



HELSINGBORG

2024-12-19
PLAN
DNR:386/2024
SID 1(10)

Plan för kulturella och kreativa branscher i Helsingborg

Kulturnämnden 2024

PROGRAM

PLAN

POLICY

RIKTLINJER

Helsingborgs stads styrdokument

Aktiverande

syftar till förändring och utveckling

PROGRAM – anger långsiktiga ambitioner och viljeinriktningar

PLAN – anger konkreta åtgärder, tidsramar och ansvar

Normerande

reglerar befintlig verksamhet och vårt förhållningssätt till en given situation

POLICY – anger principer och vägledning

RIKTLINJE – anger absoluta gränser och ska-krav

Beslutat av: Kulturnämnden

Datum: 12 december 2024

Revideras av: Kulturnämnden

Dokumentets giltighet: 2025-2028

Dokumentet gäller för: Kulturnämnden och kulturförvaltningen

Dokumentansvarig: Avdelningen för kulturutveckling vid kulturförvaltningen



Innehållsförteckning

1	Inledning	4
1.1	Vad är kulturella och kreativa branscher?	4
1.2	Kulturella och kreativa branscher som politikområde	5
2	Koppling till andra styrdokument	5
2.1	Helsingborg	5
2.2	Skåne	7
2.3	Sverige	7
2.4	Europa	7
3	Åtgärder	8
3.1	Stöd och rådgivning	8
3.2	Kompetensutveckling	8
3.3	Nätverksföretagande	8
3.4	Mentorskap och talangutveckling	8
3.5	Lokaler och platsutveckling	9
3.6	Innovation	9
3.7	Strategiska Partnerskap	9
3.8	Profilering/Synlighet	9
4	Lagkrav	9
5	Ansvar och uppföljning	9

1 Inledning

Kulturnämndens plan för kulturella och kreativa branscher (KKB) i Helsingborg ska ange vilken sorts insatser staden behöver göra för att fler företag i dessa branscher ska etablera sig i Helsingborg, att det skapas fler jobb i de kulturella och kreativa branscherna, att det sker mer innovation i möten mellan olika branscher, att det blir högre omsättning i de kulturella och kreativa branscherna samt att stimulera till fler utbildningsplatser i samarbete med olika utbildningsanordnare.

Utgångspunkten är att det behövs bättre stöd till företag inom kulturella och kreativa branscher, som till exempel finansiering, kompetensutveckling, coachning, nätverk, gemensamma aktiviteter, matchmaking, etc.

Planen ska tydliggöra kulturnämndens ambitioner i denna utveckling och vara utgångspunkten för samarbetet med övriga nämnder och förvaltningar samt med de externa parter som staden behöver samarbeta med för att förverkliga planens ambitioner.

Planen är uppbyggd i tematiska insatsområden utifrån de behov som identifierats i de dialoger som förts med olika relevanta organisationer i Helsingborg, Skåne, Sverige och Europa under framtagandet av planen.

Helsingborgs stad har en tydlig vision om att år 2035 vara en skapande, pulserande, global, gemensam och balanserad stad för människor och företag. För att förverkliga denna vision krävs strategiska ställningstaganden för stadens långsiktiga utveckling. Genom att ha tydliga prioriteringar och viljeinriktningar skapar vi en balanserad och inkluderande utbyggnad av staden.

1.1 Vad är kulturella och kreativa branscher?

”Arkitektur”, ”Form, design och mode”. ”Kultur och upplevelse” omfattar bibliotek, arkiv, museiverksamhet samt kulturminnesinstitutioner. Branschgruppen ”Litterärt och konstnärligt skapande” samlar enskilda konstnärer och författare. ”Rörlig bild, film och foto” inkluderar foto och film. Branschgruppen ”Media” omfattar alla typer av media så som tryckeri, utgivning av böcker, radio och reklam. ”Performance arts och musik” samlar verksamheter som musik, teater, dans och cirkus och slutligen ”Spelutveckling” omfattar utgivning av dataspel. Alla indelningar bygger på svensk näringsgrensindelning (SNI 2007). I den statistiska definitionen av KKB ingår inte detaljhandelsledet.

Gemensamt för branscherna är att de utgår från en kärna, där ett kulturellt och konstnärligt värde skapas. I det första ledet finner vi kreatörerna som skapar ett kulturellt värde, exempelvis musiker, designer, författare osv. I nästa led finner vi företag som bygger vidare på det som skapas i det första ledet, exempelvis film- och musikbolag, dataspelsföretag, gallerister. Längre ut i kedjan kan vi skönja företag vars affärsidé är att kommersialisera ett kulturellt fenomen i större skala.



Kulturella och kreativa branscher är viktiga för den regionala och lokala utvecklingen, men även för att tillväxten ska bli hållbar, t.ex. genom hållbara evenemang och klimatsmarta produktions- och arbetsmetoder. Kulturella och kreativa branscher bidrar till att skapa arbetstillfällen, turismintäkter, positiv identitet, en god livsmiljö, kulturutveckling samt ökat upplevelseinnehåll i traditionella produkter.

De kulturella och kreativa branscherna skiljer sig från andra för samhällsekonomin viktiga branscher, genom sin fragmentering i många små branscher och småskalighet i företagandet. Ändå överlever företagen i dessa branscher i högre utsträckning än i övriga näringslivet.

I Helsingborg har de kulturella och kreativa branscherna

- Ca 500 företag
- Ca 2000 anställda
- Ca 2,4 miljarder i årlig omsättning
- Mest små bolag
- 50/50 män och kvinnor

1.2 Kulturella och kreativa branscher som politikområde

De kulturella och kreativa branschernas utveckling ligger i skärningspunkten mellan flera politiska ansvarsområden. Näringspolitiken ska skapa förutsättningar för jobb och växande företag. Arbetsmarknadspolitikerna ska matcha arbetssökande med jobb och rätt kompetenser. Stadsbyggnadspolitikerna ska skapa hållbara, inkluderande och välfungerande samhällen där människor trivs, ekonomin kan blomstra och miljön skyddas. Kulturpolitiken ska skapa ett rikt, varierat och inkluderande kulturliv som bidrar till personlig utveckling och social sammanhållning, samtidigt som den främjar kreativitet och innovation.

Detta gör att ett fungerande samspel mellan Helsingborgs Stads nämnder och förvaltningar – med respekt för varandras roller och uppdrag – är avgörande för hur väl vi kommer att lyckas bidra till de kulturella och kreativa branschernas utveckling.

På samma sätt är det viktigt att samspelet fungerar väl med branschaktörerna, utbildningsanordnarna, forskarna, civilsamhället, andra kommuner och regioner, staten och den europeiska nivån. I vissa fall behöver sådan samverkan formaliseras för att få effekt – i många fall räcker det med goda relationer och en samsyn.

2 Koppling till andra styrdokument

2.1 Helsingborg

Planen är en konkretisering av de ambitioner som anges i **kulturprogrammets** tre utvecklingsområden:

- Hela Helsingborg
- Helsingborg i världen
- Helsingborg skapar och producerar



Kulturprogrammet anger att "I Helsingborg ska det under programperioden skapas utrymme för kulturella och kreativa branscher att växa. Både genom ett generöst företagsklimat och genom mötesplatser som stimulerar till kreativitet, nya samarbeten, fler kontakter mellan olika branscher och ökad företagarkompetens."

Stadens **näringslivsprogram** uppdateras under 2024. Det kommer att utgå ifrån ambitionen att Helsingborg ska vara en av de bästa städerna för att etablera, driva och utveckla företag i.

För perioden 2024 - 2027 har kommunfullmäktige satt tre övergripande mål för näringslivsarbetet:

1. Företagens bedömning av stadens service och myndighetsutövning ska mätas i NKI (nöjd-kund-index) och uppnå NKI 76 (NKI 71, 2022).
2. Svenskt Näringslivs ranking om företagsklimat: Helsingborg placerar sig i topp 50 (plats 91, 2023) och bästa företagsklimat bland större städer.
3. Öka andelen kunskapsintensiva företag (tjänsteföretag).

Filmbranschen är en av de kulturella och kreativa branscherna. Kulturnämnden har tagit fram en särskild **plan för film** då denna bransch är i särskilt stark utveckling i Helsingborg och staden har en stark regional roll i denna bransch.

Plan för evenemangsarbetet i Helsingborgs stad tas fram under 2024. Den anger att Helsingborgs Stad ska:

- Tillsammans skapa en av Sveriges mest levande och attraktiva städer året runt, för helsingborgare, morgondagens helsingborgare och tillfälliga helsingborgare.
- Bidra till att stärka Helsingborgs platsvarumärke, god livskvalitet och ökad trygghet.
- Ge ökad tillväxt och hög sysselsättning.

Livskvalitetsprogrammet är tillsammans med översiktsplanen stadens övergripande strategiska styrdokument för hållbar utveckling samt utgör Helsingborgs stads program för Agenda 2030.

Stadens ambition om en hållbar utveckling är att alla invånare ska uppleva en hög livskvalitet, men med låg miljöpåverkan så att människor och företag når sin fulla potential i en långsiktigt hållbar tillväxt, och så att kommande generationer också kan uppleva en god livskvalitet. Ambitionen ska genomsyra allt arbete som staden gör.

Stadens målbild 2027 lyder "Tillsammans gör vi Helsingborg till en av de bästa städerna att leva och verka i år 2027. Vi når målbilden med hjälp av samspel och innovation".

Detta ger en samlad och gemensam riktning för alla nämnder och bolag. För att nå målbilden finns fyra inriktningar; Helsingborg ska öka innovationskraften för att säkra en effektiv välfärd, upplevas tryggt och säkert, ha en hög sysselsättning där fler



kommer i arbete samt vara en stad med hög livskvalitet som siktar på klimatneutralitet 2030.

2.2 Skåne

Region Skåne är en viktig samarbetspart i utvecklingsarbetet. Deras handlingsplan för kulturella och kreativa näringar har följande utvecklingsområden:

- Kartläggning och kunskap
- Ökad samverkan
- Villkor för kulturellt, konstnärligt och kreativt skapande
- Bygga kapacitet
- Innovation och hållbar tillväxt
- Finansiering

2.3 Sverige

2024 antog Sveriges regering en nationell strategi för kulturella och kreativa branscher. I strategin formuleras en vision för 2033, där Sverige har stärkt sin position som ett ledande land för de kulturella och kreativa branscherna. Här lyfts det att branscherna har god tillväxt och bidrar till svensk ekonomi och ett dynamiskt näringsliv i hela landet, ökad export och en positiv Sverigebild i utlandet. Företag inom de kulturella och kreativa branscherna bidrar enligt regeringen till en mångfald av kulturella uttryck och kulturupplevelser i hela landet.

Strategin innehåller strategiska mål inom sex prioriterade områden:

- Nationell statistik om kulturella och kreativa branscher
- Kunskaper om upphovsrätt
- Rådgivning, stöd, finansiering och regelkostnader
- Kompetensförsörjning och trygghetssystem
- Livsmiljöer och näringsliv i hela landet
- Genomslaget internationellt för de kulturella och kreativa företagen

2.4 Europa

De internationella relationerna blir allt viktigare i utvecklingen av de kulturella och kreativa branscherna efterhand som EU lägger allt större resurser på dessa branscher – inte minst till samarbeten kring kunskap och innovation. Helsingborgs stad är sedan 2024 medlem i EIT Culture & Creativity - en europeisk kunskaps- och innovationsgemenskap (KIC) utformad för att stärka och omvandla Europas kulturella och kreativa branscher. Detta sker genom att koppla samman kreativa och kulturella företag och organisationer till Europas största innovationsnätverk och finansiera utvecklingsprojekt på området.

EIT Culture & Creativity har beslutat om en strategisk plan för sitt arbete med följande tre utmaningar i fokus:

- Brist på rätt kunskap och kompetenser för framtidens jobb
- Brist på innovationskapacitet



- Brist på kapacitet att starta företag och få dem att växa samt att tjäna pengar på immateriella rättigheter

Fem prioriterade områden har identifierats i strategin: mode, arkitektur, kulturarv, audiovisuella medier och spel. Alla dessa områden står inför betydande samhällsutmaningar samtidigt som de representerar en stor del av arbetskraften och intäkterna inom de kulturella och kreativa branscherna.

3 Åtgärder

Utifrån en bred dialog med stadens förvaltningar, andra kommuner, regionala och nationella myndigheter, branschorganisationer, forskare, utbildningsanordnare, företag samt organisationer och projekt runtom i Europa har några tydliga åtgärdsområden på den lokala nivån utkristalliserat sig. Det de nästan alla har gemensamt är att de förutsätter en bred samverkan mellan olika sektorer och nivåer.

Följande åtgärder ska Helsingborgs stad fokusera på för att driva utvecklingen av de kulturella och kreativa branscherna:

3.1 Stöd och rådgivning

- Erbjud rådgivning och stöd för företag, organisationer och personer inom kulturella och kreativa branscher för att öka kunskapen, tryggheten och tydligheten.
- Erbjud gemensamma servicefunktioner för att underlätta för aktörerna i deras affärsutveckling och marknadsföring.
- Erbjud och samordna branschspecifika insatser och projekt med extern finansiering.

3.2 Kompetensutveckling

- Öka samarbetet med universitet och andra utbildningsanordnare för att främja kompetensutveckling och kunskapsspridning.
- Utveckla och använd befintliga kompetenshöjande insatser i samarbete med utbildningsaktörer i södra Sverige och branschorganisationer om till exempel marknadsföring, finansiering, affärsutveckling, juridiska frågor, upphovsrätt och digitalisering.

3.3 Nätverksföretagande

- Främja nätverksföretagande genom att arrangera regelbundna nätverksevenemang och workshops.
- Verka för att skapa en fysisk och social arbetsplats och mötesplats för aktörer inom kulturella och kreativa branscher, där aktörer kan samarbeta och utbyta erfarenheter och idéer.

3.4 Mentorskap och talangutveckling

- Etablera mentorskapsprogram där etablerade aktörer stöttar och vägleder mindre erfarna.
- Utveckla talangprogram i samarbete med branschaktörer för att stödja unga kreatörer.



3.5 Lokaler och platsutveckling

- Erbjud stöd för fastighetsägare och företagare att matcha företag och organisationer med tillgängliga lokaler.
- Undersök möjligheterna att etablera produktionsmiljöer som efterfrågas men saknas i södra Sverige.
- Fortsätt platsutvecklingen på Gåsebäck och främja klusterbildning för ökad attraktionskraft.
- Utveckla/stöd platsspecifika initiativ baserade på aktörernas drivkrafter och behov.

3.6 Innovation

- Erbjud innovationsmedel och testbäddar för att stödja nya idéer och projekt.
- Främja cross innovation genom att stödja och processleda samarbeten mellan olika branscher och aktörer.

3.7 Strategiska Partnerskap

- Använd medlemskapet i EIT Culture & Creativity för kunskapsutbyte, finansiering, internationell synlighet och utveckling av strategiska partnerskap på den europeiska arenan.
- Utveckla samarbetet med andra kommuner, branschorganisationer och myndigheter som arbetar för att främja de kulturella och kreativa branscherna.
- Utveckla formaliserad samverkan med relevanta aktörer för att möta framtidens kompetensbehov i de kulturella och kreativa branscherna.

3.8 Profilerings/Synlighet

- Skapa en exponeringsplattform för att synliggöra aktörer inom kulturella och kreativa branscher i Helsingborg, hitta nya samarbeten och för att attrahera investeringar och finansiering.
- Etablera och/eller använd befintliga kommunikationskanaler som rapporterar om pågående kulturella och kreativa projekt i Helsingborg.

4 Lagkrav

I kommunallagens kapitel 2, 8 § anges att "Kommuner och regioner får genomföra åtgärder för att allmänt främja näringslivet i kommunen eller regionen.

Individuellt inriktat stöd till enskilda näringsidkare får lämnas endast om det finns synnerliga skäl för det.

Lag (2019:835)."

5 Ansvar och uppföljning

Kulturnämnden är ansvarig för planen, men dess genomförande förutsätter en god samverkan mellan flera nämnder och förvaltningar då den förutom kulturutveckling berör sådant som stadsutveckling, näringslivsutveckling, arbetsmarknadsfrågor och utbildningsfrågor.

Avdelningen för kulturutveckling på kulturförvaltningen är dokumentansvarig. Som dokumentansvarig ansvarar avdelningen för att revidera och följa upp planen. Bland annat kommer följande indikatorer att följas upp:

- *Fler företag i dessa branscher ska etablera sig i Helsingborg*
- *Fler jobb i de kulturella och kreativa branscherna*
- *Högre omsättning i de kulturella och kreativa branscherna*