



INSPIRATIONSPUNKTER

10. december 2015

[KUN DET TALTE ORD GÆLDER]

Sag 2015 - 14260
/kasgre-erst

[Det er aftalt, at Kulturministeren taler først.]

Samråd i Kulturdvalget den 17. december 2015 kl. 16.00-17.30 – Spørgsmål E stillet efter ønske fra Mogens Jensen (S)

Ad spørgsmål E (a):

Med henvisning til artikel i Politiken mandag den 26. oktober 2015 "Regeringen sløjfer center for kulturøkonomi" bedes ministrene redegøre for resultater og erfaringer for arbejdet udført af CKO set fra såvel en erhvervspolitisk som kulturpolitisk vinkel. Der ønskes herunder en redegørelse for, hvordan regeringen fremadrettet vil anvende den viden og erfaring, som er opsamlet i CKO, og hvordan man fremadrettet vil understøtte partnerskaber mellem kultur og erhvervsliv og skabe rum for, at virksomheder og kunstnere kan mødes. Endelig bedes der redegjort for, hvordan regeringen vil understøtte, at bæredygtige initiativer under CKO, som f.eks. "Creative Business Cup", kan fortsættes.

- Tak for invitationen til at komme herover i udvalget og besvare en række spørgsmål om Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi.
- Som min kollega, kulturministeren, lige har redegjort for, har Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi bidraget til at skubbe på en udvikling, hvor kultur, entreprenørskab og erhverv går fint hånd i hånd.
- Jeg vil nu koncentrere mig om den erhvervspolitiske vinkel i min besvarelse.

[Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomis opstart og virke]

- Som bekendt blev Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi oprettet som led i en politisk aftale fra 2007 om styrkelse af kultur- og oplevelsesøkonomien i Danmark.
- Siden stiftelsen i 2008 har Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi gennemført en række aktiviteter med det formål at styrke væksten gennem bedre samspil mellem

kultur- og erhvervsliv. Det er sket gennem vejledning og ved at profilere forretningspotentialet i øget samarbejde mellem kreative iværksættere og vækstvirksomheder.

- Selvom Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomis aktiviteter primært har haft et nationalt sigte, har centret også været involveret i internationale projekter på tværs af nordiske lande og på EU-niveau.
- Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomis arbejde spænder derfor bredt og flere end 100 virksomheder deltog fx i Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomis vejledningsaktiviteter fra 2010 til 2012.
- Derudover har Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi gennemført flere end 20 innovationsprojekter med kreative virksomheder og det øvrige erhvervsliv og løst opgaver for KreaNord – et afsluttet initiativ under Nordisk Ministerråd, om bedre vilkår for kreative erhverv i Norden.
- Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi har også udviklet og drevet Creative Business Cup, som både er en dansk og en international konkurrence, hvor iværksættere fra det meste af kloden kommer til Danmark for at dyste om prisen som verdens bedste kreative iværksætter. Det vender jeg tilbage til.
- Som jeg forstår det, er den generelle opfattelse, at Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi har været en vel fungerende videnplatform og skabt værdi gennem projektstøtte, vejledning og vurdering.

[Længe kendt at bevillingen til Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi ophørte]

- I forhold til økonomien vil jeg gerne slå en ting fast.

Denne regering har lavet mange nye ting, siden vi trådte til. Men i forhold til bevillingen til Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi har denne regering ikke handlet anderledes end den tidligere regering.

- Bevillingsophøret til Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi er velkendt, og det har Kulturministeriet drøftet med centeret af flere omgange. Centeret har været finansieret af de gamle UMTS-midler, der er indtægter fra salg af frekvenser til mobiltelefoni, og som følge af budgetloven er der ikke længere samme adgang til at bruge sådanne indtægter i et år til at finansiere udgifter i de efterfølgende år.

[Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomis erhvervsmæssige indsats]

- I forhold til CKO's erhvervsmæssige indsats synes Creative Business Cup at have opnået international anerkendelse som en nyskabende platform, hvor nogle af verdens gode kreative ideer konkurrerer mod hinanden.
- Creative Business Cup kan derfor bidrage til at styrke udviklingen af de kreative erhverv, som allerede udgør en vigtig del af dansk økonomi med ca. 85.000 beskæftigede, der leverer en årlig omsætning på ca. 200 mia. kr. Medregner vi oplevelseserhvervene, står de for knap 12 pct. af Danmarks værditilvækst.
- De kreative erhverv bidrager også til innovation og øget konkurrenceevne i andre erhverv. Iværksættere fra kreative erhverv orienterer sig fx i højere grad internationalt end den gennemsnitlige, danske iværksætter. Og dermed tiltrækker de viden og netværk, der udvikler Danmarks kreative erhvervskompetencer.
- Creative Business Cup er kort sagt med til at opdyrke

det kreative vækstlag.

- Succesen bygger på en stigende efterspørgsel efter kreativ forretningsudvikling. De kreative er blevet mere bevidste om egne forretningspotentialer, og traditionelle virksomheder ser oftere muligheder i kreative partnerskaber. Den udvikling rummer kimen til øget vækst.
- Creative Business Cup understøtter udviklingen ved at kvalificere kreative iværksætterprojekter. Deltagerne får feedback og sparring fra investorer og eksperter fra juryen. Det øger deres erhvervskompetencer og forretningsforståelse og styrker mødet mellem kreativ og kommerciel udvikling – både i og uden for Danmark.
- Vi skal også huske værdien af at være vært for en internationalt anerkendt konkurrence af den kaliber. Det har ikke alene en afsmittende effekt på økonomien som helhed. Det tiltrækker også positiv opmærksomhed fra hele verden og markedsfører Danmark som kraftcenter for den kreative økonomi.

[Sådan vil regeringen anvende viden og erfaringer opsamlet i Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi]

- Når jeg understreger flere gavnlige effekter af Creative Business Cup, er jeg naturligvis også glad for, at der er fundet en løsning, hvor Creative Business Cup udskilles fra Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi i en ny erhvervsdrivende forening. Som jeg har forstået det, forventer foreningen at samarbejde med flere parter, både private og offentlige, der er parate til at skyde penge i Creative Business Cup.
- Det bedste fra Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi ser således ud til at fortsætte, og jeg er enig med kulturministeren i, at vi også fremover formentlig vil se andre

værdifulde partnerskaber mellem kultur- og erhvervsliv. Det glæder mig, for jeg mener som udgangspunkt, at parter der kan selv også skal selv.

- Samtidig kan jeg berolige spørgeren med, at erfaringer fra Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi selvfølgelig vil indgå i regeringens videre arbejde med kreative erhverv og entreprenørskab.
- Jeg ser frem til at følge foreningens virke og forhåbentlig se endnu flere kreative kommercielle succeser i de kommende år.
- Tak for ordet.

[SLUT]