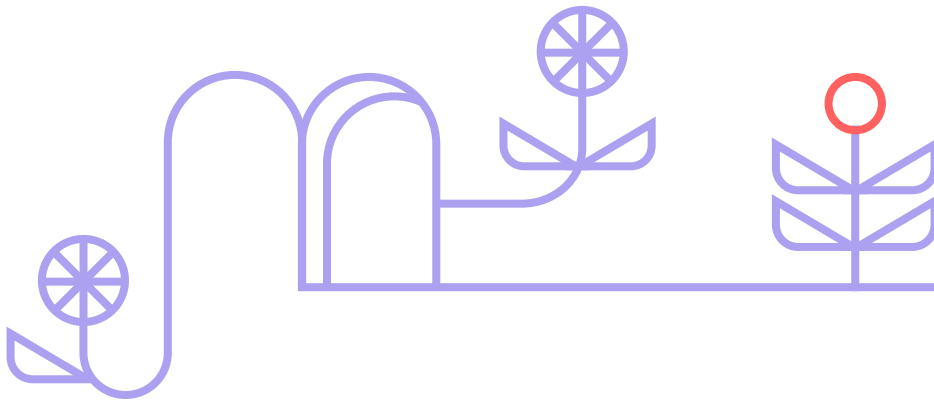


Siden 2017 har Innovasjon Norge ivaretatt tiltak og øremerkede midler til kulturell og kreativ næring, på oppdrag fra Kultur- og likestillingsdepartementet. Målet var å øke norske bedrifters og investorers investering i kulturelle og kreative produkter og tjenester, og bidra til at flere bedrifter innen kulturell og kreativ næring kvalifiserer til de generelle virkemidlene i Innovasjon Norge. Tiltakene skulle forsterke Innovasjon Norges innsats overfor bedrifter med vekstambisjoner og potensial innen kulturell og kreativ næring og gi slike virksomheter enklere tilgang til finansielle strukturer og kompetanse som muliggjør entreprenørskap, verdiskaping og vekst.

På oppdrag fra Kultur- og likestillingsdepartementet utlyste Kulturdirektoratet i 2018 en følgeevaluering som skulle vurdere innretningen på og effekten av tiltakene i regjeringens satsing på kulturell og kreativ næring. Evalueringen ble gjennomført i perioden 2018–2023 og sluttrapport ble lagt fram i 2024. Sluttrapporten 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. Den konkluderer med at det har skjedd en positiv utvikling på alle disse parameterne og at det har vært en positiv utvikling i økonomien og sysselsettingen til den kulturelle og kreative næringen i evalueringsperioden (Hauge et al., 2023).

Evalueringen viser at satsingen har bidratt til økt kunnskap om kultur som næringsvirksomhet, både blant bedriftene og i virkemiddelapparatet. Den anbefaler at næringens behov fremover bør sees innenfor rammen for et næringsnøytralt system for tilskudd til næringsaktører. Samtidig peker evalueringen på at Innovasjon Norge 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. For å bidra til videre utvikling og vekst i kreativ næring vil regjeringen legge til rette for at bedrifter innenfor næringen kan kvalifisere seg i konkurransen om de generelle ordningene i Innovasjon Norge.



Kunnskap om kreativ næring

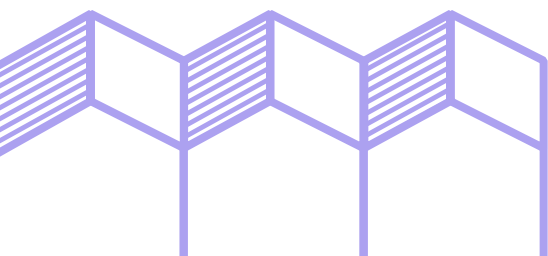
De siste årene har flere land rettet oppmerksomhet mot å få bedre kunnskap om det økonomiske bidraget fra kreativ næring. Blant annet har den svenske regjeringen nylig satt i gang en forstudie om statistikk for kulturelle og kreative bransjer, som skal bidra til å definere nøkkeltall for næringen og synliggjøre næringens bidrag i form av verdiskaping. Dette har også blitt fremhevet som et viktig tema i innspill til veikartet. Mange peker på at det er behov for et bedre kunnskapsgrunnlag om kreativ næring, som gjør det mulig å forstå næringens bidrag til norsk økonomi, samt følge næringens utvikling over tid når det gjelder sysselsetting, verdiskaping og eksport. Det finnes i dag ulike kilder til kunnskap om utviklingen i kreativ næring, men kunnskapsgrunnlaget baserer seg i stor grad på kartlegginger og evalueringer.

Videre er det behov for økt kunnskap om næringens potensiale for vekst og eksport gjennom hele verdikjeden, og mulige flaskehalsar. Det finnes kartlegginger av økonomien i enkeltbransjer, men det mangler analyser hvor man inkluderer hele distribusjonsøkonomien.

Design og arkitektur for en bærekraftig utvikling

Design og arkitektur er viktige kreative bransjer i det grønne skiftet. Bedrifter som bruker design strategisk, opplever større vekst og forbedret lønnsomhet sammenlignet med andre virksomheter (McKinsey & Company, 2018). Arkitektur er våre fysiske omgivelser, og arkitektonisk kvalitet blir til gjennom en rekke beslutninger og tverrfaglige prosesser, i samspill mellom myndigheter og ulike aktører. Utvikling skjer gjennom ulike faser, fra et behov eller idé oppstår, gjennom planlegging og detaljering, til fysisk løsning som kan brukes og oppleves. Aweining og balansering av de ulike kvalitetshensynene gjøres gjennom hele prosessen, og det tas en rekke valg som påvirker resultatet til slutt. Kreative næringer bidrar blant annet til innovative samarbeid og bedre behovsforståelse, samt til å løfte de kulturelle og sosiale verdiene i de fysiske omgivelsene, i samspill med de tekniske, funksjonelle og økonomiske aspektene.

Brukt smart kan arkitektur både løse samfunnsutfordringer og utløse merverdi for samfunnet. Stedsidentitet, lokalbefolkning og næringsliv påvirkes av den lokale arkitekturen, ved at visuelle og



opplevelsesmessige kvaliteter skaper gode møteplasser, attraktivitet og særpreg. Design og arkitektur kan være med på å løse klima- og miljøutfordringer, gjennom blant annet reduserte klimautslipp og energibruk, økt gjenbruk og transformasjon, og å både bevare og tilføre biologisk mangfold.

Ombruk, gjenbruk og transformasjon av kulturmiljøer og bygninger bidrar til å ta vare på kulturhistoriske verdier, i tillegg til å være et viktig bidrag til det grønne skiftet. Kulturmiljøer, slik som nedlagte industrimiljøer, steinbrudd eller bygninger, kan være viktige rammer for kreative næringer. Eksempler på dette er Fjæreheia amfi i Grimstad, Modum Blaafarveværk eller visningsstedet for samtidskunst i Kaviarfabrikken i det fredete kulturmiljøet i Henningsvær.

Offentlig sektor utgjør en viktig bestiller av arkitektur- og designtjenester, og har en viktig rolle i å fremme innovative og bærekraftige løsninger. *Næringspolitisk råd for kulturell og kreativ næring* pekte på at det er manglende og varierende kompetanse i det offentlige når det gjelder hvordan fagfeltene arkitektur og design kan bidra til effektivisering og digitalisering av tjenester og smart by- og stedsutvikling. Regjeringen har endret reglene om offentlige anskaffelser i en retning hvor det legges større vekt på miljømessig

og sosial bærekraft. Anskaffelsesutvalgets utredninger som ble lagt frem i november 2023 og mai 2024, utgjør grunnlaget for et større arbeid med revisjon av regelverket om offentlige anskaffelser.

Kreativ næring er blant de mest innovative sektorene i økonomien, og har en viktig rolle i å støtte innovasjon i andre deler av næringslivet. Gjennom samarbeid med andre vekstnæringer kan kreativ næring bidra til å fremme nye ideer og innovative produkter.

Haugen/Zohar arkitekter

Byggebransjen står for det største forbruket av råmaterialer. Materialbruk er en stor kilde til utslipp. I tillegg bygges ofte hus med metoder og materialer som gjør at bygnings-elementene ender som avfall ved endt levetid.

Haugen/Zohar Arkitekter mottok i 2021 støtte fra Designrevet innovasjonsprogram, DIP, for å utvikle bærekraftige ferdighus. Prosjektet ble gjennomført i samarbeid med Omtre, med mål om å prosjektere en hel-sirkulær bolig for det norske ferdighus-markedet. Et sirkulært hus er et hus som kan gjenbrukes, og slik kan det bidra til å redusere miljøbelastningen. Det har utstrakt bruk av tre, minimalt CO₂ avtrykk og et søkelys på sirkulær materialbank.

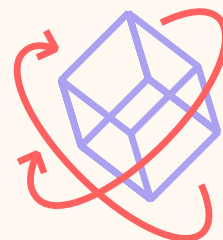
Midlene fra DIP ga arkitektene et kreativt spillerom og mulighet til å sette av tid til forskning og utvikling, som ble viktig for veien videre. Haugen/Zohar har nylig inngått et samarbeid med Norgeshus for å lage sirkulære ferdighus til det norske markedet og står i dag foran et pilotprosjekt med interesserte boligbyggere.

Sloyd

Spillutvikling og 3D omfattes av dyre og ressurskrevende utviklingsprosesser. Bedriften Sloyd har en visjon om å forenkle disse prosessene. De lager teknologiutvikling som genererer 3D modeller raskt og har siden 2021 utviklet et omfattende 3D-modellbibliotek. 3D-modellene er nyttige for spillutviklere, metaverse-skapere, grafiske designere og 3D-entusiater. Sloyd bruker også kunstig intelligens for å la kundene tilpasse sine egne modeller og innpasse dem i egne applikasjoner.

Sloyd har siden 2021 mottatt 3,5 mill. kroner fra Innovasjon Norge i tilskudd og lån. I 2023 ble de valgt ut til å delta i Innovasjon Norges eksportprogram «Kreativ teknologi ut i verden».

Sloyd er i dag integrert i den største spillmotoren på markedet, Unity. I 2023 fikk de også internasjonal anerkjennelse da de ble tatt opp i det amerikanske Venture-fondet Andressen Horowitz' nye akselerator.



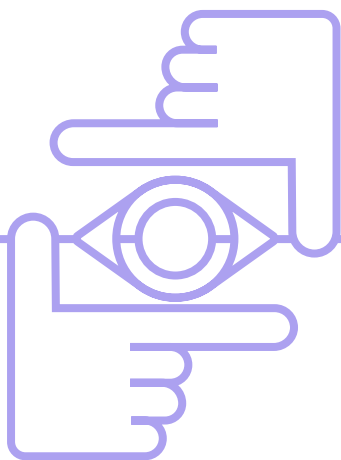
Relevante tiltak og prosesser:

- Legge til rette for at flere prosjekter (bedrifter) innenfor kreativ næring kan kvalifisere seg for Innovasjon Norges ordninger rettet mot gründere og oppstartsbedrifter. For å oppnå dette er det viktig at Innovasjon Norge fortsatt har god kunnskap om næringen.
- Styrke Designdrevet innovasjonsprogram (DIP). Regjeringen har i 2024 styrket bevilgningen til DOGA med 3 mill. kroner, til 27, 8 mill. kroner. Styrkingen skal blant annet brukes til å styrke Designdrevet innovasjonsprogram. Programmet skal stimulere norske bedrifter til økt bruk av design tidlig i innovasjonsprosessen. Gjennom programmet kan innovasjonsprosjekter i alle typer bransjer og samfunnssektorer få støtte til å involvere designere i idéfasen. I tillegg skal styrkingen benyttes til oppfølging av det nordiske samarbeidet på design og arbeid med tiltak i Grønt industriløft.
- Vurdere en modell for hvordan DOGAs DIP-program kan tilpasses gründere og oppstartsbedrifter.
- Legge til rette for en bærekraftig utvikling gjennom design- og arkitekturpolitikken. Kommunal- og distriktsdepartementet koordinerer utviklingen av den nasjonale arkitekturpolitikken, med mål om økt kvalitet i de bygde omgivelsene. Den grønne omstillingen påvirker både hvordan vi jobber og hvordan de fysiske omgivelsene formes og utvikles, med arkitektur og design som sentrale motorer for endring. DOGA er et sentralt virkemiddel i arbeidet.
- Forbedre kunnskapsgrunnlaget om kreativ næring. Regjeringen vil legge til rette for bedre kunnskap om den kreative næringens økonomiske betydning, samt kartlegge hvilke verdinettverk som finnes i kreative næringer, og muligheter og utfordringer for vekst.
- Styrke kunnskap om kunstnerøkonomien. Regjeringen vil styrke kunnskapsgrunnlaget og samordne og tilgjengeliggjøre eksisterende kunnskap om økonomien og arbeidsmarkedet i kultursektoren og på de ulike kunstfeltene.

- Videreføre insentivordningen for film- og serieproduksjoner. Insentivordningen for film- og serieproduksjoner er refusjonsbasert, hvilket innebærer at store, internasjonale produksjoner som produseres helt eller delvis i Norge, og som oppfyller vilkårene for ordningen, kan søke om tilskudd til refusjon på inntil 25 prosent av godkjente kostnader. Ordningen har som formål å bidra til å øke antallet store internasjonale film- og serieproduksjoner for å fremme kultur, historie og natur i Norge. Videre skal ordningen bidra til økt erfaring og kunnskap i den norske filmbransjen, stimulere til vekst, en bærekraftig norsk filmnæring og økt internasjonalt samarbeid. En evaluering av ordningen har vist at ordningen har god filmpolitisk måloppnåelse, relativt lav konkurransekraft og allikevel en søknads-

masse som overstiger ordningens økonomiske ramme (Oslo Economics, 2021). En annen analyse anbefaler blant annet en stegvis og betydelig økning av rammen for ordningen og viser at ordningen har betydelige økonomiske ringvirkninger og ikke-prissatte tilleggseffekter i form av kompetanseheving i arbeidsstokken, investeringer i infrastruktur og service/ leverandørnæringer, nasjonal merkevarebygging mv. Samme analyse viser også at ordningens samfunnsøkonomiske netto nåverdi er negativ, men at den negative nåverdien balanseres av de ikke-prissatte effektene (Olsberg & SPI, 2023). Med bakgrunn i denne analysen styrket regjeringen insentivordningen i 2024, slik at rammen for tilsagn til nye prosjekter ble 84 mill. kroner dette året.

Samspill og samarbeid

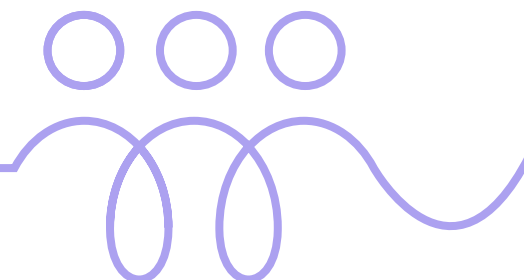


Dialog og samarbeid er viktig for økt innovasjonstakt og verdiskaping i kreativ næring. Kreative og kunstneriske kompetanser kan også være en kilde til innovasjon i andre næringer, og er blant annet etterspurt når det gjelder funksjoner slik som markedsføring, omdømmebygging av bedriften, tjeneste- og produktutvikling og styrking av kommunikasjonsferdigheter (Gran & Olsen, 2021). Regjeringen vil legge til rette for styrket samspill innad i kreativ næring, på tvers av næringer og mellom relevante offentlige aktører.

Innovasjon Norge legger til rette for samarbeidsbasert utvikling gjennom klyngeprogrammet Norwegian Innovation Clusters og bedriftsnettverk. Norwegian Innovation Cluster inviterer konsortier med klynge-medlemmer og konsortier innen ordningen bedriftsnettverk til å søke om finansiering til nye samarbeidsprosjekter i årene fremover. Samarbeidende bedrifter kan søke om midler til felles utviklingsprosjekter med mål om å løse utfordringer som bedriftene ikke kan løse alene. Kreativ næring er representert i klyngeprogrammet, blant annet med Norwegian Fashion & Textile Agenda og Medieklyngen. Videre finnes det flere steder i landet tilbud om

samløkalisering der bedrifter tilbys arbeidsplass og fellesskap til subsidiert pris. Slike tilbud kan gi gode arbeidsforhold, fellesskap og samarbeidsmuligheter (Kleppe et al., 2024).

DOGA har programmer og metoder for å koble ulike aktører og bidra til innovative samarbeid, der målet blant annet er å inkludere bidrag og aktører fra kreativ næring i pågående prosesser i offentlig og privat sektor. Gjennom sine kompetansevirkemidler bidrar DOGA til kunnskapsspredning og økt kompetanseheving, noe som gir aktører verdifull innsikt i hvordan design og arkitektur kan brukes som strategiske verktøy. Dette fører til en bredere integrering av kreativ kompetanse på tvers av sektorer, styrker innovasjonsarbeidet og bidrar til en mer bærekraftig utvikling i samfunnet. DOGA jobber også med å utvikle og iverksette et konsept for en felles nordisk samarbeidsplattform for design. Målet er kunnskapsdeling og utvikling av design som verktøy på tvers av de nordiske landene, for grønn omstilling, digital omstilling, utvikling av bedre tjenester og økt verdiskaping i næringslivet. Videre er det et mål å fremme nordisk design og arkitektur ut i verden som katalysatorer for det grønne skiftet.



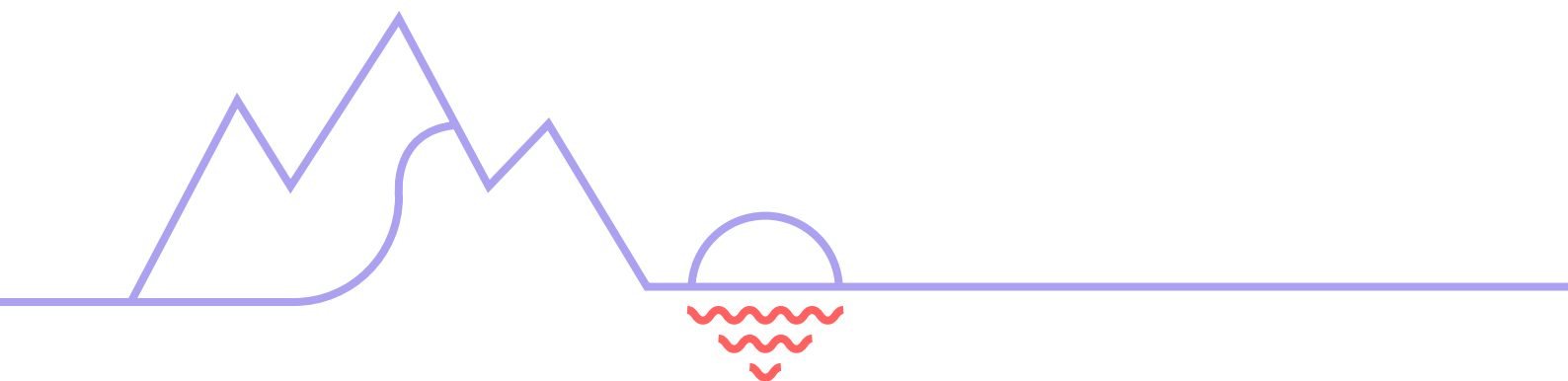
Riksantikvaren gir råd og veiledning til ny/annen bruk av kulturhistoriske viktige bygninger og som ivaretar disse verdiene. I 2024 lanserte Riksantikvaren en veileder og eksempelsamling for å gjøre det enklere å etablere næringsvirksomhet ved og i kulturminne og kulturmiljø.

Riksantikvarens verdiskapingsarbeid har en hovedambisjon om å løfte kulturmiljø som en synlig innsatsfaktor inn på partnerskaps- og samarbeidsarenaer knyttet til reiseliv og næringsutvikling, utvikling av steder og lokalsamfunn, plan- og innovasjonsprosesser.

Riksantikvaren har i underkant av 8 millioner kroner til verdiskapingsprosjekter. For eksempel er det i 2024 bevilget 600000 kroner til prosjektet Kraftturisme til å utvikle opplevelsesprodukter knyttet til krafthistorien i Vestland og Rogaland, og 200 000 kroner til Etertanken på Røst, et gammelt vanntårn som skal få ny identitet som landemerke og skape et unikt bygg.

Samhandling mellom offentlige aktører

Ulike departementer og virkemiddelaktører har ansvar for rammebetingelser som påvirker kreativ næring. Dialog og samhandling mellom offentlige myndigheter og på tvers av virkemiddelaktører er sentralt for å sikre effektiv ressursutnyttelse. En god og helhetlig kunnskap i virkemiddelapparatet om mulighetene som tilbys kreativ næring, er viktig for god koordinering av virkemidlene, og for å kunne bistå næringen med å komme i posisjon for å utløse virkemidler. Sluttevalueringen av satsingen på kulturell og kreativ næring slår fast at satsingen har ført til bedre koordinering blant virkemiddelaktørene, men at det fortsatt er en del å gå på (Hauge et al., 2023). Dette er også noe som har kommet frem i innspill til veikartet, hvor flere av aktørene i kreativ næring har tatt til orde for å styrke det tverrfaglige samarbeidet i offentlig sektor og med virkemiddelapparatet for næringsutvikling.



Samspill på tvers av næringer

Mange kreative bransjer, slik som reklame, design og arkitektur, tilbyr tjenester som er etterspurt i andre næringer. De mer tradisjonelle bransjene i kultursektoren har også kompetanse som kan bidra til omstilling og nyskaping i næringslivet.

Et tettere samarbeid mellom kreativ næring og reiselivsnæringen kan bidra til styrket innovasjonsevne og konkurransekraft i begge næringer. For deler av den kreative næringen er norske og utenlandske besøkende en viktig målgruppe. Det å oppleve natur, kultur, kunst og historie, og bli kjent med lokal kultur og kulturarv, mattradisjoner og livsstil er viktig for de som besøker Norge. I følge Innovasjon Norges turistundersøkelse er de mest populære kulturaktivitetene for utenlandske feriereisende å besøke historiske bygninger/steder, oppleve matkultur, kulturattraksjoner og ulike former for museum. I tillegg er vikinghistorie, UNESCO verdensarvsteder, kunstutstillinger, gallerier og teater, ballett, konserter og operaforestillinger populære aktiviteter for de besøkende.

Reisemålsutvalget (NOU 2023:10) har utredet ulike utfordringer knyttet til å sikre en bærekraftig utvikling av norske reisemål. Ifølge utvalget bør reisemålsutvikling skje gjennom et systematisk og forpliktende samarbeid mellom privat, offentlig og frivillig sektor og lokalsamfunnet. En helhetlig tilnærming til reisemålsutvikling er viktig både for å styrke kvaliteten på opplevelsene, og unngå at natur, kulturmiljøer og lokalsamfunn blir overbelastet. Gjennom arbeid med besøksforvaltning kan man utvikle strategier og benytte ulike verktøy for å styre bruken av et område, og samtidig øke verdiskapingen. For verneområder og fredede kulturminner og kulturmiljøer er det formaliserte rammer for å bevare og beskytte verdiene. Aktører fra kreativ næring har en viktig stemme når det gjelder å utvikle bærekraftige og attraktive reisemål, og er en relevant deltager i samarbeidet på mange reisemål.

Relevante tiltak og prosesser:

- Etablere en offentlig ressursgruppe for kreativ næring. Regjeringen vil etablere et offentlig nettverk for å fremme kunnskapsdeling, koordinering og samarbeid blant ressurspersoner som arbeider med kreativ næring nasjonalt. Dette kan bidra til bedre samordning av ulike initiativer og virkemidler som er relevante for kreativ næring.
- Oppfølging av Reisemålsutvalget (NOU 2023:10). Reisemålsutvalgets utredning har vært på offentlig høring. De mange høringsinnspillene viste at det er bred enighet om behovet for å finne gode løsninger på problemstillingene som utvalget har drøftet. Regjeringen vurderer utvalgets anbefalinger og hvordan disse bør følges opp. Arbeidet ledes av Nærings- og fiskeridepartementet, men de ulike departementene vurderer anbefalingene på sine respektive ansvarsområder. Dette arbeidet har relevans særlig for de stedsbaserte aktørene i kreativ næring, hvor reiselivsmarkedet er en viktig kundegruppe.



Referanseliste

- Bakhshi, H., McVittie, E., & Simmie, J. (2008). *Creating Innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?* London: Nesta. https://www.researchgate.net/publication/242371081_Creating_Innovation_Do_the_creative_industries_support_innovation_in_the_wider_economy
- Berg L., Bjonness A. M. & Tkachenko O. (2020). *Virksomhetsbarometeret 2019. Arbeidslivets kompetansebehov handler om mer enn fagkunnskap*. Kompetanse Norge. <https://hkdir.no/rapporter-undersokelser-og-statistikk/virksomhetsbarometeret-2019-arbeidslivets-kompetansebehov-handler-om-mer-enn-fagkunnskap>
- Business Finland (u.å.). *Growth deal for creative industries*. <https://www.businessfinland.fi/en/for-finnish-customers/services/programs/growth-deal-for-creative-industries>
- Creative Finland (2023). *Finnish Government Prioritises Creative Industries – Roadmap Drives Growth in Creative Industries*. <https://www.creativefinland.org/post/creative-economy-a-priority-for-the-finnish-government-a-roadmap-will-drive-the-growth-of-creative-industries>
- Eidsvold-Tøien I., Torp Ø., Theie M. G., Molde A., Gaustad T., Sommerstad H, Espelien A. og Gran A. B (2019). *Hva nå – Digitaliseringsens innvirkning på norsk musikkbransje*. Rapport nr. 1 2019. BI og Menon Economics. <https://www.regjeringen.no/contentassets/94e99440dd604be1836c4543fdb92cb6/musikkutredning---hva-na---digitaliseringens-innvirkning-pa-norsk-musikkbransje---bi-2019.pdf>
- Europakommisjonen (2018). *Impulse paper on the role of cultural and creative sectors in innovating European industry*. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2873/509380>
- Flatval V. S., Jordell H., Longvastøl O. & Røtnes R. (2023). *Kunstig intelligens i Norge – nytte, muligheter og barrierer*. Rapport 25-2023. Samfunnsøkonomisk analyse. <https://static1.squarespace.com/static/576280dd6b8f5b9b197512ef/t/659c5d4bae5fe65e43691a16/1704746318016/R35-2023+Kunstig+intelligens+-+nytte+present2C+muligheter+og+barrierer.pdf>
- FN-konferansen for handel og utvikling (2022). *Creative Economy Outlook 2022. The International Year of Creative Economy for Sustainable Development: Pathway to resilient creative industries*. United Nations Publications. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf
- GLA Economics (2023). *London's Creative Industries. Sector deep dive*. Greater London Authority. <https://www.london.gov.uk/sites/default/files/2023-10/London's%20Creative%20Industries%20-%20Sector%20deep%20dive.pdf>

Gran A. B. & Olsen E. (2021). *Kreativ næring. Lokale, digitale og økonomiske perspektiver*. Universitetsforlaget.

Hauge A., Ibenholt K., Ericsson B., Hallin G., Frisell M. M., Dahløf C. A., Malasevska I. & Bern A. (2023). *Sluttevaluering. Kulturell og kreativ næring*. Kulturrådet. <https://www.kulturdirektoratet.no/documents/10157/160fc9f9-5d3a-4c94-bbee-5b23aa2e4e9e>

Innovasjon Norge, Epinion & Gyger (2024). *Turistundersøkelsen Sommer. Feriereisende i Norge sommersesongen 2023*. https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Turistunders_kelsen_sommer_2023_e67a4cac-7df2-47de-a254-f053e4ca9a0e.pdf

Kleppe B., Haugsevje Å. D. & Saga R. S. (2024) *Kreativ næring i Møre og Romsdal. Status, nettverk og behov*. TF-rapport nr. 801. Telemarksforskning. <https://www.telemarksforskning.no/publikasjoner/kreativ-naering-i-more-og-romsdal/4426/>

NOU 2023:10 *Leve og oppleve. Reisemål for en bærekraftig fremtid*. Nærings- og fiskeri-departementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2023-10/id2968657/>

OECD (2021). *Economic and social impact of cultural and creative sectors: Note for Italy G20 Presidency Culture Working Group*. OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Papers, No. 2021/11, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/4d4e760f-en>

OECD (u.å.) *Going Digital Toolkit*. <https://goingdigital.oecd.org/>

Olsberg & SPI (2023). *Study of the Norwegian Film and Series Incentive Scheme – Final Report*. <https://www.regjeringen.no/contentassets/55056a5b5b4a4a40a070dcf0c41700fb/norway-incentive-impact-study-final-report-2023-02-24.pdf>

Oslo Economics (2016). *Entreprenørskap i høyere utdanning innen kulturelle og kreative fag*. OE-rapport 2016-14. Oslo Economics.

Oslo Economics (2021). *Evaluering av insentivordningen for film*. OE-rapport 2021-31. Oslo Economics. <https://osloeconomics.no/wp-content/uploads/2021/06/Evaluering-av-insentivordningen-for-film-2021.pdf>

McKinsey&Company (2018). *The business value of design*. <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-design/our-insights/the-business-value-of-design>

Meld. St. 14 (2022–2023) *Utsyn over kompetansebehovet i Norge*. Kunnskapsdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-14-20222023/id2967608/>

Meld. St. 22 (2022–2023) *Kunstnarkår*. Kultur- og likestillingsdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-22-20222023/id2983542/>

Müller, K., Rammer, C., & Trüby, J. (2009). The role of creative industries in industrial innovation. *Innovation*, 11(2), 148–168. <https://doi.org/10.5172/impp.11.2.148>

Norsk filminstitutt & Virke (2023) *Spillrapporten 2023*. <https://www.virke.no/analyse/statistikk-rapporter/spillrapporten/>

Regeringskansliet (2024). *Strategi för företag i kulturella och kreativa branscher*. *Skr. 2023/24:111*. <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/skrivelse/2024/04/skr.-202324111>

Stampe P. L., Thomassen M. N., Vindøy A., Wee S. M. og Alstad E. D. (2023). *Kunst i tall 2022. Inntekter fra musikk, litteratur, visuell kunst og scenekunst*. Kulturdirektoratet. <https://www.kulturdirektoratet.no/documents/10157/47d3c8c1-c1c3-4904-91e0-ad4a364b03d2>

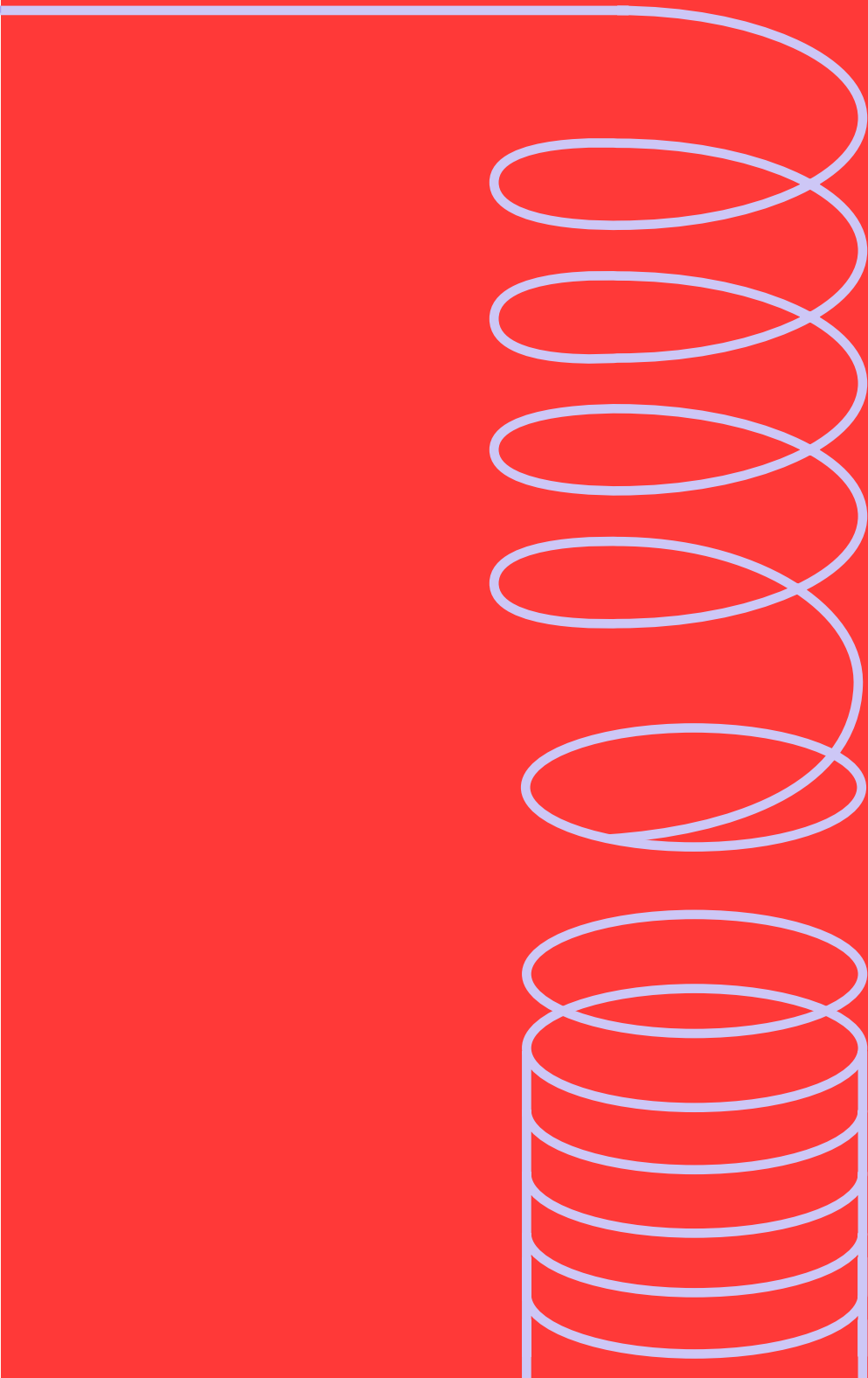
Statistisk sentralbyrå (2024a). 10309: *Bedrifter, etter næringshovedområde (SN2007) og antall ansatte (K) 2009–2024*. <https://www.ssb.no/statbank/table/10309>

Statistisk sentralbyrå (2024b). *Økt aktivitet i Kultur-Norge etter to år med pandemi*. <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/kultur/artikler/okt-aktivitet-i-kultur-norge-etter-to-ar-med-pandemi>

Statistisk sentralbyrå (2024c). *Tabell 6. Sysselsatte i kulturell og kreativ næring, 15–74 år, registerbasert. Per 4. kvartal*. <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/kultur/kulturstatistikk/sysselsetting-og-foretak-i-kultursektoren/tabeller/tabell-6-sysselsatte-i-kulturell-og-kreativ-naering-15-74-ar-registerbasert-per-4.kvartal>

Unesco (2023). *Promoting the Diversity of Cultural Expressions and Creative Economy*. <https://www.unesco.org/en/articles/promoting-diversity-cultural-expressions-and-creative-economy>

World Economic Forum (2023). *Future of Jobs Report 2023*. <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023/>





Utgitt av:
Nærings- og fiskeridepartementet

Bestilling av publikasjoner:
Departementenes sikkerhets-
og serviceorganisasjon

www.publikasjoner.dep.no
Telefon: 22 24 00 00

Publikasjoner er også tilgjengelige på:
www.regjeringen.no

Design og layout:
Anagram Design

Publikasjonskode: W-0062 B

Trykk: Aksell
11/2024 – opplag 150



Trykksak
2041 0379

