



Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi

## Vækst og innovation De kreative erhverv som vækstmotor i Danmark

### Resumé

Der er omkring 85.000 ansatte indenfor kreative erhverv i Danmark, og de kreative virksomheder udgør 6 pct. af det samlede antal danske virksomheder. Medregnes oplevelseserhvervene er der tale om ca. 11,8 pct. af værditilvæksten i Danmark<sup>1</sup>.

Der er fortsat **et uudnyttet potentiale i Danmarks kreative erhvervskompetencer**<sup>2</sup>. I Danmark er vi internationalt anerkendte for vores innovationskraft, når det gælder design og kreative løsninger. Her bidrager kreative erhverv med kreativ innovationstænkning i samspil med mere traditionelle sektorer. Men de kreative erhverv er karakteriseret ved at have særlige udfordringer med forretningsudvikling, finansiering af vækst og internationalisering. Mange udfordringer er identiske på tværs af de kreative brancher, hvorfor der skal udvikles initiativer, der favner alle kreative erhverv og udnytter synergieffekter på tværs<sup>3</sup>.

**Kreative erhverv spiller i øvrigt en væsentlig rolle for innovation og styrkelse af konkurrenceevnen i samspillet med øvrige mere traditionelle erhverv.** Danske virksomheder med kreative ansatte har højere produktivitet end andre virksomheder, og samtidig kan man se en positiv sammenhæng mellem virksomhedernes bundlinje og deres samarbejde med kreative virksomheder om innovation. Trods det, at ca. 45 pct. af adspurgte virksomhederne finder samarbejde med kreative erhverv værdifuld for at styrke forretningen, er det bemærkelsesværdigt, at stadig kun ca. 5 pct. gennemfører et egentligt samarbejde<sup>4</sup>. Derfor er der stadig behov for en målrettet indsats mod danske virksomheder i det øvrige erhvervsliv, så de udnytter potentialet ved samarbejde med kreative erhverv og iværksættere til gavn for de mere traditionelle virksomheders innovationskraft og konkurrenceevne.

Siden 2009 har **CKO skabt værdi for Danmark ved at styrke de kreative erhverv og ved at skabe vækst i resten af erhvervslivet** gennem vejledning og profilering af muligheder og potentialer for samspil med kreative iværksættere og vækstvirksomheder. CKO er i dag et internationalt anerkendt<sup>5</sup> vækstinitiativ, der skaber effekter og resultater for Danmark gennem samarbejde med virksomheder, kommuner, regioner, myndigheder og interesseorganisationer. CKO har fokus på både vækstpotentialet hos kreative virksomheder og innovationskraften hos kreative iværksættere og virksomheder.

- Over 100 virksomheder har deltaget i CKO's aktiviteter og 87 pct. angiver at være tilfredse eller meget tilfredse. De seneste år har CKO vejledt og samarbejdet med bl.a. SEAS NVE, Danfoss, KMD, Holbæk kommune, Lene Bjerre Design, Danish Crown og Sv. Michelsens Chokolade.
- 81 pct. af deltagerne i Creative Business Cup 2013 mente, at de fik værdifuld sparring og forretningsudvikling.
- CKO har via deltagelse i EU-projekter sikret 20 kreative iværksættere internationalt netværk og forretningsudvikling.

**CKO's bevilling på kr. 5 mio. årligt i perioden 2013-15 udløber ved udgangen af 2015. CKO skaber værdi for Danmark og dansk erhvervsliv og vil fortsat skabe værdi fra 2016 og fremover.**

<sup>1</sup> Erhvervs- og Byggestyrelsen og CKO (2011): Vækst via Oplevelser

<sup>2</sup> Europa-Kommissionen (2011): Unlocking the potential of the cultural and creative industries

<sup>3</sup> I lighed med andre udenlandske erfaringer og vækstinitiativer, fx Create UK. <http://www.thecreativeindustries.co.uk/uk-creative-overview/facts-and-figures/new-create-uk-strategy>

<sup>4</sup> CKO (2011): Behovsanalyse – Kreative Erhverv i Danmark I og II, se evt. <http://cko.dk/behovsanalyse>

<sup>5</sup> Deloitte (2013): "CKO har bidraget væsentligt til at udvikle og udbrede kendskabet til kultur- og oplevelsesøkonomien, ikke bare i Danmark men også i Norden. CKO er trods dets unge alder et veletableret center, der har løftet de stillede opgaver tilfredsstillende og nyder anerkendelse blandt dets brugere", og eksempelvis er CKO's direktør af Europa-Kommissionens DG Erhvervspolitik i 2012 udnævnt til formand for ECIA – European Creative Industries Alliance, [www.eciaplatform.eu](http://www.eciaplatform.eu)

## 1. De kreative erhverv er vækstmotorer

De kreative erhverv<sup>6</sup> er væksterhverv, der bidrager til Danmarks velstand i form af arbejdspladser, innovation, og eksport<sup>7</sup>. Arbejdspladserne i de kreative erhverv flytter ikke i samme grad ud af landet, som arbejdspladserne i det øvrige erhvervsliv. Der er omkring 85.000 ansatte indenfor kreative erhverv i Danmark, og de kreative erhverv udgør 6 pct. af det samlede antal danske virksomheder<sup>8</sup>. De kreative erhverv eksporterer årligt for 60 mia. kr. og står dermed for 10 pct. af dansk eksport<sup>9</sup>. Medregnes oplevelseserhvervene er der tale om ca. 11,8 pct. af værditilvæksten i Danmark<sup>10</sup>. I dag findes en række danske og internationale rapporter og analyser<sup>11</sup>, der bekræfter en positiv udvikling i antallet af vækstvirksomheder og vækstiværksættere i de kreative erhverv.

## 2. Fremtiden behøver nye kreative løsninger

Der ligger et uudnyttet potentiale hos Danmarks kreative iværksættere og vækstvirksomheder<sup>12</sup>. Danmark er internationalt anerkendt for vores innovationskraft, når det gælder design og kreative løsninger. Væksten skaber vi både når kreative iværksættere starter deres egne virksomheder, og når kreative erhverv udfordrer innovationsevnen og løsningerne i eksisterende virksomheder. Virksomheder med kreative ansatte har højere produktivitet end andre virksomheder, og samtidig kan man se en positiv statistisk sammenhæng mellem virksomheders økonomi og brug af kreative leverandører til at styrke kreativitet og innovation<sup>13</sup>.

### STRATEGI FOR KREATIVE ERHVERV I DANMARK

Strategien for at styrke de kreative erhverv, deres vækst, jobskabelse og innovationskraft bør:

- *Baseres på indsats for alle kreative erhverv på tværs af brancher<sup>14</sup>. Den samlede indsats bør rette sig imod de udfordringer, som de kreative erhverv deler: forretningsudvikling, finansiering, immaterielle rettigheder og internationalisering.*
- *Styrke og fastholde Danmarks internationale position indenfor iværksætteri og virksomheder i de kreative erhverv.*
- *Fremme innovation gennem udnyttelse af kreative kompetencer og innovationskraft i resten af erhvervslivet og samfundet i øvrigt.*

Resultaterne af indsatsen for de kreative erhverv i Danmark vil:

- *Løfte flere iværksættere og vækstvirksomheder i de kreative erhverv ind i en positiv udvikling for at skabe bæredygtighed i forretning, vækst og jobskabelse.*
- *Løfte potentielle vækstiværksættere og virksomheder til at blive globale virksomheder ved at give dem adgang til kapital, synlighed, internationalisering og talentrekruttering.*
- *Styrke Danmarks traditionelle eksporterhverv gennem innovationskraft fra samspillet med de kreative erhverv*

<sup>6</sup> Se nærmere definition af kreative erhverv på side 7, omfatter arkitektur, live-underholdning og teater, design, forlagsvirksomhed, film, video, radio og TV, legetøj, computerspil, musik, kunst og kunsthåndværk, madkultur og nattelev, møbler, møde, reklamer, forlystelsesparker og events, turisme, sport og fritid.

<sup>7</sup> Erhvervs- og Byggestyrelsen og CKO (2011): Vækst via Oplevelser 2011.

<sup>8</sup> Erhvervsstyrelsen (2014): [www.erhvervsstyrelsen.dk](http://www.erhvervsstyrelsen.dk)

<sup>9</sup> Eksportrådet <http://um.dk/da/eksportraadet/sektoer/moebler-tekstil-og-design/de-kreative-erhverv-og-oplevelsesoekonomi/>

<sup>10</sup> Erhvervs- og Byggestyrelsen og CKO (2011): Vækst via Oplevelser

<sup>11</sup> Se ECIA - European Creative Industries Alliance, final report 2014, [www.eciaplatform.eu](http://www.eciaplatform.eu)

<sup>12</sup> Europa-Kommissionen (2011): Unlocking the potential of the cultural and creative industries

<sup>13</sup> Erhvervs- og Byggestyrelsen og CKO (2011): Vækst via Oplevelser

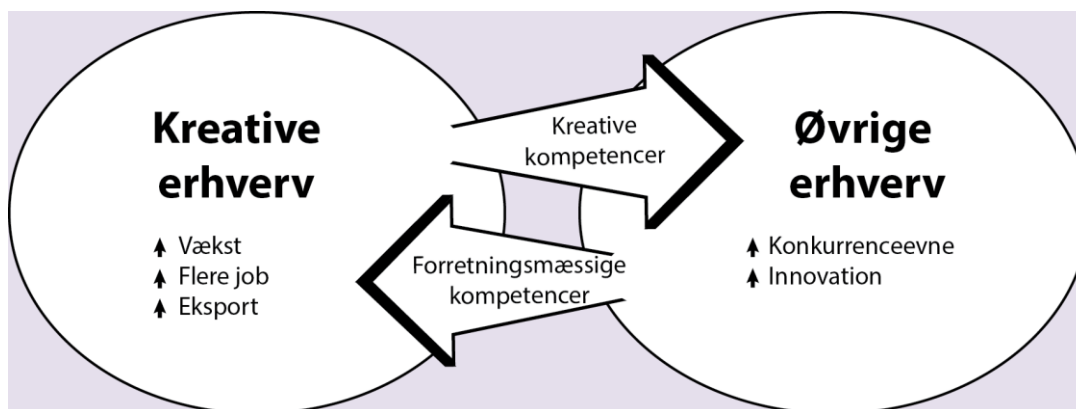
<sup>14</sup> Deloitte (2012): Kultur- og oplevelsesøkonomien i Danmark - Evaluering af aftale fra 20. juni 2007 om styrkelse af kultur- og oplevelsesøkonomien i Danmark. "Desuden er der meget, der tyder på, at den branchespecifikke indsats i højere grad hæmmer end fremmer samarbejdet mellem de kreative brancher, hvilket er et yderligere argument for en mere generel og sektoriel indsats. Derfor er der behov for en mere fleksibel indsats rettet mod sektoren, men med mulighed for tiltag inden for enkelte brancher"

### 3. Anerkendt vækstinitiativ

Siden 2009 har CKO skabt værdi for Danmark ved at styrke de kreative erhverv og ved at skabe vækst i resten af erhvervslivet gennem vejledning og profilering af muligheder og potentialer for samspil med kreative iværksættere og vækstvirksomheder. CKO er i dag et internationalt anerkendt<sup>15</sup> vækstinitiativ, der skaber effekter og resultater for Danmark gennem samarbejde med virksomheder, kommuner, regioner, myndigheder og interesseorganisationer. CKO har fokus på både vækstpotentialet hos kreative virksomheder og innovationskraften hos kreative iværksættere og virksomheder.

CKO har skabt Creative Business Cup – verdensmesterskaberne og forretningsudviklingsforløb for iværksættere i kreative erhverv. Det er i dag et globalt initiativ, der er blandt de største iværksætterevents i verden. Med Creative Business Cup har Danmark opnået en markant styrket global position som innovativ nation med fokus på de kreative erhverv.

CKO har to indsatsområder og dermed to målgrupper og to målsætninger, der tilsammen skaber vækst, innovation og job i Danmark..



### 4. CKO i fremtiden

Danmark bør også i fremtiden styrke et vækstinitiativ som CKO, der kan:

- *Styrke samarbejde på tværs af brancher<sup>16</sup>: Supplere og styrke regionalt forankrede tiltag og initiativer iværksat af de kreative erhverv og brancheorganisationer, så de gavner kreative iværksættere og virksomheder i hele landet.*
- *Styrke internationaliseringen og talentudviklingen på tværs af de kreative brancher.*
- *Styrke Danmarks position indenfor iværksætteri og innovationskraft i de kreative erhverv.*
- *Styrke samarbejde mellem kreative erhverv, det øvrige erhvervsliv og samfundet i øvrigt.*

<sup>15</sup> Deloitte (2013): "CKO har bidraget væsentligt til at udvikle og udbrede kendskabet til kultur- og oplevelsesøkonomien, ikke bare i Danmark men også i Norden. CKO er trods dets unge alder et veletableret center, der har løftet de stillede opgaver tilfredsstillende og nyder anerkendelse blandt dets brugere", og eksempelvis er CKO's direktør af Europa-Kommissionens DG Erhvervs politik i 2012 udnævnt til formand for ECIA – European Creative Industries Alliance, [www.eciaplatform.eu](http://www.eciaplatform.eu)

<sup>16</sup> Deloitte (2012): Kultur- og oplevelsesøkonomien i Danmark - Evaluering af aftale fra 20. juni 2007 om styrkelse af kultur- og oplevelsesøkonomien i Danmark. "Desuden er der meget, der tyder på, at den branchespecifikke indsats i højere grad hæmmer end fremmer samarbejdet mellem de kreative brancher, hvilket er et yderligere argument for en mere generel og sektoriel indsats. Derfor er der behov for en mere fleksibel indsats rettet mod sektoren, men med mulighed for tiltag inden for enkelte brancher"

CKO vil gennemføre de fremtidige aktiviteter i samarbejde med de kreative branche- og interesseorganisationer, hvor CKO er den samlede, inddragende og udførende organisation. CKO vil fastholde den ekspertise og det netværk, centeret har opbygget siden 2009. Der er også mulighed for at kunne løse opgaver for danske myndigheder, bidrage med vurderinger på området og indgå aftaler med eksterne samarbejdspartnere og virksomheder.

Den nuværende juridiske ramme giver mulighed for ovenstående, og Kulturministeriet samt Erhvervs- og Vækstministeriet ser positivt på, at CKO fortsætter i samme juridiske ramme, der indebærer en vis tilknytning til disse ministerier.

CKO kan indgå rammeaftale med Kulturministeriet og Erhvervs- og Vækstministeriet og samarbejdsaftaler med Udenrigsministeriet, Uddannelses- og Forskningsministeriet og evt. andre ministerier og organisationer. Den samme juridiske ramme samt en rammeaftale vil sikre:

- at Danmark kan fastholde sin deltagelse og indflydelse på europæisk niveau
- at CKO fastholder den viden og de erfaringer, som centret har opnået siden 2009 med særdeles gode resultater
- at Danmark kan fastholde en organisation med international anerkendelse på området
- at Danmark ikke mister en effektiv og handlingsorienteret organisation inden for kreative erhverv, der kan arbejde uafhængigt af sektorspecifikke interesser
- at CKO fortsat kan arbejde tværministerielt og således bidrage til at skabe sammenhæng og synergi mellem eksisterende tiltag.

For at styrke potentialerne for vækst gennem kobling af kreative iværksættere og innovation bør CKO være en del af det officielle danske innovationssystem. Ydermere vil CKO være drivkraft og have en koordinerende rolle i forhold til samling af regionale klyngeinitiativer til en national indsats, der kan styrke Danmark i bl.a. europæiske sammenhænge.

For at nå målet og skabe de nødvendige effekter, er der behov for at Danmark bygger videre på udvalgte af de nuværende aktiviteter. CKO præsenterer nedenfor forslag til, hvilke danske initiativer, der med fordel kan videreføres og videreudvikles.

#### **4.1 Indfri vækstpotentialet for de kreative erhverv**

*Indsatsområde 1: Indfri vækstpotentialet for de kreative erhverv ved at styrke de forretningsmæssige kompetencer i de kreative erhverv, især iværksættere og vækstvirksomheder.*

##### **4.1.1 Vækstinitiativ for de kreative erhverv**

Et nationalt vækstinitiativ for kreative erhverv vil styrke og koordinere aktiviteter, der skal øge vækstpotentialet i Danmarks kreative erhverv. CKO videreudvikler de nuværende aktiviteter og fortsætter samarbejder med eksisterende inkubatormiljøer om konkrete tilbud til forretningsudvikling, internationalisering og hjælp til finansiering.

Centeret skal gennemføre følgende initiativer:

- Fælles tilbud: Der bliver øget samarbejde mellem både de danske kreative brancheorganisationer og klyngeinitiativer, om tilbud til kreative erhverv fremfor at skabe parallelle initiativer.
- Øge viden om forretningspotentiale: Fremme viden hos bl.a. investorer og forretningsudviklere om potentialerne i de kreative erhverv.
- Videnformidling: Formidling og gennemførelse af analyser om de kreative erhvervs potentialer, behov og rammebetingelser.
- Klyngedannelse: Samarbejde med relevante interessenter om forretningsudvikling for kreative iværksættere og vækstvirksomheder.
- Internationalisering: Samarbejdsprojekter med danske og udenlandske aktører om bl.a. forretningsudvikling, finansiering, immaterielle rettigheder.

### Baggrund

Analyser<sup>17</sup> viser, at de kreative virksomheder har ligeså store ambitioner om at skabe vækst, som virksomheder i det øvrige erhvervsliv, men at de oplever vedvarende udfordringer med bl.a. forretningsudvikling, internationalisering, finansiering og immaterielle rettigheder. Der hersker desuden forsat og vedvarende behov for at formidle potentialerne i de kreative erhverv overfor investorer og forretningsudviklere.

### Effekter og værdi

- Øget samarbejde på tværs af brancher, kommuner og regioner, så viden om forretningsmodeller og positive vækstresultater fra én branche eller én region bliver udnyttet til yderligere vækst og udvikling i andre brancher og regioner.
- Potentialerne og mulighederne for vækst og jobskabelse indenfor kreativt iværksætteri og innovation bliver kendte og anerkendte blandt investorer og forretningsudviklere.
- Investorer og forretningsudviklere samarbejder med kreative iværksættere og skaber bæredygtige kreative vækstvirksomheder.
- Regionale klyngeinitiativer indenfor de kreative erhverv samarbejder, bl.a. for at styrke Danmarks muligheder for at tiltrække EU-projekter til landet og øge den danske andel af EU-midler til innovation.
- Der vil fortsat være et tværnationalt samarbejde, der styrker Danmarks muligheder for at deltage i EU-projekter, der gavner danske kreative iværksættere og øger den danske innovationskraft.

#### 4.1.2 Creative Business Cup – Forretningsudvikling for kreative iværksættere

Creative Business Cup<sup>18</sup> sætter forretningsforståelse, finansiering og kompetenceudvikling i de kreative erhverv på dagsordenen for iværksættere i de kreative erhverv i Danmark. Den globale finale som hvert år afvikles i Danmark, sætter Danmark på verdenskortet og tiltrækker virksomheder, investorer og iværksættere.

Der skal gennemføres følgende initiativer:

- Forretningsudvikling for kreative aktører i hele landet: Tilbud om ide- og forretningsudvikling for kreative iværksættere i samarbejde med kommuner og regioner. Både kreative aktører med nye idéer, der endnu ikke har afprøvet forretningspotentialet til de virksomheder, der har brug for sparring for at vokse og skabe vækst og arbejdspladser.
- Styrkelse af adgang til kapital: Udvalgte danske kreative vækstvirksomheder tilbydes kontakt og præsentation overfor internationale investorpaneler. Dette kan videreudvikles med en egentlig fond til investering i udvalgte kreative virksomheder.
- Internationalisering af danske kreative iværksættervirksomheder: Danske kreative virksomheder får nem adgang til internationale netværk og videndeling.
- Branding af Danmark i forhold til kreative kompetencer: CKO har udviklet Creative Business Cup, og den afholdes derfor hvert år i Danmark. Der skal ikke bruges ressourcer på én gang at tiltrække særlige internationale events for kreative erhverv. Ressourcerne kan bruges på at udvikle og kvalitetssikre den eksisterende Creative Business Cup.
- Tiltrække og fastholde udenlandske kreative iværksættere og virksomheder: Der kan etableres særlige tilbud og miljøer, der fastholder de danske vækstiværksættere i Danmark. Samtidig kan man tiltrække udenlandske kreative iværksættere til landet, så de vælger at etablere deres virksomhed i Danmark til gavn for dansk eksport, vækst og jobskabelse.

<sup>17</sup> CKO (2011): Behovsanalyse – Kreative Erhverv i Danmark I og II, se evt. <http://cko.dk/behovsanalyse>

<sup>18</sup> Se mere på [www.creativebusinesscup.com](http://www.creativebusinesscup.com)

## Baggrund

Creative Business Cup tager udgangspunkt i de kreative iværksætteres motivation og behov. De kreative iværksættere får styrket deres forretningsforståelse og kommer nærmere en bæredygtig virksomhed gennem adgang til specialiseret forretningsudvikling og kontakt til investorer. Creative Business Cup kan udbygges til et økosystem, der indeholder tilbud til den kreative iværksætter, der netop har udviklet en idé, forretningsudvikling for kreative iværksættere og tilbud om finansiering, netværk og internationalisering for de kreative vækstvirksomheder med størst potentiale.

## Effekter og værdi

- Danske iværksættere får adgang til skæddersyet forretningsudvikling, og etablerer bæredygtige virksomheder. En del af iværksætterne får internationale kontakter og vokser til eksport- og vækstvirksomheder. Der er tilbud både til de helt nye kreative iværksættere og til gazelle-virksomheder med potentiale for international vækst.
- De mange kreative iværksættere samlet til Creative Business Cup tiltrækker investorer og eksperter, og danske kreative iværksættervirksomheder etablerer samarbejde med investorer og forretningsmentorer til gavn for innovationen, væksten og jobskabelsen i Danmark.
- Et samlet initiativ tiltrækker opmærksomheden og præsenterer succeshistorierne, så både kommende iværksættere, forretningsudviklere og investorer vil deltage, og det skaber vækst og arbejdspladser i Danmark.
- Creative Business Cup sætter Danmark på verdenskortet i de kreative erhverv, og bidrager med at fastholde og tiltrække kreative iværksættere til Danmark.

## 4.2 Bidrag til vækst og innovation

Indsatsområde 2: *Styrke innovation og konkurrenceevnen i øvrige erhverv ved at fremme samspillet med kreative erhverv*

### 4.2.1 Innovation med kreative kompetencer i andre erhverv og samfundet i øvrigt

Et samarbejde med kreative virksomheder og iværksættere øger innovationskraften og styrker konkurrencedygtigheden i alle dele af erhvervslivet og samfundet i øvrigt. Det handler om at differentiere virksomheden fra konkurrenterne og skabe stærkere relationer til både kunder, brugere, medarbejdere og forretningspartnere<sup>19</sup>. Det skal være nemt for traditionelle virksomheder at samarbejde med kreative virksomheder og iværksættere. Derfor skal der være et udbud af kreative virksomheder, som er klar til at tilbyde deres ydelser, og vejledning om, hvordan virksomhederne bedst griber samarbejdet an.

Der skal gennemføres følgende initiativer:

- Innovationsforløb: CKO tilbyder i samarbejde med kreative virksomheder innovationsforløb i det øvrige erhvervsliv og offentlige institutioner. Det vil fremme business-2-business salget af kreative tjenesteydelser til det øvrige erhvervsliv og samfundet i øvrigt.
- Samarbejde med kulturinstitutioner: CKO tilbyder i samarbejde med Invio innovationsforløb for relevante kulturinstitutioner.
- Analyser og videnformidling: Information og vejledning om innovation og vækst gennem samarbejde med kreative virksomheder og iværksættere.
- Udvikling af rammevilkår: Mulighederne for innovation i virksomheder og institutioner gennem samspil med kreative iværksættere og virksomheder skal indgå i den danske innovationsdagsorden, og kreative aktører kan indgå i Innovationsfondens InnoBooster system.
- Kultur- og erhvervsfremstød: Effektiv udnyttelse af kreative kompetencer i danske virksomheders eksportfremstød.

<sup>19</sup> CKO (2012): Kreative Konkurrencefordele, se evt. <http://cko.dk/kk>

### Baggrund

Mere end fire ud af ti danske virksomheder ser en klar forretningsmæssig gevinst og mulig konkurrencefordel i at samarbejde med en kreativ virksomhed om differentiering, innovationsforløb, udvikling af kundeoplevelsen, organisationsudvikling mv<sup>20</sup>. CKO har erfaring med netop dette felt, og i 2010-12 gennemførte CKO mere end 100 vejledninger, hvor 89 pct. af virksomhederne var tilfredse eller meget tilfredse med vejledningen. CKO har også gennemført mere end 20 innovationsprojekter mellem kreative virksomheder og det øvrige erhvervsliv. Mere end 80 pct. af virksomhederne angav, at det var en god investering<sup>21</sup>. CKO er bl.a. partner i Invio - Innovationsnetværk for Oplevelsesøkonomi. Fokus er innovation og vækst gennem udvikling af bl.a: kulturøkonomiske virksomheder som events, museer, attraktioner og kreative erhverv som en ressource for innovation i oplevelseserhverv.

### Effekter og værdi

- Danske virksomheder og institutioner får styrket deres innovationskraft, konkurrenceevne, og vil kunne skabe værdi for deres kunder på parametre ud over pris.
- Øget forretningsudvikling og salg af flere ydelser for virksomheder i de kreative erhverv.
- Endelig vil der fortsat være et vækstinitiativ, hvor man samler, formidler og udvikler viden om innovation og vækst gennem samarbejde og udvikling af kreative iværksættere og virksomheder. Den viden stilles til rådighed for både offentlige og private aktører.

## 5. Definition og afgrænsning af de kreative erhverv

### DEFINITION OG AFGRÆNSNING

Det kan være vanskeligt at afgrænse de kreative erhverv i statistiske undersøgelser, og definitioner vil ofte afhænge af formålet med undersøgelserne. Begreber som *kreative industrier*, *kulturelle industrier* og *kreative økonomier* bliver ofte anvendt om det samme, men med større eller mindre variation. CKO følger de definitioner, der anvendes af Erhvervsstyrelsen, der er inspireret af EU og UNESCO vel vidende, at efterhånden som det øvrige erhvervsliv benytter sig af kreative kompetencer som fx design og iscenesættelse, bliver afgrænsningen yderligere vanskeliggjort. Følgende sektorer kan med afsæt i EU's og UNESCO's definitioner anses som kreative erhverv: arkitektur, live-underholdning og teater, design, forlagsvirksomhed, film, video, radio og TV, legetøj, computerspil, musik, kunst og kunsthåndværk, madkultur og natteliv, møbler, møde, reklamer, forlystelsesparker og events, turisme, sport og fritid.

Der er naturligvis en række særkender ved de forskellige erhverv, der samlet bliver betegnet som kreative erhverv. Heri adskiller de kreative erhverv sig ikke fra andre dele af erhvervslivet. I en analyse af behovene hos de kreative erhverv i Danmark<sup>22</sup> fremgår det, at der er flere fælles træk mellem de virksomheder, man med en samlet betegnelse kalder kreative virksomheder, end der er for virksomheder, man kalder for det øvrige erhvervsliv. De kreative erhverv har særlige udfordringer.

<sup>20</sup> CKO (2011): Behovsanalyse – Kreative Erhverv i Danmark I og II, se evt. <http://cko.dk/behovsanalyse>

<sup>21</sup> CKO (2012): Kreative Konkurrencefordele, se evt. <http://cko.dk/kk>

<sup>22</sup> CKO (2011): Behovsanalyse – Kreative Erhverv i Danmark I og II, se evt. <http://cko.dk/behovsanalyse>