

Kulturnæringene i Stavanger-regionen – strategi- og handlingsplan 2010-2013



STAVANGER
REGIONEN
NÆRINGSUTVIKLING

Innhold

Forord	
Innledning	4
Utgangspunkt og overordnet mål	
Planperiode og tidshorison	
Kunstnerisk virksomhet og kulturnæringer	
– faglig tilnærming og definisjoner	
Fra kultur og næring til kulturnæringer	
– avgrensninger og presiseringer	
Kulturnæringenes betydning og potensial	
Ståsted 2008	10
Forholdet mellom storbyområdet	
og øvrige kommuner	
Infrastruktur	
Næringslivet	
Institusjonskulturen	
Internasjonalt kulturarbeid	
Mål, strategiske grep og tiltak	14
Overordnet mål	
Strategiske grep og tiltak	
Oppfølging og finansiering	
Resultatmål og suksesskriterier	
Planprosess, eierskap og oppfølging	22
Planprosess og politisk behandling	
Eierskap, igangsetting og gjennomføring	
Statusrapportering og rulling	
Vedlegg	23
Kultursprang eller kulturskvis	
– to scenariske skisser	
Virkemiddelapparatet	
Oversikt over dokumenter som er brukt	
som underlagsmateriale for strategi- og	
handlingsplanen™	



Kunstprosjektet Grasrota. Rogaland Kunstsenter sommeren 2008. Det ble bygd en park på parkeringsplassen på Nytorget. Mange kunstnere var med. Veggmaleriet ble utført av Mona Orstad Hansen og gode hjelpere.

Europeisk år for kreativitet og innovasjon

“EU-parlamentet har vedtatt at 2009 skal være Det europeiske året for kreativitet og innovasjon. Det overordnede målet er å vise hvordan kreativitet bidrar til å øke vår innovasjonsevne og innovasjonskultur på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå. Tiltaket skal øke folks bevissthet om kreativitet og innovasjon, spre informasjon om eksempler på gode tiltak, stimulere til forskning og fremme debatt rundt politisk utforming og endring på området. Det er åpent for alle EØS-land å delta i arbeidet og Norge har signalisert ønske om deltakelse.”

St.meld. nr 7 (2008-2009), Et nyskapende og bærekraftig Norge

Forord

Interkommunalt kulturråd for Nord-Jæren tok i 2007 initiativ til å få utarbeidet en egen strategi- og handlingsplan for kulturnæringene i Stavanger-regionen. Utgangspunktet var det pågående arbeidet med å oppdatere Strategisk næringsplan 2009-2020 for Stavanger-regionen, der ett av de strategiske grepene er å styrke kulturnæringene og kulturbasert næringsutvikling. Omtrent samtidig kom den statlige handlingsplanen Kultur og næring, fremlagt av Nærings- og handelsdepartementet, Kommunal- og regionaldepartementet og Kultur- og kirke departementet. Handlingsplanen er en oppfølging av stortingsmelding nr 22 (2004-2005), Kultur og næring.

Basert på de gode erfaringene fra arbeidet med regionens felles strategiske næringsplan, ble det lagt opp til at en skulle utarbeide en felles strategi- og handlingsplan for hele Stavanger-regionen (se definisjon i kapittel 1). Etter forutgående planlegging høsten 2007, ble det i januar 2008 avholdt et mobiliseringsseminar for planeierne, dvs. kommunene i regionen. Kommunene ble deretter formelt invitert med i planarbeidet.

Etter mobiliseringsseminaret ble det nedsatt en administrativ styringsgruppe til å konkretisere mandatet til et arbeidsprogram og styre planprosessen. Styringsgruppen har bestått av:

Adm. dir. Elin Schanche, Stavanger-regionen Næringsutvikling AS (leder)
Kultursjef Siri Aavitsland, Stavanger kommune
Næringsjef Nina Othilie Høiland, Sandnes kommune
Kultursjef Marianne Helvik, Hå kommune
Daglig leder Heidi Skifjell, Finnøy Næringshage / Ryfylke IKS
Rådgiver Erik Lindboe, Rogaland fylkeskommune.

Plansekretariatet har bestått av rådgiverne Erling Brox, Stavanger-regionen Næringsutvikling AS og Trond Lie, Stavanger kommune, kulturavdelingen, med bistand fra seniorrådgiver Anna-Marie Antonius, Stavanger kommune, næringsavdelingen.

Det er gjennomført tre distriktsvise arbeidsseminar – ett for Sør-Jæren, ett for Nord-Jæren og ett for Ryfylke – der representanter fra lokalt kultur- og næringsliv ble informert om planarbeidet og invitert til å komme med innspill i form av problemskrivelser og forslag til tiltak. Arbeidsseminarene ble forberedt og gjennomført i samarbeid med Ole Berrefjord fra konsulentfirmaet Berrefjord & Thomassen AS.

I tillegg er det gjennomført møter med representanter fra regionens kulturinstitusjoner, med kompetanseinstitusjoner som Universitetet i Stavanger og IRIS – International Research Institute of Stavanger, og med Næringsforeningen i Stavanger-regionen.

Planarbeidet er finansiert over Stavanger-regionen Næringsutvikling AS sitt budsjett. I tillegg har flere av kommunene i regionen stilt arbeidskraft til disposisjon (jf. styringsgruppen, plansekretariatet og arbeidsseminarene). Staten ved Nærings- og handelsdepartementet har støttet planarbeidet med kr 100.000,-. Dette som en del av oppfølgingen av den statlige handlingsplanen. Departementet har utvist betydelig interesse for planarbeidet – ikke minst på grunn av at en her har valgt å satse på et bredt anlagt regionalt samarbeid.

Denne strategi- og handlingsplanen fremlegges i etterkant av, og som en oppfølging av, satsingen på Stavanger2008 – europeisk kulturhovedstad, og den fremlegges i begynnelsen av Det europeiske året for kreativitet og innovasjon (se tekstboks på motstående side). Planen er ett av mange bidrag til å øke innovasjonen og til å utvikle livskraftige kulturnæringer.

Strategi- og handlingsplanen oversendes med dette kommunene til politisk behandling. Se for øvrig kapittel 4 om planprosess, eierskap og oppfølging.

Stavanger, april 2009

Elin Schanche
Adm. dir. Stavanger-regionen Næringsutvikling AS/leder av styringsgruppen

Foto: Sigbjørn Sigbjørnsen

Utgangspunkt og overordnet mål

Kulturnæringene i Stavanger-regionen – strategi- og handlingsplan 2010-2013 er én av flere planer og prosjekter som følger opp og skal konkretisere Strategisk næringsplan 2009-2020 for Stavanger-regionen.

Ett av tiltakene i den strategiske næringsplanen er å "utarbeide en regional handlingsplan for kultur og næring". Denne skal bidra til at:

|| "Stavanger-regionen skal innen 2020 være en internasjonalt attraktiv og pulserende kultur- og opplevelsesregion."

Dette blir da denne planens utgangspunkt og overordnede mål. I planens kapittel 3 konkretiseres dette til strategier, tiltak, resultatmål og suksesskriterier.

Planperiode og tidshorisont

Strategi- og handlingsplanen for kulturnæringene skal gjelde for perioden 2010-2013, som er sammenfallende med planperioden for kommunenes økonomiplaner som behandles høsten 2009. Strategi- og handlingsplanen oversendes kommunene for politisk behandling våren 2009, med sikte på avsetning av ressurser i økonomiplanene til gjennomføring av strategi- og handlingsplanens tiltak (se for øvrig kapittel 4 om politisk behandling og planeierskap).

Tidshorisonten for planarbeidet er imidlertid mer langsiktig – og strekker seg fram mot 2020, jf. den strategiske næringsplanen. Effektene av mange av de tiltak som settes inn i planperioden – i form av nyskaping, økt sysselsetting og verdiskaping – vil vi først for alvor kunne se resultater av på lengre sikt.

Kunstnerisk virksomhet og kulturnæringer – faglig tilnærming og definisjoner

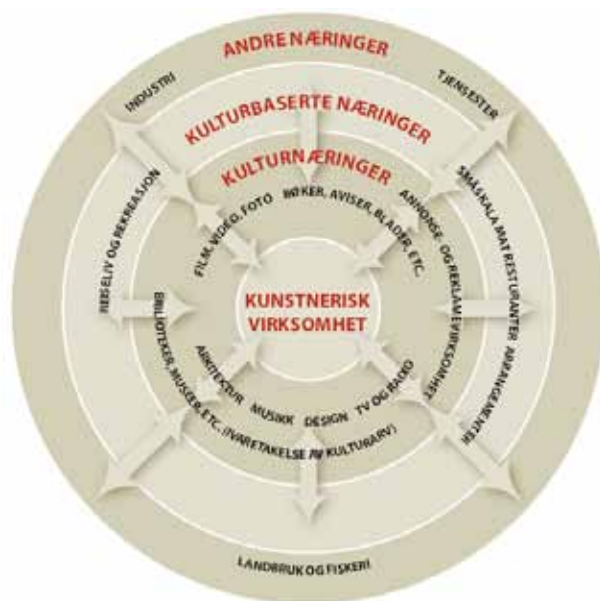
Den statlige handlingsplanen Kultur og næring understreker at kulturnæringenes utgangspunkt er den kunstneriske virksomhet. Uten sterke miljøer for skapende og utøvende kunst, mangler selve basisen for verdiskapingen; for utvikling av levedyktige arbeidsplasser og kulturnæringer. Og uten solide kulturnæringer, mangler én av forutsetningene for videreutvikling av kulturbaserte næringer. Dette er i den statlige handlingsplanen visualisert ved sirkelfiguren på neste side:

Kulturnæringene

I den statlige handlingsplanen, som bygger på forutgående forskning, defineres kulturnæringene som næringer som fremstiller kulturelle produkter. Disse kjennetegnes ved at hensikten er å kommunisere med konsumenten. Kommunikasjonen kan anta mange ulike former, for eksempel bøker, aviser, film, musikk, dans og teater. Budskapene som kommuniseres er åpne for fortolkning, og konsumentene fortolker dem gjerne på ulike måter. Dette betyr at kulturelle produkter er med på å forme meningsdannelsen i samfunnet i vid forstand. Kunstoplevelsen er unik for hvert enkelt menneske og en verdi i seg selv.

Med kulturnæringers menes:

- kunstnerisk virksomhet – utøvende og skapende kunst samt kunsthåndverk: forfattere, musikere, skuespillere, billedkunstnere osv., samt profesjonelle kunsthåndverkere med kunstfaglig utdannelse
- bøker, aviser, blader, etc.
- bibliotek, museum, etc.
- musikk
- film, foto, video
- design
- annonse- og reklamevirksomhet
- arkitektur
- TV, radio



Kulturbaserte næringer

Kulturbaserte næringer er næringer som er avhengig av innsatsfaktorer (varer og tjenester) fra kulturnæringene. Innsatsfaktorene benyttes i framstillingen av de kulturbaserte næringenes produkter og/eller i markedsføring og profilering av disse. I den statlige handlingsplanen nevnes reiselivsnæringen og næringsvirksomhet basert på mat (restauranter, matfestivaler/-messer/-kongresser osv.) som eksempler på kulturbaserte næringer. Videre framheves de kulturbaserte næringene som en viktig del av arbeidet med stedsutvikling og næringsutvikling i distriktene.

Den kulturelle og kreative sektor

Denne norske tilnærmingen, inndelingen og begrepsbruken harmonerer også med tilsvarende på nordisk og europeisk nivå. Men begrepsbruken og den statistiske operasjonaliseringen er ikke helt sammenfallende, noe en må være oppmerksom på ved sammenligninger. I studien *The Economy of Culture in Europe*, som ble lagt fram for EU-kommisjonen i 2006, og som i dag danner basis for EUs politikkkutforming på området, er hjulet kalt *The cultural and creative sector*, og sirklene kalt: *core arts field*, *cultural industries*, *creative industries and activities*, *related industries*. Omtrent identisk inndeling er brukt i policydokumentet *A Creative Economy Green Paper for the Nordic Region*, Nordisk InnovationsCenter (2007).

Verdikjeder og virkemidler

Den statlige handlingsplanen viser til at en i forskningssammenheng oftest legger til grunn et verdikjedeperspektiv i kartlegging og analyse av kulturnæringene. Det vil si at en ser på både infrastruktur, produksjon, distribusjon og salg av kulturelle tjenester og produkter.

En offentlig strategi- og handlingsplan for utvikling av kulturnæringene må identifisere drivere for utvikling av hele nærings- og verdikjeder. Aktuelle innsatsfaktorer er for eksempel egnede produksjonslokaler, risikokapital og kompetanse. Markedsføring er et viktig virkemiddel.

Stavanger-regionen

Stavanger-regionen omfatter kommunene Finnøy, Forsand, Gjesdal, Hjelmeland, Hå, Klepp, Kvitsøy, Randaberg, Rennesøy, Sandnes, Sirdal, Sola, Stavanger, Strand, Suldal og Time. Hjelmeland har takket nei til deltakelse i planarbeidet.

Fra kultur og næring til kulturnæringer – avgrensninger og presiseringer

Temaet "kultur og næring" er omfattende, så omfattende at det for arbeidet med denne strategi- og handlingsplanen har vært nødvendig å foreta noen avgrensninger og presiseringer.

Idrett

Idretten inngår i det utvidede kulturbegrep, men er ikke med her. Det betyr ikke at ikke idretten er interessant og har stor betydning næringsmessig og med tanke på verdiskapingen – snarere tvert imot. Men i denne sammenheng er altså utgangspunktet kunstnerisk virksomhet – og fokuset på avledet næringsmessig virksomhet av denne. Dessuten har idretten sitt eget solide plansystem, på alle forvaltningsnivåer.

Reiseliv

Reiseliv er en viktig kulturbasert næring. Denne næringen er allerede omfattende og tung i Stavanger-regionen, med egne selskaper og planer. Dette i motsetning til mange av kulturnæringene. På denne bakgrunn løftes ikke reiselivet fram som satsingsområde i denne strategi- og handlingsplanen.

Mat

Tilsvarende gjelder for matklyngen. Denne er allerede prioritert i regionens strategiske næringsplan – og blir fulgt opp med en rekke prosjekter og konkrete tiltak.

Strategi- og handlingsplanen fokuserer primært på selve kulturnæringene. I dette ligger det ingen utdefinering eller nedgradering av kulturbasert næringsvirksomhet, kun en pragmatisk tilnærning i forhold til arbeidsdeling og ressursbruk i regionens omfattende næringsutviklingsarbeid.



iStockphoto



iStockphoto

Kulturnæringenes betydning og potensial¹

Kulturnæringenes betydning og potensial kan avleses av offisiell statistikk for sysselsetting, foretak og verdiskaping.

Sysselsetting

Kulturnæringene i Norge sysselsatte i 2007 ca. 95.000 personer, tilsvarende 3,9 prosent av den samlede sysselsetting. I perioden 1996-2007 økte sysselsettingen i kulturnæringene med 35,2 prosent, mens den totale sysselsettingen økte med 14,5 prosent.

Kulturnæringene i Rogaland sysselsatte i 2007 ca. 6.400 personer, tilsvarende 2,9 prosent av den samlede sysselsettingen i fylket. Det ble registrert en vekst i sysselsettingen innenfor kulturnæringene på 9 prosent i perioden 2002-2007, mot 10 prosent på landsbasis.

Kulturnæringenes relativt sett lave sysselsettingsandel i Rogaland har to forklaringer. For det første skyldes dette en sterk økonomisk vekst regionalt. Kulturnæringenes vekst blir i denne sammenheng usynliggjort av en enda kraftigere vekst i øvrig næringsliv.² For det andre viser tidligere undersøkelser av verdiskapingsevnen i norske storbyregioner at Stavanger-regionen skårer lavere enn de andre storbyregionene målt etter andelen sysselsatte innen kultur- og underholdningssektoren.³ Dette er av IRIS (International Research Institute of Stavanger) forklart med at Stavanger skårer lavest av alle storbyene, samt at av de seks storbyregionene har Stavanger-regionen høyest andel av totalt folketall i omlandskommuner med jevnt over betydelig lavere andel sysselsatte i kultur- og underholdningssektoren. Sagt annerledes: Stavanger-regionen er mindre sentralisert, mindre urbanisert, i noen grad mindre storby; mens kultur- og underholdningssektorens og kulturnæringenes tilstedeværelse øker med økt sentralisering og urbanisering

Foretak

De ca. 95.000 personene innenfor kulturnæringene i Norge var i 2007 sysselsatt i 27.700 foretak. Antall foretak har økt med 10 prosent i perioden 2004-2007. Tallene for Rogaland viser 1.700 foretak og en vekst på 12,4 prosent.

Nesten $\frac{3}{4}$ av foretakene er enkeltkvinne- eller enkeltmannsforetak.

Verdiskaping

I 2005 stod kulturnæringene i Norge for omtrent 3,8 prosent av bruttonasjonalproduktet og de skapte verdier for ca. 47 milliarder kroner brutto. Bruttoproduktet for kulturnæringene var allerede i 2003 over dobbelt så høyt som for jordbruk og skogbruk og over tre ganger så høyt som for fiske, fangst og fiskerioppdrett. Det var høyere enn nærings-



Utstillingen Babylove vist i Rogaland Kunstmuseum 2008
Kunstneren: Shu Lea Cheang.
Fotograf: Torill Øye

1. Dette avsnittet bygger i særlig grad på rapportene Kulturnæringene i Norge – muligheter og utfordringer. En oppdatering av kartleggingen fra 2004, rapport 12/2008, Østlandsforskning og Konjunkturbarometeret for Rogaland, høsten 2007 (tema: kulturnæringene i Rogaland). Jf. samlet oversikt bakerst i planen over dokumenter som er brukt som bakgrunnsmateriale.

2. I Østlandsforskningens nyeste rapport om kulturnæringene i Norge, se fotnote 1, viser de at den såkalte lokaliseringkvotienten for Rogalands vedkommende har gått ned fra 0,81 i 2002 til 0,76 i 2007. "Hvis lokaliseringkvotienten er 1 er sysselsettingsandelen i fylket lik landsgjennomsnittet." I denne forstand taper altså Rogaland terreng. Dette selv om veksten innenfor kulturnæringene har vært like kraftig i Rogaland som på landsbasis i perioden 2002-2007.

3. Verdiskapingsevnen i norske storbyregioner. Blomgren, Gjelsvik og Holmen. Rapport 2007/032, IRIS.

og nytelsesmiddelindustrien og nesten like høyt som verkstedindustrien. Og i 2005 var det kommet opp på nivå med hotell- og restaurantbransjen. Undersøkelser i andre vestlige land har vist at kulturnæringene utgjør rundt 5 prosent av bruttonasjonalproduktet, og at vekstraten er på ca. 5 prosent i året. Dette er mer enn i de tradisjonelle industriene.

Kulturnæringene i Rogaland omsatte i 2005 for rundt 4,7 milliarder kroner, noe som tilsvarer en omsetning på snaut 800.000 kroner i gjennomsnitt per sysselsatt. Det er store variasjoner mellom de forskjellige kulturnæringene. Kulturnæringene kan karakteriseres som urbane næringer; en stor andel av sysselsettingen og verdiskapingen er således lokalisert til storbyområdet Stavanger-Sandnes.

Kunstnerisk virksomhet har fått økt betydning

Det er betydelige variasjoner i kulturnæringene imellom. Den klart tyngste er bøker, aviser, blader, etc. (trykte medier), som i 2007 stod for 35 prosent av sysselsettingen og 40 prosent av verdiskapingen innenfor kulturnæringene på landsbasis. Det er likevel verdt å merke seg at denne næringen hadde en nedgang i sysselsettingen på 8 prosent i perioden 2002-2007.

Kunstnerisk virksomhet har hatt den største veksten i antall sysselsatte målt i absolutte tall. Og med en vekst på 38,4 prosent er det denne næringen sammen med design samt film, foto og video som fosser fram. Kunstnerisk virksomhet har gått forbi TV og radio og er nå den nest største næringen med 16 prosent av det totale antall sysselsatte i kulturnæringene. Og med et bruttoprodukt på i overkant av 6 milliarder kroner, er kunstnerisk virksomhet den tredje største kulturnæringen målt etter verdiskaping. Størst er også her bøker, aviser, blader, etc. (trykte medier) med et bruttoprodukt på ca. 18,7 milliarder kroner i 2007. Det er bl.a. på denne bakgrunn en må se den betydelige satsingen på å styrke den kunstneriske virksomheten i Stavanger-regionen som foreslås i planens kapittel 3.



Heksene av Roald Dahl. Forestillingen ble vist på Rogaland Teater. Foto: Emile Ashley.

Kulturnæringenes effekter

Utover sysselsettingen og verdiskapingen i kulturnæringene selv, er disse næringene viktige som katalysator, motor og inspirator i regionale utviklingsprosesser.

Kulturnæringene:

- leverer viktige innsatsfaktorer (varer og tjenester) til andre næringer
- trekker kunst- og kulturinteresserte mennesker til byer og steder
- tiltrekker seg høyt utdannede kunnskapsarbeidere
- er modell og inspirasjonskilde for andre næringslivsbedrifter.

I Østlandsforskningens nyeste rapport om kulturnæringene i Norge, heter det også:

“I en økonomi der ‘opplevelser’ får økt betydning har derfor kulturnæringene et vekst- og utviklingspotensial både direkte gjennom egen produksjon og indirekte gjennom produksjon av innsatsfaktorer til annen næringsvirksomhet. (Det er) kulturnæringene som gir opplevelsene innhold og mening.”

Kulturpolitikken og kulturnæringene

“Hvor skal kulturpolitikken stoppe og næringspolitikken begynne? Det finnes ikke noe klart svar på dette spørsmålet. En ting er imidlertid sikkert. Uten kulturlivet – fri, skapende og utøvende kunstnerisk virksomhet – får vi antagelig heller ikke noen kulturnæringer. Kulturnæringene vokser nemlig ut av kulturlivet, det er her grunnlaget for disse næringene skapes. Et ensidig fokus på det økonomiske aspektet, kulturnæringer og kulturbasert næringsutvikling, kan faktisk bidra til å undergrave disse næringenes vekst- og utviklingsmuligheter. På sikt muligens også deres eksistensgrunnlag. Kanskje den sikreste måten å støtte utviklingen av disse næringene på, er gjennom kulturpolitikken?”

Utfordrende kulturnæringer, artikkel publisert på Minervas nettsider 21.10.2008 (www.minerva.as), Tone Haraldsen, førsteamanuensis ved Høgskolen i Lillehammer.

Foto: Sigbjørn Sigbjørnsen

Perioden med høykonjunktur og høy vekst avspeiles også i kulturnæringene. Den politiske prioriteringen av kultur har dannet grunnlag for bred mobilisering. Satsingen viser særlig igjen når det gjelder etablering av nye anlegg og arenaer, og i næringslivets involvering i kultur. Det betyr at infrastrukturen har utviklet seg betydelig i årene fram mot 2008, og at tilbudet om opplevelser og deltakelse aldri har vært større.

Forholdet mellom storbyområdet og de øvrige kommunene

Kulturnæringene er langt på vei et urbant fenomen, og tyngden av de profesjonelle kultur- og næringsaktører befinner seg, på samme måte som for en rekke andre næringer, i storbykjernen Stavanger-Sandnes.

Samtidig ser mange av kommunene utenfor storbykjernen kulturnæringene som et virkemiddel i stedsutviklingen. Kulturhovedstaden har gitt gode erfaringer med å bruke nye og utradisjonelle arenaer utenfor storbykjernen. Naturen er en storslått ramme for kulturopplevelser. Prosjekter som har tatt i bruk utendørs landskaper har vært en stor inspirasjon, og har mobilisert mange mennesker fra lokalsamfunnene til deltakelse. I den forbindelse har frivillige foreninger og organisasjoner spilt en viktig rolle. Disse prosjektene har vist at det finnes et stort potensial og at et bredt samarbeid kan føre til resultater. På den bakgrunn framstår behovet for å utvikle nettverk og møteplasser som en klar utfordring, og den blir desto større jo lengre avstanden blir til Stavanger.

Nettverk, lokaler, profesjonalisering og finansiering går igjen som en felles utfordring for de små kulturnæringsforetak i alle kommunene. Det er på Sør-Jæren og i Ryfylke disse aktørene er mest sårbare, på grunn av at de er få og sjeldent utgjør en samlet gruppe. I storbykjernen finnes det støtte i at det er en viss konsentrasjon, samt enkelte større drivere, eksempelvis de store institusjonene. På den bakgrunn blir det også naturlig at sentrumsmiljøene vil strekke seg etter nye nasjonale og internasjonale nettverk, mens det utenfor storbykjernen fortsatt gjenstår mye når det gjelder lokal samhandling og nettverksbygging. De mindre kommunene vil også i høyere grad kunne trekke veksler på storbyen.

Sør-Jæren har flere ansatser til miljøer som kan virke samlende og drivende. Det gjelder for eksempel Jærmuseet i relasjon til historie og lokal identitet, Hå gamle prestegard i relasjon til visuell kunst, og det kommende Garborgsenter i relasjon til litteratur.

Forum Jæren, som er under etablering på Bryne, vil i tillegg til det nasjonale Garborgsenteret inneholde et kompetansemiljø for læring, næring og kultur: kulturnæringer, kunnskapsbaserte næringer, bibliotek mv. på samme arena. Alt dette er eksempler på forankringspunkter som kan utløse aktivitet og sysselsetting og skape miljøer rundt seg. I Time er det tatt initiativ til et senter, eller næringshage, med produksjonsfasiliteter for kulturnæringer – et tiltak som kan styrke nettverksbygging og gjøre det enklere for små aktører å utnytte de forskjellige virkemidler.

Ryfylke har en storslagen natur som imidlertid også legger en begrensning på samspillet, på grunn av kommunikasjonsforholdene. Også her er det ansatser til samlingspunkter som kan utvikle større miljøer og aktivitet, som for eksempel Ryfylkemuseet, Utstein Kloster, samt fortidslandsbyen Landa i Forsand og utviklingen som ellers skjer rundt Prekestolen. Det er et stort potensial for kulturbasert turisme, og dette kan komme kulturnæringene til gode. Suldal har gjort seg bemerket med sin kultursatsing, og også i Suldal er det en prosess i gang for å utvikle et senter for kulturnæringene/kulturbank, jf. også prosjektet i Time.

Infrastruktur

Anlegg

KinoKino – senter for kunst og film i Sandnes, Bjergstedutbyggingen med nytt konserthus i Stavanger, samt Jærmuseets to anlegg Vitenfabrikken i Sandnes og Garborgsenteret på Bryne, er bare noen av de viktige anleggene som har blitt eller vil bli realisert disse årene. Tou Scene er den viktigste satsingen for å skape rom for samtidskultur og subkulturelle miljøer. Fra en situasjon med enkelte større, innendørs scener har musikk og scenekunst blitt en aktivitet som foregår på små intimsener, på store utendørs arenaer, i haller og industrianlegg. Fra å være et sesongbetont fenomen, er tilbudene nå spredt på mange steder hele året rundt. Denne delen av infrastrukturen er en viktig forutsetning for å skape oppdrag og dermed livsgrunnlag for utøvende kunstnere.

Regionen har utfordringer når det gjelder verksteder, studioer og andre former for lokaliteter hvor kulturproduksjon kan finne sted, enten det er individuelt eller som arbeidsfellesskap. Innovasjon og nyskaping kommer ofte fra yngre og ukonvensjonelle kunstnere, og miljøene hvor de kan utvikle seg er få og skjøre. Tilgang til egnede og rimelige lokaler vil være en av de viktigste faktorer for å styrke disse miljøene fremover.

Bjergsted musikkpark utvides nå med nytt konserthus, ny kulturskole og ny avdeling videregående skole for musikk, dans og drama, samtidig som også UiS, Institutt for musikk og dans får utvidet sine lokaler. Utbyggingen skal realisere visjonen om en fremragende konsertarena og om et kompetansesenter for livslang læring innen musikk og andre kulturfag. Det er en utfordring å utvikle innholdet og formen på den fremtidige driften slik at det kommer hele regionen til nytte. Musikkmiljøene i Bjergsted har potensial til klyngeutvikling, og når nybyggene står ferdig i 2012 stilles det betydelige forventninger til nyskaping og synergi.



Rogaland Kunstmuseum. Grafisk verksted sammen med kunstner Mona Orstad Hansen.



DKS produksjonen Videokunst som går ut til skoler i distriktet Elevene arbeider i iMovie.



Mannen som elsket Yngve. Foto: Motlys.



Fra kortfilmen "Tørt og kjølig".
Foto: Sjur Aarthun.



Fra filmen Rottenetter, som ble spilt inn høsten 2008 og har premiere høsten 2009. Regi: Arild Ø. Ommundsen, filmfoto: Trond Tønder, stillsfoto: Anne Lise Norheim, skuespillere: Fritjov Såheim (t.v.) og Christian Rubeck.

Finansiering

Kulturnæringsaktører, særlig små virksomheter og enkeltmannsbedrifter, gir uttrykk for at det kan være vanskelig å oppnå finansiering fra banker og andre finansieringskilder. Årsaken kan være at det er stor økonomisk risiko forbundet med kulturproduksjon, at markedet og dermed kundepreferansene svinger rask, og at det tar lang tid å utvikle konkurransedyktige kulturprodukter og vise til økonomiske resultater. Noen rammes av sektorinndelingen i den offentlige forvaltning fordi de ligger i skjæringspunktet mellom kultur og næring. Bildet er sammensatt, men det tegner seg allikevel et bilde av et virkemiddelapparat som må ta hensyn til kulturnæringenes særlige situasjon i forhold til kapitaltilgang og risikovillighet. Finansieringssystemene ser ut til å begunstige store prosjekter, ofte drevet frem og synliggjort av hjemkommunen. Mindre kulturentreprenører har større utfordringer i forhold til de generelle kravene til økonomisk garanti og avkastning.

Det vises til eget vedlegg om virkemiddelapparatet utenom finansinstitusjonene.

Oversikten viser mange aktører, noe som både er positivt og som kan virke uoversiktlig. Det er en utfordring å forenkle tilgangen til dette systemet og å få til en bedre samordning mellom forvaltningsnivåene.

Næringslivet

Selv om mange kulturaktører sliter med å få finansiert sine aktiviteter, har næringslivet i regionen bidratt med over 300 millioner kroner til kulturtiltak de siste to-tre årene. Nytt konserthus, Stavanger2008 og Vitenfabrikken står for den største andelen. Det er viktig å merke seg at involveringen fra næringslivets side er stor, og at regionens kulturpolitikk ikke hadde vært mulig uten dette samspillet. Omfanget kommer også til uttrykk i antallet av sponsor- og samarbeidsavtaler. Stavanger2008 alene inngikk ca. 130 avtaler, noe som indikerer at nettverket mellom kultur- og næringsaktører er betydelig. Tilbakemeldingene fra næringsaktører tyder på at de fleste opplever samarbeidet som positivt.

Det finnes flere eksempler på at kulturtiltak organiseres etter modell fra næringslivet, i noen tilfeller også med bedrifter representert på eiersiden. Tou Scene AS og Filmkraft Rogaland AS er nyetableringer blant regionens kulturnæringer. De inngår i en kulturpolitisk satsing og er samtidig interessante for næringslivet: Tou Scene som en hjørnestein i omformingen av en bydel, og Filmkraft som et verktøy for å utvikle en filmindustri i regionen.

Det forventes at næringslivet vil føre en strammere økonomisk politikk fremover, og at det kan gi utslag i samarbeidet med kulturlivet. I den situasjonen er det positivt at det er etablert mange gode relasjoner som det kan bygges videre på. Deler av næringslivet ser kultursamarbeid som et samfunnsansvar. Andre legger vekt på at kulturtilbudene fungerer som omdømmebygging og branding, og at det kommer så vel bedriften som lokalsamfunnet til gode. Samtidig peker mange bedriftsledere på bedriftskultur, relasjonsbygging og kundepleie som viktige momenter for kultursamarbeid. Det er kombinasjonen av disse forhold som har skapt et godt grunnlag for å videreutvikle samarbeidet, og særlig vurdere hvordan det kan skapes flere møtesteder og nettverk.

Institusjonskulturen

De store kulturinstitusjonene er motorer for utvikling av de faglige miljøene innen sine respektive uttrykk. Eksempelvis representerer Rogaland Teater og Stavanger Symfoniorkester tunge fag- og internasjonale miljøer ved at de rekrutterer kunstnere fra hele verden. Dette skaper dynamikk, nyskaping og synergi.

Institusjonene skal i utgangspunktet produsere kunst og kultur for hele regionen, og de har derfor særlige utfordringer når det gjelder formidling. De skaper arbeidsmuligheter, og de fungerer som inkubatorer for å tiltrekke kreative mennesker og skape noe nytt. De spiller en viktig rolle regionalt ved å forsyne kulturskoler, kor, korps og andre grupperinger med fagfolk. Det er grunn til å tro at det finnes mange muligheter for å etablere ytterligere samarbeid mellom fagmiljøer rundt institusjonene og enkeltpersoner, grupperinger og næringshager utenfor storbyområdet. I mindre kommuner er organisasjonslivet ofte en stor og kreativ ressurs, og det er mange eksempler på fruktbare samspill med profesjonelle kulturaktører.

Kulturinstitusjonenes driverrolle forsterkes når det finnes utdanningsinstitusjoner med tilbud innen de aktuelle fagene på høyskole- og universitetsnivå. I vår region gjelder det særlig musikk og dans hvor Universitetet i Stavanger har tilbud på bachelor-, master- og doktorgradsnivå innen forskjellige fag. Den internasjonale tiltrekningskraften styrkes, og kompetansen øker, noe som igjen gir ringvirkninger når det gjelder aktivitetsnivå og arbeidsmuligheter. Med Bjergstedutbyggingen vil regionen om få år ha en enestående fysisk infrastruktur for musikk og dans, og det blir en stor utfordring å utnytte denne som hele regionens arena for læring og opplevelser.

Regionen har en særlig utfordring når det gjelder billedkunstnere. Det finnes ikke utdanningstilbud på høyere nivå, og kunstinstitusjonene har knapt med ressurser. Rekrutteringen er svak, og i tillegg preget av at det er vanskelig og dyrt å skaffe seg atelierplass. Situasjonen kjennetegnes av små og fragmenterte miljøer, og aktørene innen dette området uttrykker betydelig frustrasjon over tilgangen på oppdrag og arbeidsmuligheter.

Internasjonalt kulturarbeid

Stavanger-regionen har en høy andel utenlandske innbyggere. I Stavanger er det ca. 17 000 personer fordelt på ca. 150 nasjonaliteter, og det tilsvarer ca. 14 prosent av befolkningen. De utgjør et stort kulturelt mangfold som har betydning på flere måter, også gjennom kunst- og kulturproduksjon.

Gjennom Stavanger2008 er det etablert nye nettverk som det er et mål å utvikle videre. Europakontoret i Brussel er en god samarbeidspartner som kan åpne dører til europeiske aktører. EØS-avtalen er et grunnlag for et bredt europeisk samarbeid og for finansiering av prosjekter. Terskelen for å utnytte det norske programmedlemskapet er likevel høy. Det er derfor en utfordring å styrke kompetansen på dette område, med sikte på at regionen kan få større utbytte av, og øve større innflytelse på, den europeiske kulturarena.



Det nye konserthuset i Bjergsted.



Mål, strategiske grep og tiltak

Foto: Sigbjørn Sigbjørnsen

Overordnet mål

Strategi- og handlingsplanens overordnede mål er nedfelt i den nylig oppdaterte Strategisk næringsplan 2009-2020 for Stavanger-regionen:

Stavanger-regionen skal innen 2020 være en internasjonalt attraktiv og pulserende kultur- og opplevelsesregion.

Det bør også være et mål for regionen å ha en sysselsetting innen kulturnæringene som ligger over landsgjennomsnittet. Deler av velstanden som er skapt i energiregionen bør brukes til å styrke Stavanger-regionen som kulturregion.

I det følgende konkretiseres dette til et sett strategiske grep, tiltak, resultatmål og suksesskriterier.

Strategiske grep og tiltak

Med utgangspunkt i planens innledning og beskrivelse av ståsted, tas det følgende strategiske grep for å utvikle kulturnæringene i Stavanger-regionen:

1. Bygge ut den kulturelle infrastrukturen i form av bedre produksjonsfasiliteter for kunstnere og kulturvirksomheter.
2. Arbeide for å styrke kapitaltilgangen.
3. Tilrettelegge for at flere kunstnere og kulturvirksomheter søker nasjonale og internasjonale partnere og finansiering.
4. Styrke kompetanseutviklingen og bidra til publikumsbyggingen.
5. Styrke etablerte og ta initiativ til etablering av nye fora for kontakt og nettverksbygging mellom kultur- og næringslivsaktører.

På de neste sidene listes en rekke tiltak som konkret viser hva disse strategiske grepene vil innebære.



Det nye konserthuset i Bjergsted.
Arkitekt: Medplan AS Arkitekter.
Modell: Modellfabikken AS.
Foto: Kim Müller.



Forum Jæren på Bryne, det høyeste bygget i Rogaland, vil også romme Time biblioteket og Garborgsenteret.
Asplan Viak/Visco

Strategiske grep	Tiltak
<p>1 Bygge ut den kulturelle infrastrukturen i form av bedre produksjonsfasiliteter for kunstnere og kulturvirksomheter.</p>	<p>1 Utvikle gamle Tou bryggeri i Stavanger som et regionalt og nasjonalt senter for produksjon og formidling av kunst og kultur, med planer for bl.a. atelierhus og regionalt øvingsfellesskap for rytmisk musikk.</p> <p>2 Etablere KinoKino – senter for kunst og film i Sandnes.</p> <p>3 Tilrettelegge øvingsfasiliteter og preproduksjonsscene for samtidsdansmiljøet på Nord-Jæren, herunder videreføre RAS-prosjektet i Sandnes (Regional Arena for Samtidsdans).</p> <p>4 Arbeide for etablering av en næringshage for kunstnere på Sør-Jæren (Time) i tilknytning til tiltak 8.</p> <p>5 Arbeide for etablering av egnede produksjonsfasiliteter/ en næringshage for kunstnere i Ryfylke (Suldal) i tilknytning til tiltak 8.</p> <p>6 Videreutvikle det regionale operasamarbeidet mellom Stavanger, Sandnes, Haugesund, Rogaland fylkeskommune og institusjonene.</p>
<p>2 Arbeide for å styrke kapitaltilgangen.</p>	<p>7 Utrede og søke etablert et regionalt fond for kulturnærings virksomhet. Utredningen må avklare finansieringsbehov, typer finansiering, mulig oppbygging samt organisering og styring av fondet.</p>
<p>3 Tilrettelegge for at flere kunstnere og kulturvirksomheter søker nasjonale og internasjonale partnere og finansiering.</p>	<p>8 Utrede og søke etablert et regionalt informasjons- og kompetansesenter for kulturnæringene som skal gi informasjon, råd og støtte til utforming av søknader til nasjonale og internasjonale kulturprogrammer, i forbindelse med sponsorarbeid, samt til etablering og vedlikehold av møteplasser og nettverk mellom kultur- og næringslivsaktører. Se også tiltakene 4 og 5. Senteret forutsettes å kunne betjene hele regionen.</p>
<p>4 Styrke kompetanseutviklingen og bidra til publikumsbyggingen.</p>	<p>9 Realisere visjonen om Bjergsted musikkpark som et nasjonalt kraftsenter for musikk og kunst, med nytt konserthus av internasjonal standard, ny kulturskole og ny videregående skole i musikk, dans og drama.</p> <p>10 Sikre fremtiden for og styrke bedrifts- utviklingsprogrammene for kunstnere, FRAM Kultur ¹ og Rogaland Kultibator ². Arbeide for å løfte denne satsingen til et nivå som gjør regionen ledende i Norden.</p>

Strategiske grep	Tiltak
	<p>11 Forbedre kulturskoletilbudet i regionen – redusere køene og øke kvaliteten. Et godt kulturskoletilbud gir regionen økt kulturell kapital, et mer kompetent publikum, samt en rekke talenter som kan bidra til ytterligere utvikling av kultur-næringene og andre næringer i framtiden.</p> <p>12 Styrke Den kulturelle skolesekken (DKS). Samme begrunnelse som for tiltak 11. I tillegg kommer at DKS er en betydelig oppdragsgiver for kunstnere og kulturvirksomheter.</p> <p>13 Arbeide for at studietilbudet av estetiske fag i videregående opplæring og på universitets-/høgskolenivå styrkes. Samme begrunnelse som for tiltak 11.</p> <p>14 Utrede ulike former for publikumsbygging, herunder innhente erfaringer fra utlandet. Et enda mer kompetent og nysgjerrig publikum vil styrke etterspørselen etter kulturnæringenes produkter.</p>
<p>5 Styrke etablerte og ta initiativ til etablering av nye fora for kontakt og nettverksbygging mellom kultur- og næringslivsaktører.</p>	<p>15 Følge opp og bygge videre på Stavanger2008 sitt omfattende nettverk av sponsorer og kultursupportere, samt internasjonale kontakter.</p> <p>16 Videreutvikle Kulturbørsen³ Se også tiltak 8.</p>

1. Innovasjon Norge sammen med Rogaland fylkeskommune, Stavanger kommune og Stavanger2008 driver bedriftsutviklingsprogrammet FRAM Kultur som retter seg mot utøvende kunstnere/kreative virksomheter og leverandører til kunstnere/kreative virksomheter som disse kan være avhengig av. Virksomhetene bør ha nasjonale eller internasjonale ambisjoner. Hensikten er å skape større forståelse for egen virksomhet og utvikle denne både økonomisk og kunstnerisk.

2. Som en forlengelse og påbygging av FRAM Kultur-programmet ble det i 2007 også etablert en egen inkubatorvirksomhet for kulturbaserte virksomheter. Kultibatoren er forankret i Regionalt UtviklingsProgram (RUP) for Rogaland (Rogaland fylkeskommune), og i tillegg finansiert av Sparebank1 SR-Bank og Stavanger kommune.

3. Årlig konferanse- og møtested for kultur- og næringslivsaktører. Initiert og organisert av Næringsforeningen i Stavanger-regionen.

I tillegg til tiltakene i tabellen, vil det kontinuerlig komme fram forslag og gode ideer til tiltak som må forutsettes vurdert og løst av den enkelte kommune, eventuelt av flere nabokommuner i fellesskap.



Oskar Korsunovas Theatre Company



Oskar Korsunovas Theatre Company



Foto: Elazar Harel

Oppfølging og finansiering

Hvordan skal tiltakene følges opp og finansieres? I det følgende gis en kortfattet oppstilling der hensikten er å peke på hvem som har ansvar for oppfølging og konkretisering av prosjektene, samt hvem som besørger/foreslås å besørge finansieringen. Det presiseres i denne sammenheng at når det eksempelvis under tiltak 1 står at "Stavanger kommune besørger finansieringen", så betyr det at dette er kommunens prosjekt, og at det således vil være opp til dem å invitere andre med og/eller framskaffe ekstern delfinansiering.

Tiltak 1 Utvikle gamle Tou bryggeri i Stavanger som et regionalt og nasjonalt senter for produksjon og formidling av kunst og kultur, med planer for bl.a. atelierhus og regionalt øvingsfellesskap for rytmisk musikk

Stavanger kommune har vedtatt å kjøpe gamle Tou bryggeri og utvikle eiendommen til "kulturfabrikk" og scene. Bygningsmassen gir muligheter for etablering av så vel atelierhus som regionalt øvingsfellesskap for rytmisk musikk pluss andre produksjons- og formidlingsfasiliteter. Prosjektet utvikles f.o.m. 2009 og det legges opp til en etappevis rehabilitering. Stavanger kommune besørger finansieringen.

Tiltak 2 Etablere KinoKino – senter for kunst og film i Sandnes

Lokalene er under ombygging, åpning er planlagt til 09.09.09 Sandnes kommune besørger finansieringen.

Tiltak 3 Tilrettelegge øvingsfasiliteter og preproduksjonsscene for samtidsdansmiljøet på Nord-Jæren, herunder videreføre RAS-prosjektet i Sandnes (Regional Arena for Samtidsdans)

Sandnes kommune arbeider med videreføring av RAS-prosjektet, og besørger finansiering av dette. Eventuelt supplerende prosjekter på Nord-Jæren må utredes og besørges finansiert av en eller flere av kommunene.

Tiltak 4 Arbeide for etablering av en næringshage for kunstnere på Sør-Jæren (Time)

Tiltaket initieres, utredes og besørges finansiert av en eller flere kommuner på Sør-Jæren. Forprosjekt er delfinansiert med RUP-midler, se under om tiltak 8.

Tiltak 5 Arbeide for etablering av egnede produksjonsfasiliteter/en næringshage for kunstnere i Ryfylke (Suldal)

Tiltaket initieres, utredes og besørges finansiert av en eller flere kommuner i Ryfylke. Forprosjekt er delfinansiert med RUP-midler, se under om tiltak 8.

Tiltak 6 Videreutvikle det regionale operasamarbeidet mellom Stavanger, Sandnes, Haugesund, Rogaland fylkeskommune og institusjonene

Utredning med forslag om etablering av regionalt operaselskap er vedtatt politisk. Oppfølging i form av videre utredning, selskapsetablering og nødvendig finansiering besørges av nevnte kommuner i fellesskap.

Tiltak 7 Utrede og søke etablert et regionalt fond for kulturnæringsvirksomhet

Forprosjekt (utredningen) gjennomføres i regi av Stavanger-regionen Næringsutvikling AS i 2009. Eventuelt forslag om etablering av et regionalt fond, omfattende alle/flere av kommunene i Stavanger-regionen, oversendes kommunene til behandling. Forslaget må inneholde en finansieringsplan som angir den enkelte kommunes bidrag.

Tiltak 8 Utrede og søke etablert et regionalt informasjons- og kompetansesenter for kulturnæringene

Forprosjekt (utredningen) gjennomføres i regi av Stavanger-regionen Næringsutvikling AS i 2009. Deretter iverksettes et forsøksprosjekt. Prosjektet er finansiert med RUP-midler og over KRO-prosjektet¹, samt med egeninnsats fra involverte kommuner. Eventuelt forslag om permanent etablering av et regionalt informasjons- og kompetansesenter, omfattende alle/flere av kommunene i Stavanger-regionen, oversendes kommunene til behandling. Forslaget må inneholde en finansieringsplan som angir den enkelte kommunes bidrag.

Tiltak 9 Realisere visjonen om Bjergsted musikkpark som et nasjonalt kraftsenter for musikk og kunst, med nytt konserthus av internasjonal standard, ny kulturskole og ny videregående skole i musikk, dans og drama

Byggeprosjektet er finansiert og utbyggingen i gang. Ny kulturskole og videregående skole forventes ferdig til skolestart 2011, nytt konserthus våren 2012. I prosessen fram mot åpning har realisering av innholdet i Bjergstedvisjonen prioritet for eierne Stavanger kommune og Rogaland fylkeskommune (se omtale i kapittel 2).

Tiltak 10 Sikre framtiden for og styrke bedriftsutviklingsprogrammene for kunstnere, FRAM Kultur og Rogaland Kultibator

Stavanger-regionen Næringsutvikling AS vurderer behov og framtidig satsing i samarbeid med Innovasjon Norge, Rogaland fylkeskommune m.fl. i 2009. Eventuelt forslag til utviding/videreføring/permanente ordninger som krever finansiering utover dagens, oversendes alle/flere av kommunene i regionen til behandling.

Tiltak 11

Forbedre kulturskoletilbudet i regionen – redusere køene og øke kvaliteten

Tiltaket må vurderes og besørges finansiert av den enkelte kommune i regionen.

Tiltak 12 Styrke Den kulturelle skolesekken

Tiltaket må vurderes og besørges finansiert av den enkelte kommune i regionen, samt fylkeskommunen.

Tiltak 13 Arbeide for at studietilbudet av estetiske fag i videregående opplæring og på universitets-/høgskolenivå styrkes

Tiltaket initieres av Stavanger-regionen Næringsutvikling AS. Ulike former for oppfølging/ påvirkning i forhold til skoleeierne, henholdsvis fylkeskommunen og staten, må vurderes.



Foto: Sigbjørn Sigbjørnsen



Foto: Sigbjørn Sigbjørnsen



Foto: Sigbjørn Sigbjørnsen

¹KRO-prosjektet – utvikling av Kultur-, Reiseliv- og Opplevelsesnæringene som byutviklingsstrategi – er et felles storbyprosjekt for kommunene Trondheim, Kristiansand og Stavanger.

Tiltak 14 Utrede ulike former for publikumsbygging

Tiltaket må vurderes og besørges finansiert av den enkelte kommune i regionen eller flere kommuner i lag.

Tiltak 15 Følge opp og bygge videre på Stavanger2008 sitt omfattende nettverk av sponsorer og kultursupportere, samt internasjonale kontakter

Tiltaket følges opp av Stavanger kommune i dialog og samarbeid med Stavanger2008-partnerne Sandnes kommune og Rogaland fylkeskommune.

Tiltak 16 Videreutvikle Kulturbørsen

Tiltaket er et årlig arrangement i regi av Næringsforeningen i Stavanger-regionen, og følges opp av dem. Dette er en "børs" som fungerer som et møtested og en markeds plass for kunstnere, kulturarbeidere og næringslivet for øvrig. En av Kulturbørsens viktigste funksjoner er å fungere som ramme for dialog, nettverksbygging og samarbeidsavtaler mellom aktører innen kultur og næring. Børsen er i tillegg en arena for å hente og dele ny kunnskap om det store verdiskapingspotensialet som ligger i opplevelsesøkonomien generelt og i samspillet mellom kultur og næring spesielt. Kulturbørsen bør videreutvikles som markeds plass og arena for kompetansedeling i årene som kommer.



Foto: Kjetil Alsvik

Resultatmål og suksesskriterier

Skal strategi- og handlingsplanen kunne kalles en suksess ved utløpet av planperioden i 2013, må et flertall av tiltakene foran være iverksatt. Dessuten må konkrete resultater kunne "avleses" av tilgjengelig statistikk og systematisk informasjonshenting:

- Er antall sysselsatte i kulturnæringene i regionen økt og i 2013 kommet over landsgjennomsnittet?

Vurderingsgrunnlag: Ved planens oppstart viser tilgjengelig statistikk at kulturnæringene sysselsetter 6.400 personer i Rogaland, tilsvarende 2,9 prosent av den samlede sysselsettingen i fylket, mot 3,9 prosent på landsbasis¹.

- Er verdiskapingen økt?

Vurderingsgrunnlag: Ved planens oppstart viser tilgjengelig statistikk en årlig omsetning på 4,7 milliarder kroner i Rogaland, tilsvarende cirka 800.000 kroner per sysselsatt.

- Er det flere som søker – og flere som får – støtte fra nasjonale og internasjonale kulturprogrammer? Og er det inngått nye/flere partnerskap med internasjonale kulturaktører?

Vurderingsgrunnlag: Tilgjengelig statistikk viser at det i perioden 2001-2007 i snitt ble sendt 206 søknader per år til Norsk kulturråd fra kunstnere og kulturvirksomheter i Rogaland. Dette resulterte i 86 tildelinger per år i snitt. Tilsvarende tall for Hordaland er 591 og 238.

Fond for utøvende kunstnere (FFUK) delte i 2008 ut 39,2 millioner kroner i stipender. Av dette gikk kroner 468.000 til Rogaland, tilsvarende 1,2 prosent.

Tall fra Nordisk kulturfond viser at det i femårsperioden 2004-2008 i snitt ble sendt 6 søknader per år fra Rogaland. Dette resulterte i 1 tildeling per år i snitt. Tilsvarende tall for Hordaland er 15 og 4.

¹Sysselsettingsstatistikken er fylkesfordelt.

En oversikt over den norske deltakelsen i EUs kulturprogram for perioden 2000-2006 viser at Rogaland deltok med 2 prosjekter, mens Hordaland til sammenligning hadde over 20. Ved planens oppstart er det i gang 1 prosjekt i Rogaland med støtte fra EUs kulturprogram.¹ I tillegg deltar tre kulturinstitusjoner-/organisasjoner i europeiske nettverk med EU-støtte.

Tilsvarende – og mer utfyllende – statistiske data ved planperiodens utløp suppleres med innhentede opplysninger fra kulturlivet om internasjonalt samarbeid og partnerskapsavtaler.

- Har bedriftsutviklingsprogrammene hjulpet flere til å stå trygt på egne bein, til å utvikle egen virksomhet, til å øke omsetningen og trygge arbeidsplasser?
Vurderingsgrunnlag: Ved planens oppstart er det gjennomført fire FRAM Kultur-kurs, hvert med 10 deltakere, og det er 17 deltakere i Rogaland Kultibators virksomhet. Tilsvarende statistiske data ved planperiodens utløp suppleres med innhentet informasjon om og vurdering av utviklingen for deltakerne (bedriftsetableringer, markedsutvikling, internasjonalisering mv.), samt en sammenligning av denne typen virksomhet i Stavanger-regionen med tilsvarende andre steder.
- Har opptakene til kulturskolene økt; har køene minket?
Vurderingsgrunnlag: Det var i 2008 7.850 elever i Stavanger-regionens kommunale kulturskoler. 1.820 stod i ventekø.
- Er studietilbudet innen estetiske fag i videregående opplæring og på universitets-/høgskolenivå styrket?
Vurderingsgrunnlag: Det faktiske studietilbudet skole-/studieåret 2013-2014 sett i forhold til tilsvarende for skole-/studieåret 2009-2010. Supplert med vurderinger fra skole-, kultur- og næringslivshold.
- Ser en synlige resultat av publikumsbyggingen?
Vurderingsgrunnlag: Er publikumsoppslutningen om kulturtilbudet i regionen høyere ved planperiodens utløp enn ved oppstarten (basert på tilgjengelig statistikk)? Og i hvilken grad kan dette tilskrives publikumsbyggende tiltak i perioden?
- Er Kulturbørsen blitt nettopp dét – en børs som omsetter gode ideer til levedyktig kulturnæringsvirksomhet?
Vurderingsgrunnlag: Beskrivelse av de første forsøkene i 2007 og 2008 satt opp mot tilsvarende ved planperiodens utløp. Supplert med vurderinger fra kultur- og næringslivshold.

Det skal ikke underslås at det vil være en stor utfordring faglig-metodisk å kunne svare enkelt på denne typen spørsmål. Og som nevnt innledningsvis (kapittel 1) er tidshorisonten for planarbeidet mer langsiktig (enn planperioden) – og strekker seg fram mot 2020, jf. den strategiske næringsplanen. Effektene av mange av de tiltak som settes inn i planperioden vil først for alvor kunne "avleses" på lengre sikt. Likevel bør det være mulig å sørge for informasjonsinnhenting underveis, samt ta i bruk tilgjengelig statistikk, og med dette som utgangspunkt analysere situasjonen ved planperiodens utløp sett i forhold til ved oppstart. Det er i denne sammenheng gledelig at den relativt nylig framlagte innovasjonsmeldingen innevarsler "årlig statistikk og analyse av kulturnæringenes betydning i norsk økonomi" (St.meld. nr 7 (2008-2009), Et skapende og bærekraftig Norge, kapittel 5.1.9).



Foto: Emile Ashley

¹ Det presiseres at statistikken er avgrenset til antall prosjekter ledet av kulturinstitusjoner/-organisasjoner i det enkelte fylke.



Planprosess, eierskap og oppfølging

Foto: Einar Sira

Planprosess og politisk behandling

Planprosessen med milepæler:

2007: Planlegging av arbeidet

JAN 08: Oppstart og mobiliseringsseminar

SEP 08: Tre distriktsvise arbeidsseminar med lokalt kultur- og næringsliv

NOV 08: Supplerende møter med kulturinstitusjoner og kompetansemiljøer

APRIL 09: Planutkast klart

APRIL-SEP 09: Politisk behandling i kommunene

HØSTEN 2009: Ressurser til gjennomføring av strategi- og handlingsplanens tiltak vurderes innbakt i kommunenes økonomiplaner for 2010-2013

2010-2013: Planens virkeperiode.

Eierskap, igangsetting og gjennomføring

Dette er en plan for kommunene i Stavanger-regionen sin innsats for å utvikle og styrke kulturnæringene. Ansvar for å igangsette, følge opp og gjennomføre planens tiltak ligger således hos kommunene. Men kommunene står fritt til å velge hvem som skal utføre arbeidet på oppdrag fra kommunene. Når det gjelder tiltak på tvers av kommunegrensene, vil en nærliggende aktør i mange sammenhenger være regionens næringsutviklingselskap, Stavanger-regionen Næringsutvikling AS. Generelt må det bestrebes – og det vil være en forutsetning for å lykkes – at det etableres brede samarbeidskonstellasjoner i gjennomføringsfasen.

Statusrapportering og rullering

Det legges opp til en årlig rapportering av status i forhold til gjennomføring av planens tiltak. Videre tas det sikte på en grundigere evaluering og rullering av strategi- og handlingsplanen mot slutten av planperioden.

Vedlegg

1. Kultursprang eller kulturskvis – to scenariske skisser
2. Virkemiddelapparatet
3. Oversikt over dokumenter som er brukt som underlagsmateriale for strategi- og handlingsplanen



Foto: Kjetil Alsvik

Kultursprang eller kulturskvis – to scenariske skisser

Som beslutningstakere må vi ofte gjøre valg og foreta handlinger i dag som det kan knytte seg stor usikkerhet til utfallet av i en nær eller fjern framtid. Det kan da være nyttig å utvikle alternative framtidsskisser for å få et tydeligere inntrykk av hva denne usikkerheten kan dreie seg om, og i hvilke retninger ulike handlinger – og fravær av handling – kan gå. På denne måten kan scenarier hjelpe oss å legge strategier for å komme dit vi vil – eller for å unngå å komme dit vi ikke vil. Scenariotenkning representerer på den måten en kritisk gjennomgang av de forventningene vi har til framtiden.

I arbeidet med plan for kulturnæringene har Ole Berrefjord fra konsulentfirmaet Berrefjord og Thomassen skissert to ulike framtidsskisser for kulturlivet noen år etter storsatsingen i 2008. Bildene kan sies å representere ytterpunktene regionen navigerer innenfor. Utfordringen ligger i å bestemme hvilke strategier og tiltak vi bør legge opp til dersom det er Kultursprang-skissen som tiltaler oss mest. Eller vi kan ta utgangspunkt i den andre skissen og spørre hva vi bør gjøre for å unngå å havne i Kulturskvisen.

Kulturspranget – vi går noen år fram, og ser oss tilbake:

Etter avslutningen av Kulturbyåret 2008 var det bred enighet i regionen om at de positive elementene måtte videreføres. Som Stavanger Aftenblad skrev som kommentar til avslutningsseremonien: "Kulturhovudstadsåret har oppdatert bildet av Stavanger, fra rik oljehovudstad til ambisiøs kulturby." Kommuner og fylkeskommune iverksatte tiltak som trakk i samme retning, og som sikret at 2008 ikke endte som et éngangsstunt. Den brede mobiliseringen i Kulturbyåret hadde dermed skapt en kulturbølge i hele regionen, der byene og landkommunene spilte på lag. Etableringen av et etterbruksfond lettet videreføringen betydelig.

En nøkkelfaktor for å holde et høyt kvalitetsnivå også i internasjonal målestokk, var Bjergsted-satsingen. Det nye konserthuset gjorde Stavanger til en attraktiv scene for nasjonale og internasjonale artister og ensembler, og sponsorstøtte fra bedrifter i regionen gjorde det mulig å engasjere også de ypperste verdensstjernene. I tillegg til å gi befolkningen i regionen tilgang til store konsertopplevelser, ga dette de regionale artistene et kvalitetsløft som medførte at også de utviklet seg ytterligere, og flere enn tidligere til nasjonale og internasjonale karrierer. Dette ble ikke minst lagt til rette for gjennom samlokaliseringen av konserthuset, kulturskolen, den videregående skolen og universitetsutdanningen.

Funksjonsfordelingen mellom Sandnes og Stavanger fungerte, konserthusscenen i Sandnes var i stand til å sette opp de operastykkene som konserthuset i Stavanger ikke var bygd for.

Filmmiljøet greide, med organisasjoner som Filmkraft og andre som gode støttespillere, å videreføre suksessen fra de første spillefilmene. I tillegg til utgivelse av nye spillefilmer overtok de lokale filmselskapene stadig mer av dokumentarfilmene fra regionen. Gjennom Stavanger-miljøets produksjoner fikk både nasjonale og internasjonale filmselskap øynene opp for Rogaland som location.

I kraft av å kunne tilby spektakulære opptaksmuligheter fra både kystmiljø og fjellformasjoner innenfor korte avstander, med muligheter til å benytte lokale produksjonskrefter av høy kvalitet, ble regionen stadig oftere brukt av filmskapere også utenfor landsdelen.

Gjennom utvidelse av tilbudet til forfulgte forfattere markerte Stavanger-regionen seg som en Open Port også hva det skrevne ord angår, mens Garborg-senteret spilte en sentral rolle i markeringen av regionen som et litterært kraftfelt. Utvikling av små og kreative digitalforlag som ledet an i den internasjonale forleggerrevolusjonen startet gjennom etableringen av Greenbook, landets første digitale forlag som ble etablert av Universitetet i Stavanger og andre lokale krefter våren 2008.

Oppstarten av Måltidets Hus i 2009, og effekten av at matnæringen i Rogaland fikk status som Norwegian Center of Expertise innen Culinology i 2007, knyttet sammen mange sentrale aktører innen næringsliv, forskning og utvikling. Like viktig var koblingen mellom kokkekunsteliten på den ene siden, og dyktige matprodusenter i Ryfylke og på Jæren på den andre siden. Regionen tok dermed teten i profesjonaliseringen av mat som smaks- og kulturopplevelse.

Den alminnelige oppblomstringen av kulturinteresse i befolkningen skapte grunnlag for en kraftig satsing på de kommunale kulturskolene. Dette skjedde ut fra en forståelse av at i tillegg til å skolere framtidige kulturarbeidere, er det ikke minst viktig å stimulere etterspørselssiden. Man forventet at økt kunnskap om kunst og kultur vil føre til økt etterspørsel av kultur.

Satsingen på kulturtiltak som Vitenfabrikken fikk positive effekter også for andre bransjer. Stimulansen som barna i regionen dermed fikk for matematikk og fysikk, førte til en økt rekruttering til disse fagene. Effekten var først synlig på de videregående skolene, deretter i form av økt søkning til ingeniør- og andre realfag fra ungdom fra vår region.

De positive erfaringene fra Kulturbyåret med bruk av utendørsscener ble videreført. Større og mindre oppsetninger ble gjennomført i ulike deler av fylket, der menneskenes kulturelle uttrykk smeltet sammen med Rogalandsnaturen, med unike opplevelser for publikum som resultat. Steinbrudd, strender og veiskjæringer – ingenting var lenger fremmed som kulturarenaer.

Etableringen av et kompetansesenter for kulturnæringene gjorde det vesentlig lettere for de minste kulturbedriftene å få hjelp til å orientere seg om nasjonale og internasjonale tilskuddsordninger, til søknadsskriving, til profilering og markedsføring osv. Samarbeidet mellom kompetansesenteret og Kultibatoren fungerte godt, og de to virksomhetene utfylte hverandre.

De private investormiljøene meldte seg på. Det skjedde dels ut fra åpenbare profittmotiv i et voksende marked, men også ut fra en stadig mer ekte sammensmelting mellom kunstmiljøene, kulturbedriftene og det øvrige næringslivet.

Kulturskvisen – vi går noen år fram, og ser oss tilbake:

Kulturbyåret endte i utmattelse. Uenighet i regionen om videreføringsverdien, koblet med økonomiske nedgangstider, gjorde at dette ble en engangsaffære. Noen stilte diagnosen og kalte den kollektiv utbrenthet.

Det ble stadig vanskeligere å finne finansiering til kulturformål, og dermed økte kravene til egeninntjening. Ett av resultatene ble at kulturinstitusjonene valgte å satse på de aller sikreste publikumsmagnetene. Å utfordre publikum ble for risikofyllt, både når det gjaldt sceneopptrendener og bildende kunst.

Kulturbedriftene slet med lønnsevnen. Å etablere seg som næringsdrivende kunstutøver virket svært usikkert, og lite fristende for de unge. Den nye arbeidskraften tok i sjansen og valgte å slå inn på andre karriereveier. Det blir stadig færre kunstnere på heltid i regionen. De fødte kunstnertalentene, og de er det jo alltid noen av, søkte seg raskt ut og kom sjelden tilbake.

Den internasjonale opplevelsesindustrien dyttet ut de regionale kulturkreftene og støvsugde markedet med sine omreisende trailertog og supershow i stadiongryta på Jåttå. Det som ble til overs av den lokale kapitalen innrettet mot opplevelsesarrangementer, fant for store deler veien til de store underholdningsfestivalene med større eller mindre grad av kulturorientering.

På denne måten ble det heller ikke så interessant for yngre kulturutøvere å utvikle talentet sitt i Stavanger-regionen, og de beste søkte ut når anledningen bød seg. De nest beste fikk knapt sjansen.

Mangelen på nye impulser medførte at de kulturnæringene som hadde begynt å blomstre mistet både fotfeste og rekruttering. De største talentene i filmmiljøet dro sin vei, de som ble igjen hadde ikke sterk nok kraft til å opprettholde virksomheten.

Regionen maktet ikke å få en løsning på kommunikasjonsutfordringene for Ryfylke, og for innbyggerne i denne delen av regionen var det like vanskelig som tidligere å få med seg aktivitetene ved storbykjernens kulturinstitusjoner.

Virkemiddelapparatet

Stavanger kommune

Forvaltning av tilskuddsordninger, koordinering og nettverk, plan og utredning, bred kontakt med kulturlivet og de nye kulturnæringene. Har etablert eget dialogforum, Kulturdialog, en temaorientert møteplass med deltakelse fra kulturnæringene, det offentlige og andre.

De øvrige kommunene

Også Sandnes kommune har egen kulturavdeling og egen næringssjef med samme type funksjoner som i Stavanger. De øvrige kommunene har også i prinsippet samme type funksjoner, men er ulikt organisert og mange steder inngår kultur og næring i en avdelinger med en bredere funksjonsflate.

Interkommunalt kulturråd

Politisk sammensatt med representanter fra kulturstyrene i Stavanger, Sandnes, Sola og Randaberg. Et forum for gjensidig informasjon og koordinering, har tatt initiativ til arbeidet med en regional handlingsplan for kultur og næring.

Stavanger2008

Oppfølging av kulturhovedstaden er etablert som eget prosjekt i kommunalavdeling for kultur og byutvikling. Utvikling og koordinering av samarbeid og nettverk med særlig fokus på å utnytte europeiske nettverk.

Rogaland fylkeskommune, kulturavdelingen

Plan og utredning, forvaltning av tilskuddsordninger. Særlig ansvar for kulturvern. Nettverkbygger mellom kommunene gjennom tilrettelegging av felles møter og konferanser og annen faglig utveksling.

Rogaland fylkeskommune, næringsavdelingen

Forvaltning av RUP-midler, har etablert møteforum som kalles Verdiskapingsforum med deltakelse fra kulturnæringene, det offentlige og universitetsmiljøet. Engasjert i etablererutvikling (f.eks. SKAPE) og i matsatsingen og reiselivet spesielt. INTERREG-prosjekter.

Stavanger-regionen Næringsutvikling

Innovasjonspark, tidligere Rogaland Kunnskapspark. En del av kompetansemiljøet i universitetsområdet med universitetet og IRIS (International Research Institute of Stavanger) som nære samarbeidspartnere. Leverer utviklingskraft til innovative bedrifter i tidlig vekstfase, til entreprenørskap og verdiskaping med utgangspunkt i gode ideer, forskningsprodukter, avanserte produkter og tjenester.

Ipark

Innovasjonspark, tidligere Rogaland Kunnskapspark. En del av kompetansemiljøet i universitetsområdet med universitetet og IRIS (International Research Institute of Stavanger) som nære samarbeidspartnere. Leverer utviklingskraft til innovative bedrifter i tidlig vekstfase, til entreprenørskap og verdiskaping med utgangspunkt i gode ideer, forskningsprodukter, avanserte produkter og tjenester.

Inkubator er Ipark's avdeling for etablering av nye bedrifter. Leverer kunnskap, nettverk, lokaler, kontortjenester til nye bedrifter med innovative ideer. Arbeider for å få frem og realisere nye forretningsideer. Har ca. 40 bedrifter samlokalisert i Ipark's bygg på Ullandhaug (universitetsområdet).

Kultibator er Ipark's avdeling for etablering av nye kulturbedrifter og videre utvikling av eksisterende kulturbedrifter. Samme funksjon som Inkubatoren, men rettet mot kulturnæringer og kulturbaserte næringer. Har 15 bedrifter i Kultibatoren, desentralt lokalisert. En fortsettelse av Fram Kultur opplegget for innføring og skolering av kulturaktører til å omsette kultur til forretningsideer.

Innovasjon Norge

Kontor for Rogaland lokalisert i Stavanger. Tilbyr tjenester innenfor finansiering, kompetanse, rådgivning, nettverk og eksponering. Økonomisk bistand til bl.a. noen prosjekter rettet mot utvikling av kultur- og næringssamarbeid.

FRAM Kultur

Aktivitetssområde som hører til Innovasjon Norge. Bedriftsutviklingsprogram rettet mot kunstnere og andre aktører innen kulturnæringene og kulturbaserte næringer. I Stavanger har FRAM Kultur nært samspill med Kultibator.

Skape

Etablerersenter. Utviklingsprosjekt over 3 år som bl.a. Rogaland fylkeskommune, SrN og NAV står bak. Planlegges nå videreført som et permanent tiltak. Tilbyr kurs for alle typer etablerere, fra grunn- og introduksjonskurs til oppfølgende og mer individuell veiledning, foredrag og seminarvirksomhet.

Videresender aktører til FRAM Kultur som igjen videresender til Kultibator.

Jæren Produktutvikling

Kommunene Sandnes, Hå, Klepp, Gjesdal og Time står bak Jæren Produktutvikling som er en interkommunal stiftelse. JP tar imot produktideer / oppfinnelser for videre utvikling til produksjon og salg. Det innebærer at JP kan gi hjelp og rådgivning til å etablere nytt firma, og til allerede eksisterende firma.

IRIS

International Research Institute Stavanger er et ledende forskningssenter i Norge. Lokalisert i universitetsområdet sammen med bl.a. Ipark, SrN, UiS. Viktig aktør i utviklingen av kunnskap på de fleste samfunnsområder, med engasjementer innen aktuelle prosjekter som for eksempel kreative næringer, evaluering av kulturhovedstaden.

Senter for innovasjonsforskning

Nyetablert senter som utgår fra IRIS. Har flere prosjekter i gang som berører kulturnæringene.

UiS

Universitetet i Stavanger har mastergradsstudier i ulike kulturfag. Omfatter også Hotellhøgskolen som representerer spisskompetanse innen bl.a. kokke- og servitøruddanning. Institutt for musikk og dans er lokalisert i sentrum og er en viktig brikke i Bjergstedutbyggingen.

VRI Rogaland

Forskningsrådets satsing på utvikling av virkemidler for regional innovasjon. Fokuserer særlig på å styrke klyngeutviklingen innen petroleum/energi, mat og maritime næringer, og har som mål å kunne satse innen kulturnæringene fra 2009.

Næringsforeningen i Stavanger-regionen

3450 medlemmer hvorav 1500 bedrifter som hovedsakelig er fra Stavanger, Sandnes, Sola og Randaberg. Mange kulturinstitusjoner /-aktører i medlemsmassen. Tilbyr nettverk, seminarer og en omfattende foredragsrekke. Har etablert 18 ressursgrupper med forskjellige temaer. Viktig møteplass for utvikling av nettverk og samarbeid kultur / næring. Har etablert Kulturbørsen som eget prosjekt.

Urban Sjøfront

Byomformingsselskap for østre bydel som er dannet av Stavanger kommune og næringsaktører i fellesskap. Sentral rolle i all slags planarbeid i bydelen. En av de viktigste drivkrefter for etableringen av Tou Scene AS.

Filmkraft Rogaland AS

Selskap som ble dannet i 2005 av Rogaland fylkeskommune og kommunene Stavanger, Haugesund og Randaberg. Målet er å styrke og utvikle filmbransjen i Rogaland. Tilbyr veiledning, kurs, nettverk. Forvalter midler til utvikling og produksjon av film, TV-produksjoner og spill i Rogaland.

STAR - Stavanger Rock

Interesse- og samarbeidsorganisasjon for det rytmiske musikkmiljøet i Stavanger-regionen. Organisert som forening, gratis medlemskap. Driver informasjon og veiledning om bransjeaktører, støtteordninger, kompetansehevende tilbud, herunder bl.a. praktisk hjelp til å skrive søknader. Prosjektutvikling og gjennomføring.

Reiseliv:

Region Stavanger BA

Reiselivsselskap som omfatter til sammen 8 kommuner, bl.a. Stavanger og Sandnes. Fokus på ferie- og fritidsreiser, og på forretnings- og konferanseaktiviteter. Fokus også på å utvikle kulturbasert reiseliv. Har som mål å styrke samarbeidet mellom kommuner om reiselivssatsingen.

Reisemål Ryfylke

Reiselivsselskap som har som formål å utvikle reiselivet i Ryfylke kommunene spesielt. Lokalisert i Hjelmeland kommune.

Lysefjorden Utvikling

Nytt utviklingselskap med base i Forsand. Målet er å utvikle turismen knyttet til Forsand og Lysefjorden hvor Prekestolen er en særlig merkevare.

Stavanger Turistforening

Viktig aktør i tilrettelegging av turer og andre tilbud for både fastboende og turister. Viktig i utviklingen av naturbasert turisme, mange lokallag og høy aktivitet.

Mat:

Fylkeslandbrukssjefen

Informasjon og veiledning, prosjektdeltakelse, forvaltning av tilskuddsordninger til landbruk og matproduksjonsaktører. Initiativtaker til AgroVisjon, konferanse og utstilling som presenterer matfylket Rogaland, foreløpig avholdt i 2005 og 2007.

Fagforum for mat og drikke

Nettverksorganisasjon for bedrifter og institusjoner innen matsektoren i Rogaland. Tilbyr kompetanse og veiledning knyttet til prosjektutvikling, prosjektledelse og prosjektgjennomføring.

NCE - Culinology

Regionen har i 2008 blitt tildelt posisjon som Norwegian Centre of Expertise for utviklingen av det matindustrielle miljøet. Det er et 10-årig program, hvor målet er å styrke og utvikle samarbeidet mellom nettverksorganisasjoner, FoU virksomhet, private og offentlige aktører innen matsatsingen.

Gastronomisk Institutt

Kokkefaglig kompetansesenter. Viktige innsatsområder er utvikling av produkt og konsept, promotjon og inspirasjon. Viktig aktør i utviklingen av opplæring og videreutdanning innen måltidsfag.

Gladmat

Matfestival som finner sted årlig i Stavanger sentrum. Tilbyr også kompetanse knyttet til utviklingsprosjekter innen matsektoren. Matkurs og arrangementer fordelt over hele året.

Måltidets Hus

Nytt bygg hvor mataktørene nevnt ovenfor skal samlokaliseres i løpet av våren 2009, sammen med store private aktører som for eksempel Tines forsknings- og utviklingsprogram, og andre mindre nettverksorganisasjoner innen matsatsingen. Ligger på universitetsområdet sammen med Ipark, IRIS m.fl.

Vurdering av virkemiddelapparatet i forhold til kulturnæringene

Energi og mat er de viktigste næringene i Stavanger-regionen. De har prioritering i strategiske planer og det er innen disse områdene det finnes best tilrettelegging for kompetanseutvikling og innovasjon.

Av disse har matsatsingen størst relevans i forhold til kulturnæringene. Det har vært en betydelig utvikling av denne næringsklyngen de siste årene, noe som kommer til uttrykk gjennom summen av aktører nevnt ovenfor. De har et godt nettverk rettet mot det offentlige, og de inngår i universitets- og forskningsmiljøet. De har også sterke private aktører som aktive medspillere, noe som medfører en nasjonal og internasjonal kontaktflate.

Det har vært en økende erkjennelse av at det generelle virkemiddelapparatet for innovasjon ikke nødvendigvis fungerer for kulturnæringene. For disse er det signalisert særlig to forhold som spesielle utfordringer. Det gjelder mangel på forretningskompetanse: tilstrekkelig kunnskap til å planlegge og etablere sin virksomhet med det formål å kunne leve av den. Dernest gjelder det finansiering: kulturnæringene er generelt små bedrifter med lav inntjening og lang oppstartsperiode, og mange sliter med å få finansiering på plass for å komme i gang.

Det er bakgrunnen for utviklingen av Kultibator som en del av Ipark's inkubatorvirksomhet, rettet spesielt mot kulturnæringene. Kultibator tilbyr forretningskompetanse. Det er en forlengelse av kursing innen FRAM Kultur, og gir både opplæring og personlig veiledning og oppfølging til de som tas inn. Gjennom arbeidet med enkeltpersoner / bedrifter har Kultibator muligheten for å se hvordan hele verdikjeder fungerer. Dette fører igjen til identifisering av svake og manglende ledd, og hjelper til å utvikle en kvalifisert oppfatning av hvilke tiltak som kan settes inn.

Forankringen i Ipark gjør det også mulig å bidra aktivt til finansiering og etablering av nye selskaper. Management selskapet Great Moments er et eksempel på dette.

Kommunene er sentrale som støttespillere både når det gjelder finansiering og for å oppnå kredibilitet i virkemiddelapparatet for øvrig og for å utløse støtte fra regionalt og sentralt hold. Videre blir de ofte viktige for hvordan næringslivet stiller seg.

Det er etablert flere nettverk de siste årene. De utgjør ikke noe innovasjonssystem i seg selv, men de fungerer som møteplasser, leverandører av ideer og i noen tilfelle igangsettere av prosjekter. Et eksempel er Næringsforeningen i Stavanger-regionen som har en egen ressursgruppe for kultur og næring som igjen står ansvarlig for Kulturbørsen.

Oversikt over dokumenter som er brukt som underlagsmateriale for strategi- og handlingsplanen

St.meld. nr 22 (2004-2005), Kultur og næring. Kultur- og kirke departementet, 2005.

Den statlige handlingsplanen Kultur og næring. Nærings- og handelsdepartementet, Kommunal- og regionaldepartementet og Kultur- og kirke departementet, 2007.

Kulturnæringene i Norge – muligheter og utfordringer. En oppdatering av kartleggingen fra 2004. Haraldsen, Hagen og Alnes. Rapport 12/2008. Østlandsforskning.

Strategisk næringsplan 2009-2020 for Stavanger-regionen. Stavanger-regionen Næringsutvikling AS, 2008.

Konjunkturbarometeret for Rogaland, høsten 2007 (tema: kulturnæringene i Rogaland). NAV, SpareBank1 SR-Bank, NHO Rogaland, Rogaland fylkeskommune, Stavanger-regionen Næringsutvikling AS, Innovasjon Norge og LO.

Kreative næringer i Rogaland. Jøsendal, Berg, Westnes og Claussen. Rapport 2004/169, Rogalandsforskning.

Verdiskapningsevnen i norske storbyregioner. Blomgren, Gjelsvik og Holmen. Rapport 2007/032, IRIS.

Scenarier 2020 – kampen om kompetansen. IRIS og Berrefjord & Thomassen AS, 2008.

St.meld. nr 7 (2008-2009), Et skapende og bærekraftig Norge. Nærings- og handelsdepartementet, 2008.

The Economy of Culture in Europe. KEA European Affairs, Turku School of Economics and MKW Wirtschaftsforschung, 2006.

A Creative Economy Green Paper for the Nordic Region. Nordic Innovation Centre, 2007.



Finnøy
kommune



Forsand
kommune



Gjesdal
kommune



Hjelmeland
kommune



Hå
kommune



Klepp
kommune



Kvitøy
kommune



Randaberg
kommune



Rennesøy
kommune



Rogaland
fylkeskommune



Sandnes
kommune



Sirdal
kommune



Sola
kommune



Stavanger
kommune



Strand
kommune



Suldal
kommune



Time
kommune



**STAVANGER
REGIONEN**
NÆRINGSUTVIKLING