

QNB



KULTUR SOM NÄRING – NORDEN SOM KREATIV REGION



TOBIAS NIELSÉN
QNB Analys & Kommunikation AB
E-post: tobias@QNB.se

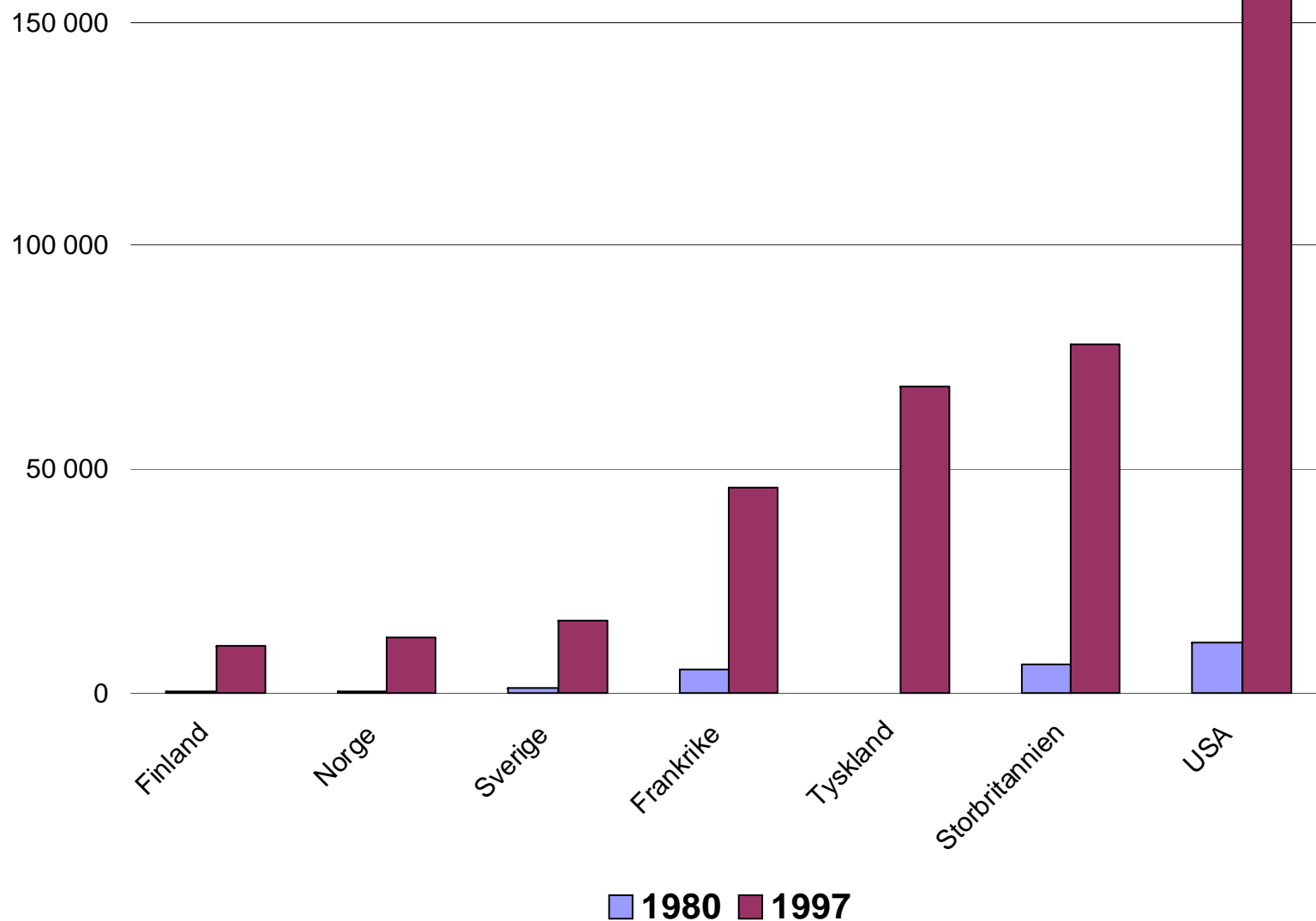
Trondheim 4 oktober 2006





VÄRLDSHANDELN

KULTURELLA VAROR



NÄR CIRKUSEN
KOM TILL BYN



TOPPSTYRD
KULTURINDUSTRI



UPPLEVELSER
PÅ BEGÄRAN

GROWTH/SIZE MATRIX

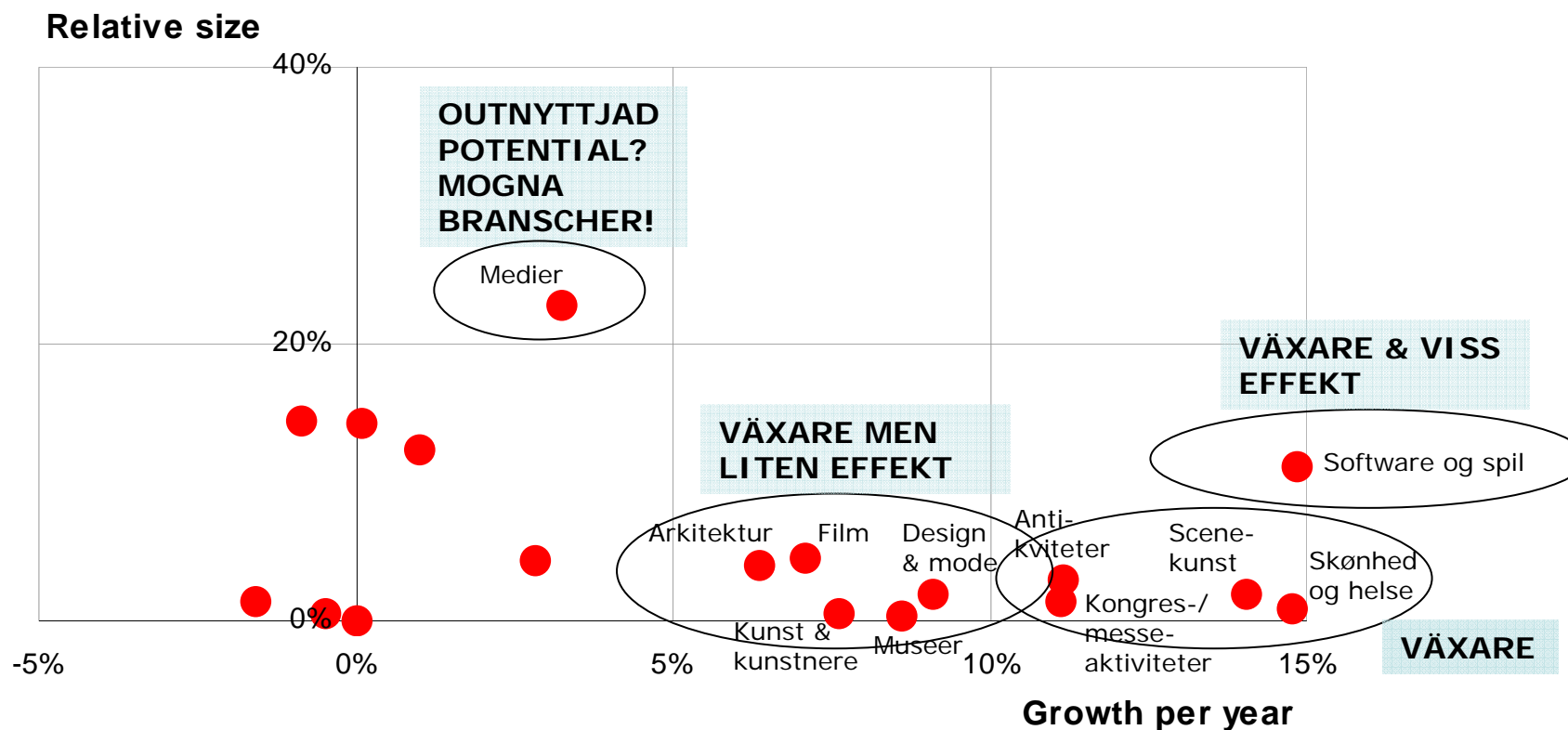
Denmark

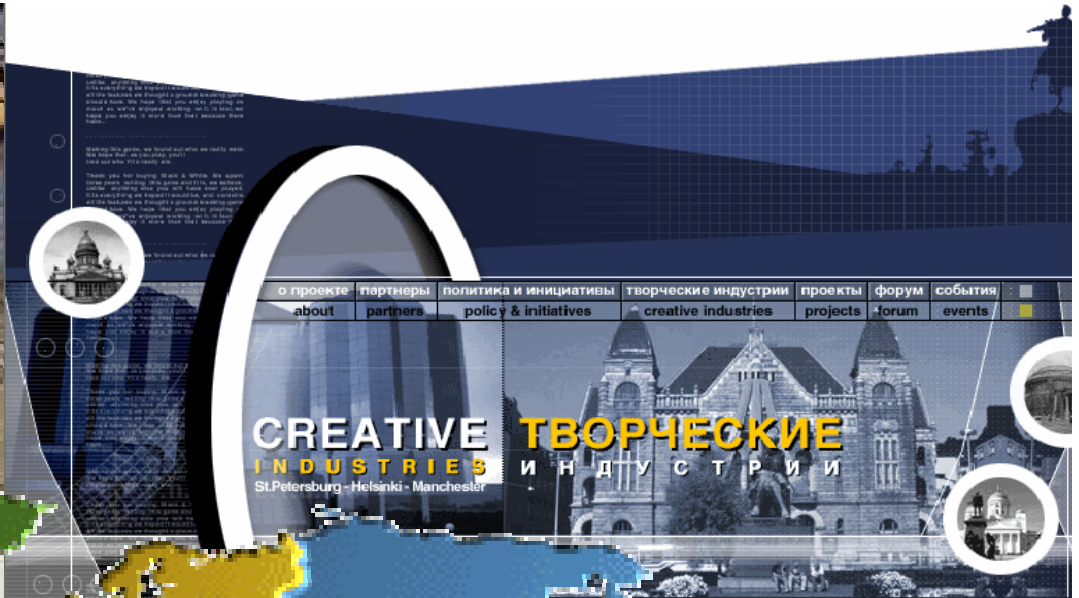
GROWTH/SIZE MATRIX

Denmark

Y-axis: Size of sector relative to all sectors

X-axis: Growth (CAGR) in revenues 1999-2002





GODA FÖRUTSÄTTNINGAR

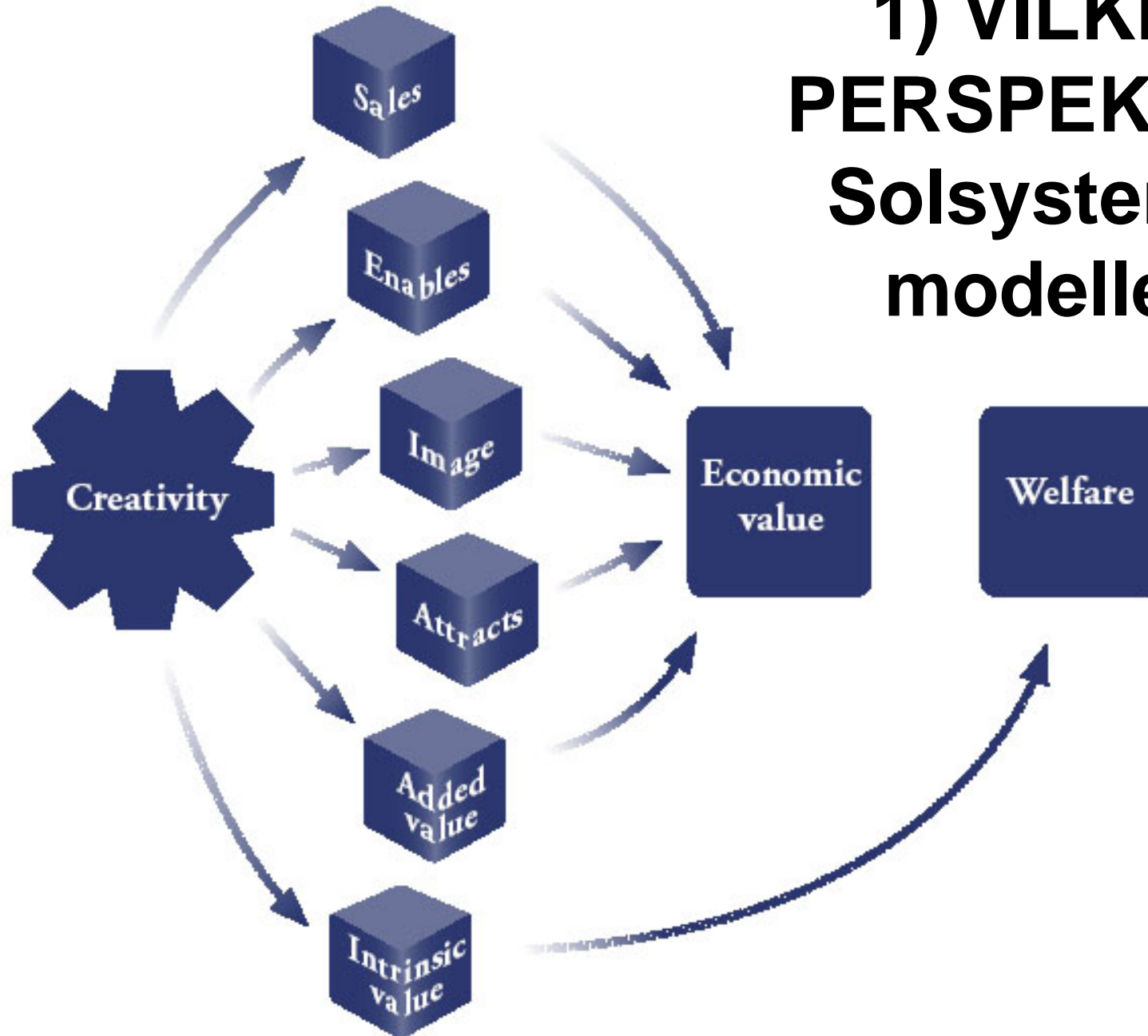
1. Hög teknologisk standard och utveckling
2. God vana att verka på en internationell marknad och snabbt fånga upp trender och influenser
3. Ett stort engagemang för kulturella aktiviteter

KULTUR SOM NÄRING

UTMANINGAR:

1. Vilket perspektiv?
2. En förändrad kulturpolitik?
3. Kulturens innovationssystem

1) VILKET PERSPEKTIV? Solsystems- modellen



2) KULTURPOLITIKEN

- Internationell påverkan
- Erkänn kulturen som näring
- Visionär

3) INNOVATIONSSYSTEM

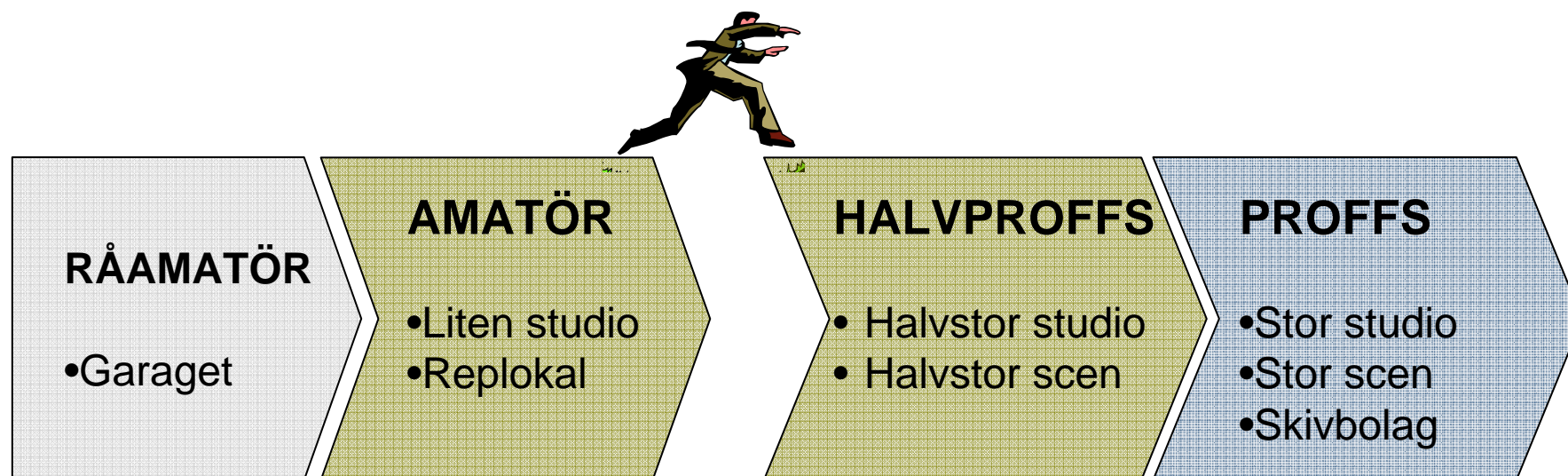
Från bredd till spets
Gemensamma system

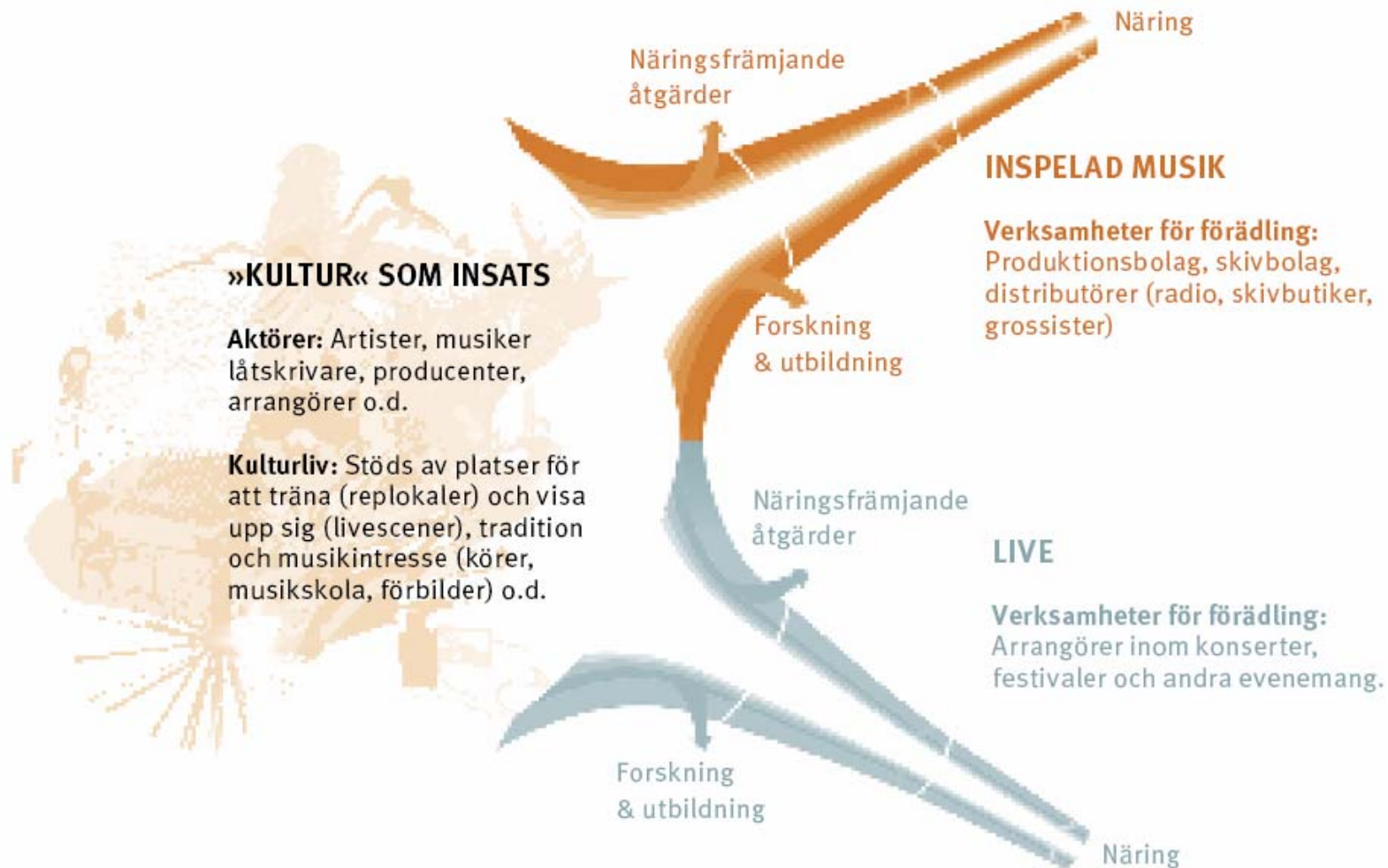


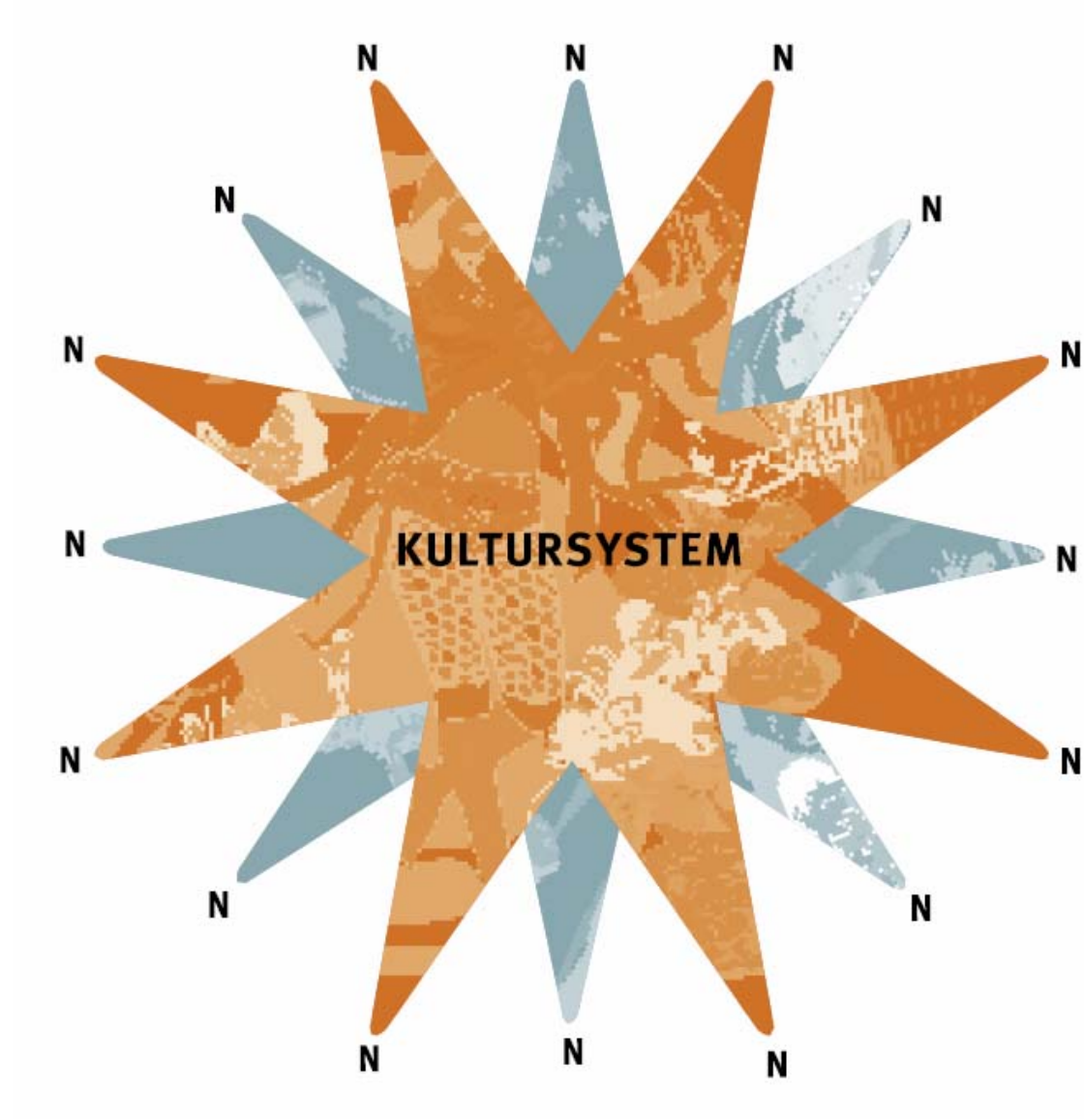


GLAPPET

[Musikbranschen]







GOALS

- Growth in jobs, export and contribution to GDP
- Efficient use of (public) resources
- Long-term perspective
- Balance and dialogue
- Diversity and sustainability
- Attractive regions and cities
- Collaboration



E-POST:
tobias@qnb.se