

1. Kort præsentation

2. Lys og lyd projektets aktivitetsramme for kultur-erhverv, herunder tidsplan

3. Hvordan kultur-erhverv perspektivet kan/skal operationaliseres i projektet ?

En vigtig del af projektets målsætning er at styrke koblinger mellem kultur og erhverv i kommunerne. Det handler om koblinger internt i kommunens forvaltninger (f.eks. kultur, erhverv og plan – og andre felter), om koblinger mellem kommunen og de kreative brancher, mellem kulturinstitutioner og kreative erhverv, osv.

Ikke mindst er det vigtigt at inddrage de kreative brancher i partnerkommunerne i projektets aktiviteter.

4. Afgørende for den kommende ansøgning er evaluering af projektets resultater og muligheder i startperiode juni-december 2008. Projektets evaluator, Centerleder Jens Friis Jensen, RUC - har indledningsvis drøftet kultur-erhverv fokuspunkter og succeskriterier for perioden juni-december 2008 med projektledelsen. På baggrund heraf vil Jens præsentere oplæg til drøftelse.

5. Workshop om KULTUR-ERHVERV den 12. september 2008

6. Eventuelt

I erhvervsudviklingsstrategien "Partnerskaber for viden, vækst og velfærd" er intentionen, at Region Hovedstaden i 2015 skal være Nordeuropas mest attraktive metropol at bo, uddanne sig, arbejde og drive virksomhed i.

I Vækstforums vision fra 2007 hedder det: "Region Hovedstaden er udfordret i den globale **storby konkurrence**. Mange internationale storbyer kan meget af det samme, som vi kan, og nogle har endda langt flere ressourcer til deres disposition. Men vi bygger vores vækst på nogle helt særlige værdier og **kvaliteter**, som er vanskelige at efterligne, og som gør os stærkt konkurrencedygtige".

Disse værdier og kvaliteter handler om:

- En storbyregion bundet sammen af **strategiske partnerskaber** mellem erhvervsliv, offentlige aktører og uddannelsesinstitutioner – partnerskaber, som kan danne grobund for en dynamisk erhvervsudvikling.
- **Synergieffekten** mellem mennesker – forbrugeren, med arbejde ren, lederen, iværksætteren, den studerende, forskeren, politikerne og borgeren.
- **Internationale** relationer er en forudsætning for **udvikling** og bruger **Øresundsregionen** som platform og springbræt for samspil med **verden**. • Særlige kulturelle og historisk baserede **værdier** er det fundament, der giver mulighed for at være nysgerrige og åbne over for **globaliseringen**.
- En **metropol**, hvor der er spillerum for **kreativitet** og bevægelsesfrihed for nye ideer. Såvel de vilde og kreative **ideer** som de jordbundne og fornuftige. Udenlandske virksomheder, talenter og turister foretrækker vores storbyregion, fordi vi kan tilbyde dem en høj grad af personlig **sikkerhed** og **tryghed**.
- **Viden** som drivkraft i det regionale landskab og målrettet arbejde på at skabe landvindinger i mødet mellem **forskning**, erhvervsliv og offentlig service.
- Sætter pris på **diversitet** og skaber plads til **talenter**. En blomstrende kultur af **iværksættere** båret frem af nye idéer og **innovation** blandt studerende, forskere og medarbejdere. Engagement i dét, som giver mening og **perspektiv**.

Lys og Lyd Pilotprojektet vil indebære **kompetenceudvikling i kreative virksomheder, kommuner og uddannelsesinstitutioner** med hensyn til at anvende events som platforme til at stimulere innovative **multifaktor koblinger mellem erhverv, kultur og byudvikling**. En sådan kompetenceudvikling vil indebære en styrkelse af rammevilkårene for især vidensbaserede og kreative virksomheder og derigennem bidrage til visionen om Region Hovedstaden som Nordeuropas mest attraktive metropol i 2015.

Lys og Lyd Projektet handler konkret om en sådan hands-on kompetenceudvikling gennem at forberede min. 18 konkrete byrumsprojekter og events i et samarbejde mellem erhvervs- og kulturaktører i 11 kommuner. Der skabes international synliggørelse og branding ved disse spektakulære begivenheder gennem erhverv-kultur samarbejde med en række internationale festivaler og programmer inden for lys og lyd og gennem en webbaseret platform. Projektet er profilering af regionens innovative kraft gennem at binde research- og udviklingskræfterne i de kreative brancher og de offentlige aktører (kommuner, uddannelses- og forskningsinstitutioner) sammen - også med internationale partnere.

Vækstpotentialiet ligger især i virksomheders, vidensinstitutioner og det offentliges evner til sammen at skabe nye koblinger ... i værdikæden, så vækstlagene og mikro-virksomheder får motivation, muligheder og kompetencer til at udvikle deres produkter og services ud over det lokale konsum; og i byudviklingen så vi får levende og attraktive byrum, der er tiltrækkende for virksomheder og talenter i alle faggrupper/branchegrene, øger livskvaliteten for borgerne og er tillokkende for turister.

Studier fra OECD viser, at Danmark er langt fremme på flere af de nye vækstparametre. Men ikke desto mindre ligger i den brede midtergruppe blandt OECD-landene på evnen til at skabe vækst. Denne situation har naturligvis ført til et ønske om at skabe optimale vilkår for de nye vækstskabere – at få skabt nogle gode rammevilkår på de områder, der kan påvirkes gennem en politisk indsats. Forskningsområdet har været trukket frem som et sådant område.

En af udfordringerne for Hovedstadsregionen ligger i at stimulere de nye innovations*drivere*¹: innovation; iværksætteri; informations- og kommunikationsteknologi (IKT); menneskelige ressourcer, og vidensopbygning og vidensspredning, globalisering), der kan øge værdiskabelsen via højere vækst i multifaktorproduktiviteten², dvs. bedre og smartere måder at gøre tingene på. En udfordring, der ikke bliver mindre i lyset af de seneste analyser af væksten i arbejdsproduktiviteten³, hvor både Danmark og EU som helhed sakker bagud ift. USA, Japan og resten af Asien. Og med en fortsat markant faldende tendens.

I essensen handler det om at kombinere den nye teknologi med menneskelige kompetencer og nye organisationsformer i virksomhederne (også de offentlige), hvis man vil muliggøre øget produktivitet. De nye vækstskabere – eller innovationsdrivere – bliver således døråbnere, der kan skabe de nye muligheder og den nye brug af de eksisterende produktionsfaktorer. I en analyse fra FORA i 2004 fandt man en signifikant, positiv sammenhæng mellem MFP og innovationskapaciteten, hvor innovationsdriverne vægtes samlet.

Virksomheder, der satser på brugere som kilder til at skabe gode idéer og kreativitet, er mere kreative end andre virksomheder. Hvis virksomhederne bruger en bred vifte af kilder til at skabe gode idéer har de 3 gange så stor sandsynlighed for at have innovation i hele virksomheden – dvs. er strategisk innovative⁵. 49 pct. Af virksomhederne i undersøgelsen inden for de seneste 3 år har været innovative på en bred front - både med hensyn til nye serviceydelser, nye kunderelationer og nye forretningsmodeller. Disse virksomheder er såkaldt "strategisk" innovative. Der er et stort potentiale for at fokusere mere på strategisk innovation i serviceerhvervene, men det kræver brug af mange typer af viden - lige fra medarbejdere, vidensinstitutioner og kunder

Der er et klart behov for at eksperimentere med nye måder **at stimulere innovationsdriverne som en helhed**, når Region Hovedstadens vision og værdier skal implementeres. I dette perspektiv lægger projektet op til **en innovativ kobling mellem erhverv og kultur**, som både skaber en opgradering af det offentlige rum og profilering af regionens innovative kraft gennem at binde research- og udviklingskræfterne i de kreative brancher og de offentlige aktører (kommuner, uddannelses- og forskningsinstitutioner) sammen - også med internationale partnere. Denne nyskabende kobling mellem erhverv og kultur handler om at styrke Hovedstadsregionen som attraktiv metropol og at stimulere innovationsdriverne systemisk:

Det er således centralt i dette projekt at bidrage til metropolregionens vækst og udvikling⁶ og til at øge innovationskraften, bl.a. ved at konkretisere mulige samarbejdsrum og udviklingspartnerskaber mellem virksomheder, uddannelsesinstitutioner og kommuner. Samvirke og partnerskaber er aktuelt væsentligt mindre udbredt end man måske umiddelbart kunne forestille sig⁸, hvilket har stor betydning for væksten, fordi manglende samvirke og partnerskaber om udvikling af nye produkter og service, om markedsføring osv. naturligvis svækker innovationskraften.

Desuden er det vitalt, at virksomheder og kommuner **bliver bedre til at brande** sig ved at udvikle deres kompetence med hensyn til at anvende events, som for eksempel gennem disse lys og lyd projekter. I branding ligger her også at udvikle det unikke/det autentiske. Ligesom de skal blive bedre til at tiltrække talent ved at udvikle byrum og andre rammer, der øger livskvalitet og diversitet.

De fem vækstskebnere, OECD opstiller, er følgende: (fra MandagMorgen, 2004-31-2, pp17-19)

Innovation. Dækker over virksomhedernes evne til at bringe nyt på markedet - i et tempo, der er hurtigere end konkurrenternes. Behovet for nytænkning er sat under pres. Produkters levetid bliver stadig kortere. Vinderne er dem, der kommer først med det nyeste. Innovation kræver forskning og udvikling i topklasse både i det offentlige og i det private erhvervsliv, fastslår OECD. Herfra opfordrer man på baggrund af vækststudierne til, at OECD-landene bl.a. satser på grundforskningsmiljøer i topklasse; uddannelse af fremtidens forskere – herunder gode rammevilkår for international udveksling, og at der skabes tætte samarbejder mellem forskningsinstitutionerne og virksomhederne.

Entrepreneurship. Vækststudierne viser, at nyetablerede virksomheder har øget deres andel af produktivitetsvæksten de seneste år. Det sker i takt med, at iværksætternes virksomheder op igennem 90'erne er blevet mere videns intensive. Iværksætterne er typisk mere innovative i arbejdsmetoder og organisering end etablerede virksomheder. De bidrager med en stor fornyelseskraft og bør derfor have optimale rammevilkår, konkluderer OECD.

Det gælder på alt fra adgang til venturekapital over muligheden for at blive hurtigt gældfri efter en fejlslagen iværksættersatsning til en mere langsigtet påvirkning af befolkningens opfattelse af iværksætteri.

Menneskelige ressourcer. Hvis befolkningen skal løse arbejdsopgaverne smartere og bedre, er uddannelse den første vej. Men herunder indgår også arbejdstagernes mulighed for at udnytte deres ressourcer optimalt ude i virksomhederne. Det stiller krav om forandring og nytænkning omkring ledelses- og organisationsformer - og at fokuseres på nye indlæringsformer, vidensdeling og -spredning. "Man må lægge hele uddannelsessektoren om, så man fremmer evnen til at tilegne sig ny viden hele livet. Hvis vi skal forny og udvikle i de eksisterende erhverv, må vi etablere forudsætninger for at indgå i læreprocesser, kompetenceudvikling og livslang læring. Det er stadig kun et fåtal af virksomhederne herhjemme, der udnytter mulighederne i løbende kompetenceudvikling af deres medarbejdere," mener professor Bengt-Åke Lundvall fra Aalborg Universitet.

Informations- og kommunikationsteknologi (IKT).

Efter IT hypen i slutningen af 1990'erne ser mange lande nu, at investeringer i IT alene ikke slår igennem i vækststatistikken. I det internationale perspektiv har USA, Australien og Canada haft størst succes med at generere vækst gennem investering i og brug af IKT. Ifølge OECD er nøglen til at udnytte mulighederne i IKT at klæde befolkningen på til at bruge og se nye muligheder i teknologien frem for at investere i egen teknologisk produktion. "IKT betyder ændringer på alle områder. De lande, der har skabt mest vækst på udnyttelse af IKT, er også de lande, der har forstået hurtigt at tilpasse alt fra lovgivning til uddannelse og organisering af arbejdskraften ude i virksomhederne efter mulighederne i IKT," siger Dirk Pilat.

Globaliseringsgrad. Nævnes som et af de parametre, der for alvor har ændret velstandsbilledet op igennem 1990'erne. Virksomhederne opererer i stigende grad internationalt, og behovet for vidensdeling bliver globalt. Arbejdspladser i produktion og service flytter ud, og Danmark står tilbage med den vidensintensive del af arbejdet.

“En stadig større del af værditilvæksten ligger på områder, der let kan flyttes over landegrænser. Der er efterhånden den samme adgang til både marked, information og kapital i den vestlige del af verden. Det, der kan gøre forskellen, er arbejdsstyrkens kvalifikationer. Det er også her, vi risikerer at tabe i den internationale konkurrence med den konsekvens, at velstandsudviklingen vil gå langsommere end ellers,” siger Torben M. Andersen.

Der er internationalt enighed om, at det i stigende grad er nødvendigt at rette opmærksomheden mod den nye vækstskabelse MFP (multifaktorproduktivitet).

Multifaktorproduktivitet er et produktivetsmål for den del af arbejdsproduktiviteten, der ikke kan henføres til investeringer i mere og bedre kapitalapparat. MFP kaldes ofte også TFP (totalfaktorproduktiviteten).

I sammensætningen af Danmarks vækst 1970-2002 bidrager MFP med 58,3 %, mens kapitalapparat og arbejdskraft alene bidrager med 41,7 % (Det Økonomiske Råd, 2003).

En stor del af produktiviteten vil komme fra bedre og smartere måder at gøre tingene på. Vil man sikre den økonomiske vækst i samfundet, er det derfor vigtigt, at man fra politisk side stimulerer disse nye drivere (Dirk Pilat, OECD, The Policy Agenda for Growth, 2003).

Rammebetingelser for Københavns kreative brancher er udarbejdet i regi af forskningscenteret imagine.. Creative Industries Research, CBS. Rapporten præsenterer en interviewbaseret analyse af 11 rammebetingelser, som kreative iværksættere har peget på som relevante for at stimulere deres virksomheders udvikling:

1. Zoning af uddannelsesinstitutioner og virksomheder
2. Tiltrækning af kreativ arbejdskraft gennem bolig, velfærd og integration
3. Kommunen som forbruger af kreative produkter og som formidler af private investorer
4. "One Stop Shop" for information og serviceydelser
5. En arbejdsformidling specielt til projektansatte folk samt frivilligt arbejde
6. Foredrag ved videnspersoner og provokatører
7. Deregulering og alternativ anvendelse af eksisterende bygninger og offentlige rum
8. Billige erhvervslejemål, delelokaler og fællesskaber
9. Zoning af større virksomheder og fællesskaber af mindre virksomheder samt skabelse af fælles sociale faciliteter
10. Global inspiration
11. Styrkelse af Københavns globale image