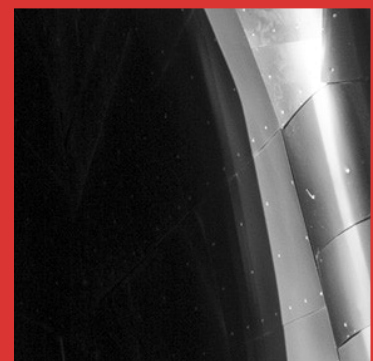
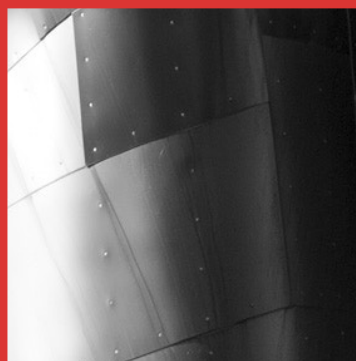
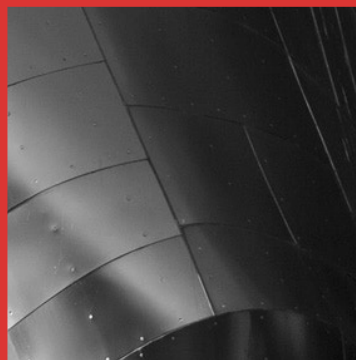
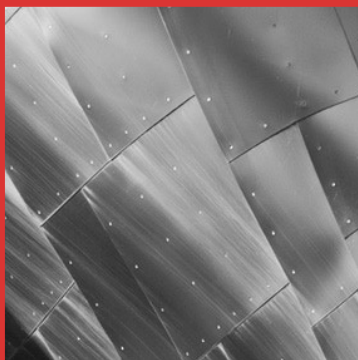
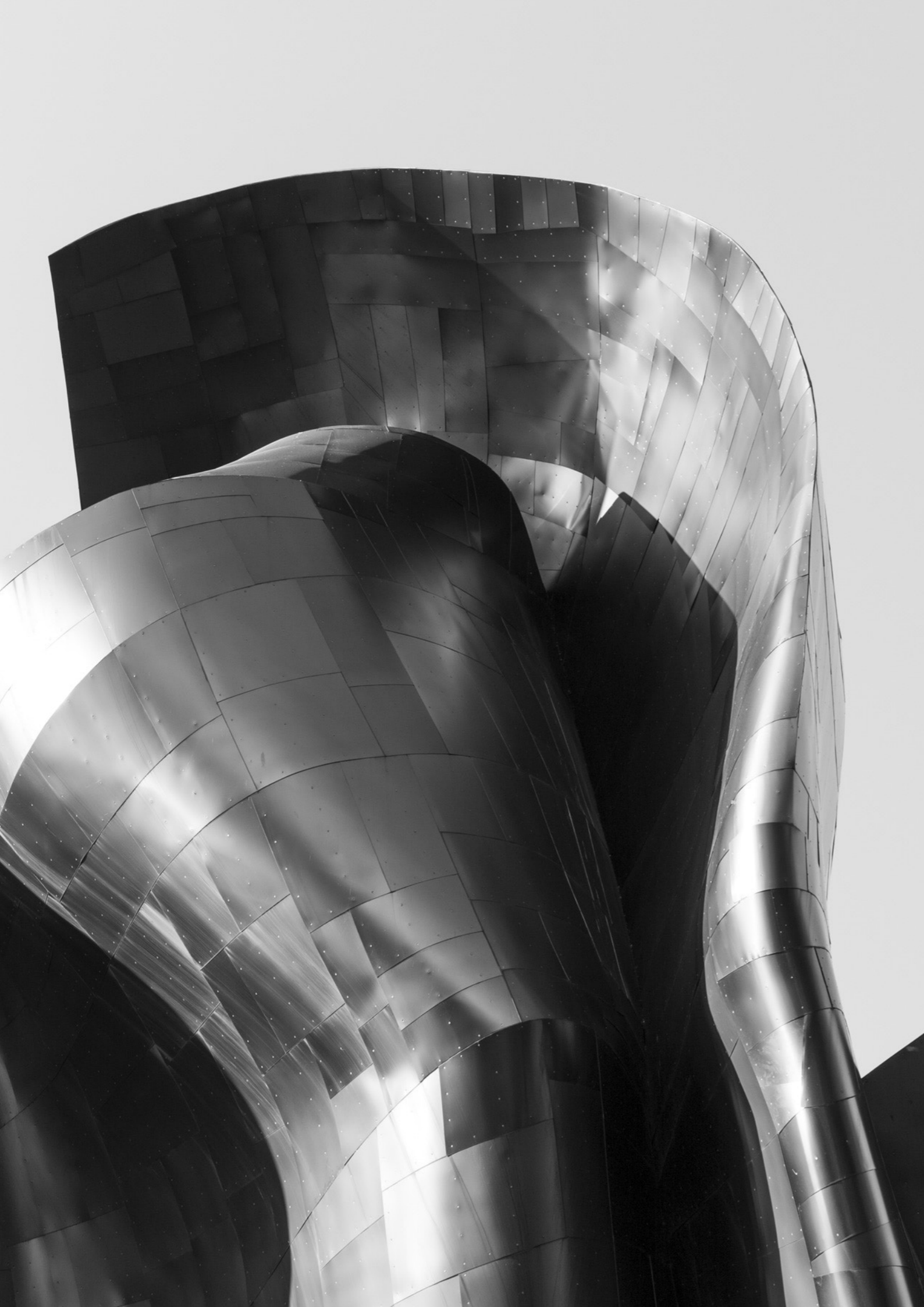




Mellom tech og kultur

Kulturinkubatoren og dens plass i
utviklingen av kreative og kulturelle
næringer i Stavanger-regionen





Kunnskapsverket © 2018

Adresse: Kunnskapsverket C/O Høgskolen i Innlandet,
Postboks 400, N - 2418 Elverum

www.kunnskapsverket.org
kontakt@kunnskapsverket.org

Tittel: Mellom tech og kultur – Kulturinkubatoren og dens
plass i utviklingen av kreative og kulturelle næringer i Stavanger-regionen

Forfattere: Torhild Andersen, Karin Ibenholt & Atle Hauge

Design: Guro Nordby Waagene
Cover photo: Ryan Parker on Unsplash

Rapport nr: 02-2018
Dato: Oslo/Lillehammer januar 2018
ISBN: 978-82-93482-25-3

Kunnskapsverket, i samarbeid med Østlandsforskning og Samfunnsøkonomisk analyse har på oppdrag fra Stavanger kommune og Rogaland fylkeskommune, gjennomført en evaluering av Kulturinkubatoren i Stavanger. Evalueringen har hatt et vidt mandat som også har omfattet en vurdering av andre relevante tiltak for utvikling av kulturelle og kreative næringer i regionen.

Arbeidet med evalueringen har omfattet intervjuer med et utvalg nåværende og tidligere inkubatorbedrifter, ledere i Validé og en rekke andre samarbeidsparter og aktører i kulturnæringsfeltet i regionen, samt nøkkelpersoner i kommune og fylkeskommune. Vi har også gjennomført statistiske analyser basert på Samspillsdatabasen (SSDB). I tillegg har vi gjennomført dokumentstudier av relevante dokument og rapporter som omhandler Kulturinkubatoren og tilbudet ellers i regionen, samt en kunnskapsoppsummering av nasjonale satstinger og tiltak andre steder i landet.

Vi takker alle som har bidratt med sin tid, kunnskap og erfaringer.

Kunnskapsverket, Østlandsforskning og Samfunnsøkonomisk analyse takker for et interessant oppdrag og håper det vil være til nytte for videre utvikling av kulturelle og kreative næringer i Stavanger-regionen. Rapporten er skrevet av Torhild Andersen (Østlandsforskning), Karin Ibenholt (Samfunnsøkonomisk Analyse) og Atle Hauge (Høgskolen i Innlandet)

Lillehammer/Oslo, januar 2018

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	12		
1.1 Formålet med evalueringen	12		
1.1.1. Evaluering av Kulturinkubatoren	12		
1.1.2. Sammenlikning med andre relevante modeller	13		
1.2 Begrepene kulturelle og kreative næringer	14		
1.3 Evalueringens spørsmål og metode	15		
1.3.1. Dokumentstudier	15		
1.3.2. Intervjuer	16		
1.3.3. Statistiske analyser	16		
1.3.4. Kunnskapsoppsummering	17		
1.3.5. Problemstillinger og datainnsamling	17		
1.4 Om rapporten	18		
2 Kulturinkubatoren	19		
2.1 Utvikling og status	19		
2.1.1 Fra Ipark til Validé	19		
2.1.2. Fra Kultibator til kulturinkubator til akselerator	20		
2.1.3. Mål og målgruppe	21		
2.1.4. Finansiering av Kulturinkubatoren	22		
2.2 Dagens tilbud	25		
2.2.1. Investering	25		
2.2.2 Rådgivning	25		
2.2.3. Kompetanseutvikling	26		
2.2.4. Coworking og nettverk	26		
2.3 Får bedriftene andre former for støtte?	27		
2.4 Hvordan har det gått med bedriftene?	28		
2.5 Erfaringer fra inkubatorbedriftene	29		
2.5.1 Investering og finansiering	30		
2.5.2 Rådgivning og mentoring	30		
2.5.3 Kompetanseutvikling	31		
2.5.4 Tilgang til nettverk	31		
2.5.5. Kontorfasiliteter og coworking	32		
2.5.6. Hvordan hadde det gått uten Kulturinkubatoren?	32		
2.5.7. Er tilbudet personavhengig?	33		
2.5.8 Om business og kultur	34		
2.5.9. For lite kultur og for mye tech?	35		
3 Kulturinkubatoren sin nasjonale og regionale kontekst	36		
3.1 Relevante virkemidler og tiltak på nasjonalt nivå	36		
3.1.1. Innovasjon Norge	38		
3.1.2. Ny satsing på kreative og kulturelle næringer	38		
3.1.3. Norwegian Innovation Clusters	41		
3.1.4. Angel Challenge	42		
3.2 Fylkeskommunale virkemidler, ordninger og tiltak	43		
3.2.1. Østfold: inkubatorbedrift og Blender Collective	44		
3.2.2. Oslo: tilskuddsordning og «raske resultater»	44		
3.2.3. Hedmark: sporene etter OL i 1994	45		
3.2.4. Oppland: Høge sprang	46		
3.2.5. Møre og Romsdal: eget program for kreative næringer og hoppid.no	46		
3.2.6. Trøndelag	47		
3.2.7. Troms: Intro	48		
3.2.8. Finnmark: Kultur næringsfond, kultur næringshage og Surstoffnettverk	48		
3.3 Kulturinkubatorens plass i Stavanger- regionen	49		
3.3.1. Kulturinkubatorens nåløye	49		
3.3.2. Ressursgruppe for kreative kommersielle næringer	50		
3.3.3. Verdiskapingsforum ved UiS	50		
3.3.4. Innovation Dock	50		
3.3.5. Inlet Inkubator	51		
3.3.6. TOU Scene	51		
3.3.7. Elefant	52		
3.3.8. Andre coworkingmiljø av kulturelle og kreative næringer	52		
3.3.9. STAR	52		
3.4 Kulturinkubatorens plass i kultur næringsutviklingsystemet	53		
4 Konklusjoner og anbefalinger	56		
5 Referanseliste	58		
6 Vedlegg	62		
6.1 Intervjuguide inkubatorbedrifter	62		
Figurer			
Figur 1.1 Evalueringens modell	13		
Figur 1.2 Nasjonal og regional sammenheng	14		
Figur 1.3 Kulturelle og kreative næringer	15		
Figur 3.1. Fordeling av antall tilsagn i støtteordning for: kreativ næring – næringsutvikling etter sjanger	40		
Figur 3.2. Fordeling av antall tilsagn i støtteordning for: kreativ næring – næringsutvikling etter fylker.	40		
Figur 3.4 Kulturinkubatoren i nasjonal og regional sammenheng	54		
Tabeller			
Tabell 1 Evalueringens spørsmål og metode	17		
Tabell 2 Antall deltakere i hvert program hvert år, og totalt antall unike deltakere	21		
Tabell 3. Finansiering av Kulturinkubatoren	22		
Tabell 4 Andre typer støtte	28		

Oppsummering

Stavanger kommune og Rogaland fylkeskommune har ønsket en evaluering av Kulturinkubatoren med utgangspunkt i perioden 2011–2016. Evalueringen har som formål å gi et godt kunnskapsgrunnlag for å bidra til å styrke og videreutvikle kulturnæringen i regionen, ved å vurdere om dagens offentlige virkemidler kan forbedres og justeres. I tillegg til å vurdere selve Kulturinkubatoren omfatter evalueringen en beskrivelse av utviklingstrekk, virkemidler for kulturnæringene og andre modeller for kompetanseoppbygging for kulturelle og kreative næringer. Med dette plasseres Kulturinkubatoren her inn i en nasjonal og regional kontekst av modeller for finansiering/investering, kompetanseprogram, mentorordninger, nettverk og coworking.

Evalueringen er basert på:

- relevante dokument om Kulturinkubatoren
- kunnskapsstatus om nasjonale og regionale modeller og tiltak
- statistiske analyser ved hjelp av Samspillsdatabasen
- intervjuer med ti kulturinkubatorbedrifter
- intervjuer med tolv nøkkelpersoner i og rundt Kulturinkubatoren

Evalueringen konkluderer med et bilde av en kulturinkubator som har hatt stor betydning for utviklingen av deltakerbedriftene i form av overlevelse, vekst og innpass i markedet. Utviklingen i retning mot mer intensive program (ITSA) forsterker denne effekten. Kulturinkubatoren ser ut til å lykkes med å nå sine mål.

Kulturinkubatoren representerer ett av fem fagområder i Validés inkubator, som i stor utstrekning samarbeider på tvers. Kompetansen om kulturnæringer spesielt er først og fremst ivaretatt av Kulturinkubatorens leder, og i mindre grad integrert organisatorisk i inkubatoren som helhet. Kulturinkubatortilbudet synes derfor slik det nå er organisert, noe sårbart og personavhengig. Ved en videre satsing på kulturnæringer i inkubatoren vil det være hensiktsmessig å vurdere denne organiseringen.

Inkubatorens målgruppe er bedrifter i tidligfase med vekstambisjoner og -potensiale. Alle startup-ideer blir vurdert, mens nåløyet for å bli opptatt i inkubatorprogrammet er relativt trangt. Målgruppen sammenfaller med den delen av de kulturelle og kreative (KK) næringene som defineres som «kreative næringer med stort kommersielt potensial». Men den største delen av kulturnæringene (i antall virksomheter) faller utenfor denne målgruppa. Den delen av bransjen vi definerer som «kulturelle næringer med kommersielt potensial» består

gjærne av små bedrifter som ikke nødvendigvis har som ambisjoner å vokse i omfang og der skalering ikke er målet. Mange av dem er heller ikke tidligfase-bedrifter. Tvert om har Stavanger en rekke etablerte kulturnæringsbedrifter, som samarbeider i velfungerende coworkingmiljø og nettverk. Det er stort potensiale og muligheter for å også bygge på disse miljøene og deres kompetanse og utvikle kompetansetilbud til en bredere målgruppe av kulturnæringer.

Mellom tech og kultur

Kulturinkubatoren og dens plass i utviklingen av kreative og kulturelle næringer i Stavanger-regionen

1. Innledning

1.1 Formålet med evalueringen

Formålet med evalueringen har vært å gi et godt kunnskapsgrunnlag for å bidra til å styrke og videreutvikle kulturnæringen i regionen, ved å vurdere om dagens offentlige virkemidler kan forbedres og justeres.

Oppdraget fra Rogaland fylkeskommune og Stavanger kommune var todelt:

1. Evaluering av Kulturinkubatoren (med utgangspunkt i perioden 2011-2016)
2. Sammenlikning med andre modeller for kompetansebygging for kulturelle og kreative næringer

1.1.1. Evaluering av Kulturinkubatoren

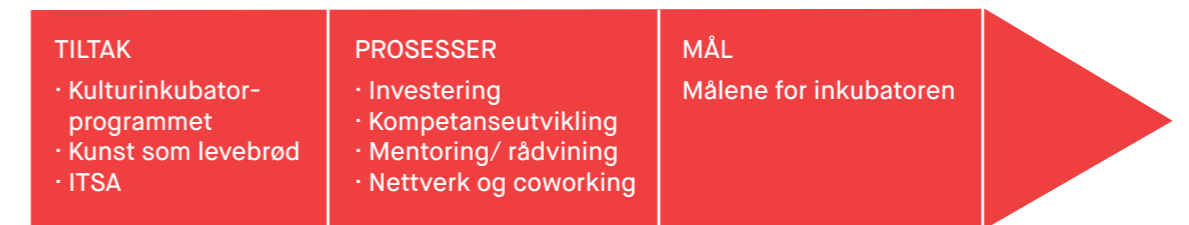
Bakgrunnen for etablering av Kulturinkubatoren var behovet for en spisset inkubatormodell med kompetanse på kultur, fordi kulturfeltet som næringsfelt manglet modeller, prosesser og tradisjoner for kommersialisering. Inkubatoren drives av Validé og har fått årlige tilskudd fra Rogaland fylkeskommune, Stavanger kommune og Innovasjon Norge. Vi har tolket evalueringen både som en effektevaluering og en prosessevaluering. I en effektevaluering er det måloppnåelse som skal dokumenteres og vurderes, i dette tilfellet de mål som er satt av og for Validé for Kulturinkubatoren. Dette oppdraget har også som formål å bidra til videreutvikling av kulturnæringen i regionen og virkemidlene knyttet til dette, og her er kunnskap om planlegging, organisering og gjennomføring relevant, slik at det også er en prosessevaluering. Vi har i denne evalueringen valgt å definere og se på fire prosesser eller sider ved virksomheten:

- investering/ finansiering
- kompetanseprogram og -utvikling
- mentoring og rådgivning
- nettverk, samarbeid og coworking

Kulturinkubatorens virksomhet har i de aktuelle årene bestått av tre programstrukturer (tiltak) som beskrives nærmere i rapporten:

- Kulturinkubatorprogram
- Kunst som Levebrød (KSL)
- Ipark Tech Startup Accelerator (ITSA)

Den initierte sammenhengen mellom tiltak, prosesser og mål omtales ofte i forbindelse med evalueringer som tiltakets evalueringens handlingsteori. I figuren nedenfor beskrives sammenhengen i denne evalueringen.



Figur 1.1 Evalueringens modell

Vi har søkt å belyse hva deltakelse i Kulturinkubatoren har betydd for den enkelte bedrift, hva inkubatoren har betydd for kulturnæringen i regionene og hvor det er utviklingspotensial. Hvordan inkubatorbedriftene gjør det økonomisk avhenger selvfølgelig av mange ulike faktorer, både interne som for eksempel kompetanse, nettverk, ressurser og eksterne som markedssituasjonen, tilgang på kapital med mere, og det har vært et mål å søke å isolere Kulturinkubatorens betydning.

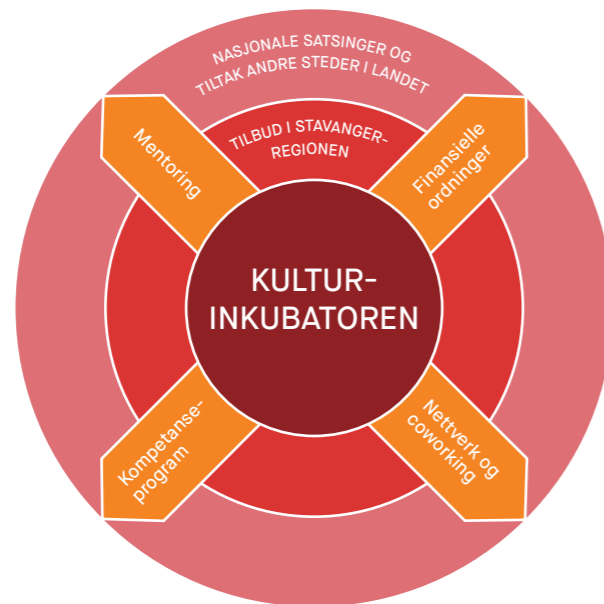
Utlysningen skisserte noen sentrale spørsmål som var ønsket besvart. Vi har i tillegg sett det som relevant å belyse spørsmålet om måloppnåelse av de målene som er nedfelt for etablering og drift av Kulturinkubatoren. En evalueringens største utfordring er å fastslå med størst mulig sikkerhet om effektene skyldes de iverksatte tiltakene eller andre forhold. Vi forsøker - i hovedsak ved hjelp av intervjuene - å isolere effekten av deltakelse i Kulturinkubatoren.

1.1.2. Sammenlikning med andre relevante modeller

Oppdragets andre del omfattet opprinnelig beskrivelse av og erfaringer fra relevante typer kompetanseliknende tilbud og/ eller eksempler på vellykkede tiltak i minst 3 andre norske byer/regioner.

Vi har løst denne delen av oppdraget ved en kunnskapsoppsummering der vi setter kulturinkubatoren inn i en sammenheng med nasjonale og regionale virkemidler og tilbud, fortsatt med fokus på tema/ dimensjoner:

- finansielle ordninger
- kompetanseutvikling/ program
- mentoring/veiledning
- nettverk og coworking



Figur 1.2 Nasjonal og regional sammenheng

1.2 Begrepene kulturelle og kreative næringer

Kulturelle og kreative næringer dekker et bredt spekter av næringer og bransjer, og det kommersielle potensialet varierer i stor grad mellom disse. Noen næringer er svært avhengige av offentlig støtte (kulturpolitisk begrunnet støtte) for å overleve, mens andre har et stort kommersielt potensial og behov som ikke vesentlig skiller seg fra de fleste andre næringer. Næringene defineres også forskjellig, alt etter hva som er hensikten med definisjonen (Kong 2014). Noen av definisjonene er konseptuelle, dvs. de forsøker å identifisere hva det er som skiller kulturelle næringer fra andre næringer. Da fokuseres det blant annet på egenskaper ved produktet, hva er det som karakteriserer et kulturelt produkt (Hesmondhalgh 2013) Andre definisjoner er statistiske, ikke sjelden uten en eksplisitt teoretisk begrunnelse¹. De sistnevnte har ofte fått størst oppmerksomhet. Diskusjonen om hvilke næringer (næringskoder) som inngår i eller skal ekskluderes fra kategorien kulturelle næringer får ofte mye oppmerksomhet – er næringen innenfor eller utenfor?

¹ En annen måte å betegne disse ulike typene definisjoner, er henholdsvis teoretisk og operasjonell definisjon, se f.eks. <https://snl.no/operasjonalisering>

En måte å tenke på disse næringene er illustrert i figur 1.3. Her er næringene delt opp basert på det kommersielle potensialet, med aktører som er avhengige av offentlig støtte (som museer og biblioteker) lengst til venstre og de mest kommersielle næringene lengst til høyre. De næringene som kanskje er mest interessante når man diskuterer virkemidler som skal utløse et kommersielt potensial er de som befinner seg i midten.



Figur 1.3 Kulturelle og kreative næringer

For kommunen og fylkeskommunene kan denne type skille være interessant, da det kan si noe om hvor man skal rette støtten, men for en aktør som Validé er det ikke sikkert at denne inndelingen har samme relevans. Hvis Validés mål er å satse på de som har størst kommersielt potensial (uavhengig av kulturelt innhold) kan det være mer hensiktsmessig å satse på de kreative næringene lengst til høyre. Vi vil i vår videre drøfting av målgrupper og nedslagsfelt for tiltak og virkemidler referere til denne illustrasjonen.

1.3 Evalueringens spørsmål og metode

Arbeidet med evalueringen er basert på flere datakilder:

1.3.1. Dokumentstudier

Vi har hentet inn og gjennomgått en rekke dokument som gir kunnskap om inkubator-tjenesten, de enkelte prosjektene og annen informasjon som gir grunnlag for å beskrive tjenesten og også for å fremskaffe sekundærdata, f.eks. statistisk materiale eller andre erfaringer fra analyseperioden (2011-2016). Vi har blant annet gjennomgått saksutredninger, planer, årsrapporter og annen tilgjengelig dokumentasjon som kan belyse programmets status, prosesser, måloppnåelse og effektivitet.

1.3.2. Intervjuer

Vi har gjennomført intervjuer med 10 inkubatorbedrifter, basert på en henvendelse til 12 utvalgte deltakere:

- Deltakere for en tid tilbake: 2 av 3 inviterte (informant A og B)
- Deltakere nylige: 3 av 3 inviterte (informant C, D og E)
- Deltakere både i KSL/ inkubatoren: 2 av 2 inviterte (informant F og G)
- Bare KSL: 2 av 2 inviterte (informant H og I)
- Bare ITSA: 1 av 2 inviterte (informant J)

Intervjuene er gjennomført delvis på telefon (6) og delvis ved fysisk møte (4). To av de planlagte fysiske møtene ble omgjort til telefonintervju, da bedriftene meldte forfall.

Det er gjort lydopptak av intervjuene, som så er transkribert før opptakene ble slettet. Det ble benyttet en intervjuguide (vedlegg 1) som retningsgivende for intervjuene. I framstillingen i rapporten er bedriftene anonymisert og refereres til som bedrift A – J.

Vi har i tillegg gjennomført samtaler/intervjuer med en rekke nøkkelpersoner i inkubatoren og i randsonen rundt: Leder for Validé, leder for Kulturinkubatoren, representanter for Rogaland fylkeskommune, Stavanger kommune, Innovasjon Norge, STAR, Mediefondet Zefyr, Elefant, TOU-scene, Absinthen, Innovation Dock, Inlet Inkubator og Ressursgruppen for kreative kommersielle næringer. Disse intervjuene er dels gjennomført fysisk (4) og dels pr. telefon (8). Der vi har sitert gjenkjennbare informanter, er de forelagt informantene for sitatsjekk.

1.3.3. Statistiske analyser

Formålet med de kvantitative analysene har vært å avdekke eventuelle effekter på målbare størrelser (f.eks. lønnsomhet og omsetning) og se om de deltakende virksomhetene også bruker andre deler av (det næringsrettede) virkemiddelapparatet. For å gjøre disse analysene har vi benyttet oss av regnskapsdata for alle regnskapspliktige selskaper og Samspillsdatabasen (SSDB). Med bruk av SSDB har vi undersøkt hvilken annen offentlig støtte de virksomheter som har benyttet inkubator-tjenesten mottar og hva de får støtte for.

Gjennom regnskapsdata er det i prinsippet mulig å avdekke om deltakelse i inkubatoren har betydning for bærekraften til virksomheten. Vi kan f.eks. avdekke overlevelseshraten til deltakende virksomheter, og følge utvikling i sysselsetting for alle virksomheter. For virksomheter som er regnskapspliktige er det også mulig å analysere størrelser som omsetning, verdiskaping og driftsresultat. Sistnevnte betyr imidlertid ikke at man kan tilskrive eventuell vekst i disse parameterne til deltakelse i inkubator-tjenesten, da det er en lang rekke andre faktorer som påvirker det økonomiske resultatet.

1.3.4. Kunnskapsoppsummering

I forbindelse med evalueringens del 2 har vi gjennomført en kunnskapsoppsummering om nasjonale og regionale virkemidler og tiltak rettet mot kulturelle og kreative næringer, med relevans for Kulturinkubatorens virkeområde. Vi har også her fokusert på:

- finansielle ordninger
- kompetanseutvikling/ program
- mentoring/veiledning
- nettverk og coworking

Vi har her benyttet både Kunnskapsverkets egen forskning, dets litteraturliste og annen litteratur.

1.3.5. Problemstillinger og datainnsamling

Det var fra oppdragsgivers side skissert problemstillinger man ønsket belyst i evalueringen. I tabell 1 har vi utvidet med noen spørsmål og oppsummerer hvilke data som bidrar til å belyse de ulike problemstillingene evalueringens del 1 og 2.

EVALUERINGS SPØRSMÅL (DEL 1)		DOKUMENT- STUDIER	INTERVJU	STATISTIKK, REGISTERDATA	KUNNSKAPS- OPPSUMMERING
1	Generell utvikling i perioden mht. typer tilbud, omfang, innhold, økonomi/ finansiering. Kriteriene for å bli en oppstartbedrift i Kulturinkubatorsystemet	X	X		
2	Hvilken type støtte og samarbeid etableres mellom Kulturinkubatoren og det enkelte foretaket?	X	X		
3	Får det aktuelle foretaket andre former for støtte, finansielt og/eller kompetansemessig?		X	X	
4	Hvordan har det gått med foretaket? Har virksomheten blitt levebrød? (Hvordan har det generelt gått med deltakerne sammenlignet med regionen/landet?). Kan man isolere effekten av deltakelse i inkubatoren?		X	X	
5	Viktige erfaringer sett fra kulturaktørens side så vel som Kulturinkubatoren	X	X		
6	I hvilken grad er de målene som er nedfelt for Kulturinkubatoren oppnådd?	X	X		
Sammenlikning med andre relevante modeller (del 2)					
7	Hvilke andre modeller/tiltak kan være relevante for Stavanger?	X	X		X
8	Vurdering av overføringsverdi av andre tiltak/ forbedringspotensial		X		X

Tabell 1 Evalueringens spørsmål og metode

1.4 Om rapporten

Rapporten er tredelt. Kapittel 2 omfatter selve Kulturinkubatoren, med en gjennomgang av kulturinkubatorens virksomhet, utvikling, finansiering og dagens status. Deretter følger en analyse av sammenhengen med andre former for støtte og hvordan det har gått med bedriftene. I dette kapitlet oppsummeres også intervjudata fra bedriftenes erfaringer med Kulturinkubatoren. I kapittel 3 settes kulturinkubatoren inn i en nasjonal og regional sammenheng av virkemidler og tiltak for utvikling i kulturelle og kreative næringer og det pekes på mulige modeller til inspirasjon. Kapittel 4 angir noen valgmuligheter for veien videre.

2 Kulturinkubatoren

2.1 Utvikling og status

2.1.1 Fra Ipark til Validé

Ipark AS – nå Validé - har hatt inkubatorvirksomhet som ett av sine hovedsatsingsområder siden 1999, og er med det den eldste inkubatoren i Norge. De vurderer (totalt) mellom 400 og 500 ideer pr. år. Ca. 5 prosent blir til inkubatorselskap. Rundt 170 selskaper har vært gjennom et inkubatorløp (siden 2000) og inkubatoren har en portefølje på 65 selskaper i dag (pr 2016). Inkubatoren omfatter fem bransjeområder: Energi, helse og bioteknologi, mat og natur, IKT og kulturnæring.

Inkubatoren investerer totalt 3-6 millioner kr pr. år i inkubatorselskapene. Investering gjøres ved opptak i inkubatoren. I inkubator-perioden legger inkubatoren til rette for selskapsutvikling, produktutvikling og kommersialisering. Inkubatoren trekker seg ut etter 2-10 år, og reinvesterer exit-kapital i nye selskaper. Selskaper i inkubatoren får egen rådgiver og tilgang til inkubatorteamet. Validé bidrar med:

- omdømme og styrking av gründerteam og organisasjon
- kompetanse på selskapsutvikling, strategi, markedsforståelse og kommersialisering
- investering i selskapet og aktivt eierskap
- ekstern kapitalinnhenting
- nettverk til bransje, industri, fagkompetanse og pilotkunder

Validé er resultatet av en sammenslåing av UiS TTO² og I-Park (inkubator) i 2016. De var da 20 personer, 10 fra hver virksomhet, inkludert et forretningsutviklingsteam på 6 personer. 2016 er det første hele driftsåret til Validé. Nåværende Validé presenterer seg slik:

Validé er UiS sin enhet for teknologioverføring, som inkubator og som pådriver for å fremskaffe risikokapital. (<http://www.uis.no/>)

I korte trekk var dette en sammenslåing mellom to bedrifter som begge leverte bra. Våre intervjuer indikerer at de fleste involverte var fornøyd. Grunnen til sammenslåingen var at man så muligheter til å få til mer. Det ble derfor startet en prosess, og det kom en beslutning allerede innen seks måneder. Ifølge våre

² Technology Transfer Office: I 2003 vedtok Stortinget en endring i Loven om arbeidstakeroppfinnelser som ga universitetene rett til å kommersielt utnytte immatrielle rettigheter (IPR) utviklet ved fakultetene. Som en følge av dette vedtaket opprettet flere universiteter TTOer eller innovasjonsselskaper. Disse selskapene bistår med rådgivning og annen hjelp i kommersialiseringsfasen, og kan bl.a. bistå i søknader om midler fra Innovasjon Norge og andre aktuelle virkemiddelaktører.

informanter har dette fungert godt, delvis på grunn av at man allerede var plassert i nærheten av hverandre. Det har blitt flere ansatte, og kompetansen i gruppa har således økt. Informantene melder om bedre «energi» og gode samarbeidsrelasjoner på tvers. Ulempen er at man blir for store, blant annet at man blir rammet av EUs regelverk om bagatellmessig støtte. Man kan risikere å ramle utenfor regelverket for støtte fordi man søker for større konsortier.

Validé har fortsatt hovedvekt på 5 fagområder - energi, mat/natur, helse, IKT, kultur som «henger igjen fra den gamle organisasjonen», forteller leder for Validé. Det jobbes mer og mer på tvers av bransjene, og skillet mellom fagområdene er langt på vei opphevet.

2.1.2. Fra Kultibator til kulturinkubator til akselerator

I 2007, da I-park het Rogaland kunnskapspark ble «Kultibatoren» opprettet som en egen inkubator for kulturnæringer. Kultibatorprogrammet var et 2-3-årig program for enkeltvirksomheter som omfattet 50 timer veiledning samt 5-6 fellessamlinger i året. En stor del av deltakerne ble rekruttert fra programmet FRAM kultur. I 2010 ble det i tillegg gjennomført en produsentskole for filmprodusenter og en showcase i Berlin.

I oppsummeringen av årene 2009-2011 (Sannes, 2011) pekes det bl.a. på at Kultibatoren bidro til å utvikle forståelse for generelle virkemidler og redskaper innen forretningsutvikling for sine deltakere. Den bidro også til å skaffe midler til deltakerne. Det var fokus på internasjonalisering av deltakerne. Programmet ga generell forståelse for kommersialisering, men lyktes ikke like sterkt med å utvikle de enkelte virksomhetene på grunnlag av de forutsetningene som finnes i de forskjellige delene av kulturnæringsfeltet.

I løpet av 2011 skiftet navnet til Kulturinkubatoren og det ble opprettet en ny programstruktur fra 2012 med en mer bransjespesifikk tilnærming til forretningsutvikling. Kunst som levebrød (KSL) ble utviklet – et forretnings- og fagutviklingsprogram for profesjonelle billedkunstnere. KSL ble gjennomført i 2011-12 og 2013-14 med hhv 10 og 7 deltakere. Programmet hadde utøvende billedkunstnere som målgruppe. Målet var å styrke kunstnernes kommersielle og kunstneriske virksomhet i tråd med prinsippene for å produsere, forvalte og selge åndsverk. KSL var et program som gikk over et år, og bestod av en rekke fagsamlinger med egenpresentasjoner og presentasjoner fra nasjonalt og internasjonalt fagmiljø. Programmet tilbød også veiledningstimer for den enkelte deltageren både på forretningsutvikling og på kunstfaglig del av den enkeltes virksomhet. Fagsamlingene varte i 8-10 timer pr gang, og bestod av en forretningsdel og en fagmessig del.

Dette ble så videreutviklet til et KSL-program som er en nettverks- og kompetansearena med deltakere fra galleri, visningsrom og kunstnerdrevne visningssteder. Målet er å styrke dette leddet i kunstnernes næringskjede for å bidra til en samlet sterkere bransje. Programmet ble gjennomført i 2016 med 9 deltakere. Deltakerne i KSL får videre veiledning fra kulturinkubatoren.

Ipark AS opprettet i 2015 en pilot i form av et akseleratorprogram for oppstartsselskap innenfor tech og kulturnæring, Ipark Tech Startup Accelerator (ITSA). Man så et behov for en ny type utviklingsprogram for oppstartsselskaper hvor gründerne får rask tilgang til avgjørende ressurser som nettverk, bransjespesifikk kompetanse, erfaring fra andre gründerne, tilgang til potensielle kunder, tilgang på kunnskap om forretningsutvikling og tilgang til risikokapital. Den første ITSA hadde oppstart 14. Januar 2016, og varte til 26. mai 2016, og 11 oppstartsselskaper deltok. Fire av de som gjennomførte var kulturnæringsbedrifter med digitale forretningsmodeller og med internasjonale ambisjoner. ITSA er nå en etablert del av tilbudet til selskapene i kulturinkubatoren. Den andre ITSA startet opp i november 2016. Akseleratorprogrammet varer i 12 uker med en heldags fellessamling pr uke og ukentlig oppfølging av selskapene med egne rådgivere.

I den ordinære kulturinkubatortjenesten får deltakerne mulighet til å leie lokaler til redusert pris, og tilgang til rådgivere fra Validé og et nettverk av andre næringsdrivende. Videre tilbyr man kontakt med investorer, både private og offentlige.

Tabellen under summerer opp antall deltakere i de forskjellige programmene i perioden 2011-2016.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Totalt (unike deltakere)
Inkubator	8	10	13	11	6	2	17
KSL	9	9	7	14	1	0	16
Inkubator & KSL	1	1	0	0	6	0	8
ITSA	0	0	0	0	0	4	4

Tabell 2 Antall deltakere i hvert program hvert år, og totalt antall unike deltakere

2.1.3. Mål og målgruppe

Hele Validé har kontakt med ca. 550 bedrifter hvert år, hvorav 100 kommer gjennom nåløyet fra ett til to møter og hvor 50 selskaper går videre. Det jobbes sammen med bedriften i 1-3 måneder, hvor man vurderer følgende spørsmål: Er det riktig team, er markedet der, er det høy nok grad av innovasjon? 40-30 virksomheter tas etter dette inn i et inkubatorløp på 1-3 år. Ifølge leder for

kulturinkubatoren er det vanskelig å sette faste kriterier for inntak, det skjer gjennom en helhetsvurdering av teamets, ideenes og markedets potensial.

Som omtalt over valgte man i 2016 å opprette akseleratoren for å møte utfordringen ved at teamene ryker fordi at ting tar for lang tid, og her tilbyr man bedriftene et 2-årsløp på et par måneder. Gjennom dette ser man fort om virksomheten klarer å gjennomføre dette. Slik foregår utsilingen, forteller leder for inkubatoren.

Målgruppen for inkubatoren er klart definert som bedrifter i tidlig fase med vekstpotensial. Målet er at bedriftene som har gått gjennom programmet skal være bærekraftige og vokse og ikke bare være bedre rustet til å brødfø seg selv.

Generelt sett hadde Validé som mål for 2017 å vurdere 500 ideer, innenfor et stort spenn av bransjer. Fellesnevneren for ideene og/eller virksomhetene er at man er i en tidligfase. Måltallene ellers er knyttet opp til de enkelte finansørene av prosjekter, og handler om antall innmeldte ideer, etablerte prosjekter, opptatte bedrifter og verdiskaping.

Virksomheten er i stor grad prosjektfinansiert med oppdrag fra FoU-bedrifter, kommuner, fylkeskommunen, Siva, Norges forskningsråd, Innovasjon Norge og Helsedirektoratet.

Det er et uttalt mål fra ledelsen i Validé at det skal jobbes stadig mer på tvers av bransjer i Validé. Men hvor pengene kommer fra styrer også til en viss grad hvilke bedrifter som man velger, forteller leder for Validé. Og Kulturinkubatoren er blant annet styrt av mandatet som er satt fra og knyttet til finansieringen fra Stavanger kommune og Rogaland fylkeskommune.

2.1.4. Finansiering av Kulturinkubatoren

Kulturinkubatoren får årlig finansiering av Stavanger kommune og Rogaland fylkeskommune, og har i tillegg fått enkelte tilsagn om støtte fra Kulturdepartementet og Kulturrådet, se tabell 3.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Stavanger kommune	210 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000
Rogaland fylkeskommune	100 000	700 000	500 000	700 000	300 000	300 000	300 000
Kulturdepartementet			480 000				
Kulturrådet					300 000		
TOTALT		1 000 000	1 280 000	1 000 000	900 000	600 000	600 000

Tabell 3. Finansiering av Kulturinkubatoren

STAVANGER KOMMUNE

Kulturinkubatoren fikk i 2011 kr 210 000 i støtte fra Stavanger kommune og søkte videre om støtte for 2012, 2013, 2014 med kr 300 000 pr år. Det var da fokus på behov for en mer fagmessig kontekst og bransjespesifikk tilnærming og omstrukturering av programmet fra 2012.

Stavanger kommune bevilget kr 300 000 pr år til Ipark til drift av Kulturinkubatoren i en 3-årig periode under forutsetning at tiltaket ble drevet i det formatet som ble beskrevet i søknaden, og at Ipark fikk finansiert tiltaket ut fra forutsetningene. Beløpet ble dekket over konto for Støtte til næringsutvikling. Vedtaket om støtte var enstemmig i formannskapet. I rådmannens saksutredning ble det understreket at Kulturinkubatoren er et godt tiltak som finner sted i regi av en etablert organisasjon med lang erfaring og evner til å spisse satsingen ut fra særlige forutsetninger. Det ble samtidig tilrådet at det skulle foretas en samlet vurdering av flere ulike tiltak som kunne bidra til å styrke kulturnæringene; etablering av kulturnæringsfond, Filmkraft, Musikkraft, Kulturbyfondet og Investeringsfondet til Greater Stavanger.

I 2015 ble det igjen søkt om støtte for de neste tre årene (2015-2017) med kr 300 000 pr år. Stavanger formannskap bevilget kr 300 000 til drift av Kulturinkubatoren for 2015, med samme forutsetninger som foregående periode. Også dette beløpet ble dekket over konto for støtte til næringsutvikling. Man valgte imidlertid ikke å ta stilling til støtte i 2016 og 2017 før det ble framlagt en evaluering av aktiviteten og resultater så langt. Rådmannen var positiv til at Kulturinkubatoren ble videreført, men mente også at det var ønskelig med en «bred evaluering» av tiltaket over tid, særlig med hensyn på spørsmålet om kommersialisering og skaping av nye bedrifter og arbeidsplasser».

Ny søknad om støtte for 2016 ble behandlet i Kommunalstyret for kultur og idrett i 2016. Her ble det bevilget kr 300 000 til Kulturinkubatoren over konto for støtte til næringsutvikling. Stavanger kommune bevilget 2016 kr 200 000 til en ekstern evaluering av Kulturinkubatoren under forutsetning av at tilsvarende beløp ble avsett av Rogaland Fylkeskommune.

ROGALAND FYLKESKOMMUNE

Rogaland fylkeskommune innvilget i 2011 kr 100 000 i støtte til prosjektet «Kunst som levebrød» fra posten til Almene Kulturformål. Det ble samtidig anbefalt at en eventuell videreføring vurderes i sammenheng med Regionalt utviklingsprogram (RUP).

I 2012 vedtok regional- og kulturutvalget å støtte «Utviklingsprosjekt, modell for kulturnæringen» med kr 200 000 fra posten egne fylkeskommunale midler avsatt til næringsutvikling.

I 2014 tildelte Fylkesrådmannens kulturavdeling kr 200 000 av RUP-midlene til profesjonaliseringsprogram i regi av Kulturinkubatoren, etter søknad.

I handlingsprogrammet for regional kulturplan for 2015 (med ramme på 2,7 millioner kr) avsattes kr 200 000 til evaluering av ordningen med kulturinkubator (videreføring av pilot) som RUP-prosjekt Kulturinkubatoren omtales i den regionale kulturplanen som et sentralt virkemiddel for profesjonalisering av kunstfeltet. «Kunst som levebrød» i regi av Kulturinkubatoren ble vurdert som et sentralt tiltak for å gjøre det mulig å leve av egen kunstneriske virksomhet. Rogaland fylkeskommune ønsket å bidra til å styrke regionale virkemidler som kan fremme bærekraftige arbeidsplasser innen kunstfeltet. Her pekes det på at det viktigste eksisterende virkemiddelet for profesjonalisering av kunstfeltet i fylket er Kulturinkubatoren.

Fylkesrådmannens kulturavdeling tildelte i 2016 kr. 300 000 i driftstilskudd til Kulturinkubatoren.

I Handlingsprogram 2017 (vedtatt 2016) knyttet til Regional kulturplan sattes det av kr 300 000 til å øke kunstnernes merkantile kompetanse gjennom tilbud utformet og gjennomført av Kulturinkubatoren/Validé. For 2017 har fylkesrådmannens næringsavdeling gitt tilsagn til videreføring av hele Inkubatortilbudet i Rogaland, fra støtteordningen Handlingsprogram næring 2017

KULTURDEPARTEMENTET 2013

Ipark fikk for 2013, som ett av ti miljø i landet, kr 480 000 fra Kulturdepartementet sin prøveordning med tilskudd til nettverk og samlokaliseringer av kulturnæringsaktører i byer og regionsentra. Ordningen var et tiltak den da nye handlingsplanen for kultur og næring som ble lagt fram i 2012 av Kulturdepartementet, Nærings- og handelsdepartementet og Kommunal- og regional-departementet. Fra 2014 ble denne ordningen administrert av Kulturrådet, og Ipark fikk tildelt kr 300 000 til «nettverks og kompetansearena del2».

2.2 Dagens tilbud

2.2.1. Investering

Validé har mulighet for å investere i de virksomhetene som man har størst tro på. De investerer i ca. 15 bedrifter i året, fra 50 000 til 1 millioner totalt pr. bedrift. Til dette bruker man midler fra to fond som Validé forvalter, fond 1 og fond 2. Fond 1 ble etablert i 2003, og gjennom fondet investerer man hvert år 3-5 millioner kr spredt på 10-15 bedrifter. Fond 2 omfatter halvparten statlige midler (Innovasjon Norge, pre-seed) og halvparten hentes inn privat fra regionale bedrifter. Det investeres 2-6 millioner kr over 3 år i bedrifter som har vært gjennom inkubatoren og som om 2-3 år kan selges nasjonalt eller internasjonalt. Sammen setter man opp mål for bedriften, og når gitte milepæler nås går man inn med midler, som regel 200 000 kr når 1. milepæl er nådd, 100 000 kr ved neste milepæl og 200 000 kr ved den siste. Her er tanken at Validé etter dette skal trekke seg ut. Eventuelt overskudd føres tilbake til det fondet som ble brukt, dvs. at det ikke tas ut noe overskudd fra disse investeringene. Dette er investeringer i tidligfase med høy risiko, og ifølge leder for Kulturinkubatoren taper man penger på 50 prosent, 30 prosent går «greit», mens 20 prosent går bra, og gir en god gevinst.

Nå har man eierskap bare i 30 prosent av inkubatorbedriftene, tidligere i alle. Det jobbes aktivt for at alle skal skaffe seg kapital. Ifølge leder i Validé øker de tilgangen til kapital, men investerer mindre selv.

Inkubatoren mener at man har et relativt godt samarbeid med Innovasjon Norge, blant annet med felles arrangementer. De «sender over» alle de kan til Innovasjon Norge og de mener at de aller fleste får også støtte fra IN.

2.2.2 Rådgivning

Ved opptak i inkubatoren tilbys rådgiver fra Validé, nettverk og kompetanse, og det tilbys kontakt med investorer (private og offentlige). Inkubatoren har knyttet til seg et nettverk av mentorer og investorer. Deltakere får en fast rådgiver, men kan også hente inn andre ressurser (internt eller i nettverket).

Det jobbes mer og mer på tvers av bransjene i Validé. Rådgiverne i Validé kan jobbe med alle næringene i prinsippet. Det jobbes systematisk med forretningsplan som er basert på Lean Business.

Ifølge våre informanter kreves det er mye oppfølging av virksomhetene, særlig i starten. Det legges stor vekt på at det er viktig for bedriftene å ha profesjonell

støtte, noen å spørre om hjelp, noen å ha i ryggen. Det gis veiledning og råd både på bransjespesifikke utfordringer og mer generelt om det å drive forretning, forteller leder for Kulturinkubatoren. Det er personlig å være veileder, og tillit må bygges opp, og derfor hender det at veileder byttes. Etter hvert så er man ikke like avhengig av én veileder, men kan «shoppe» rådgivere mer etter kompetanse.

2.2.3. Kompetanseutvikling

Akseleratoren ble opprettet for å møte utfordringen at teamene ryker på grunn av at ting tar for lang tid. Den gir bedriftene et tidligere 2-årsløp på et par måneder. Man ser fort om man klarer å gjennomføre dette, og programmet fungerer som en utsiling av de som klarer dette. Det har blitt mer populært å bli gründer, og programmet fungerer som en god virkelighetssjekk for nye gründerne. Tanken bak denne sjekken er at det er tøft å være gründer, og at ikke alle skal være det.

Det legges også til opp til en rekke faglige arrangement løpende, både for å gi kompetanse og for å bygge fellesskap.

2.2.4. Coworking og nettverk

Bruk av kontorplassen hos inkubatoren koster 1000 kr/pult, 4000 kr for kontor. 50-60 prosent av deltakerne sitter fysisk i parken, resten har hjemmekontor. Fra Validé sin side sees det som viktig at folk sitter sammen og det legges inn ressurser på fellesskapsbyggende tiltak; foredrag, lunsjer mm. 4-5 ganger pr. måned. Det er nylig åpnet nye lokaler der alle aktive inkubatorbedrifter har fått tilbud om å sitte. Det er også flere tidligere inkubatorbedrifter som blir værende som leietakere.

Inkubator deltakerne får tilgang til et nettverk av mentorer og investorpartnere. Det jobbes med å utvide dette. Leder for kulturinkubatoren viser til eksempler på tidligere inkubatorbedrifter som har blitt en del av nettverket.

Inkubatoren har pr i dag knyttet til seg et nettverk med 40 mentorer, som kalles I-partnere. Dette er både grundere og godt etablerte industrifolk, samt personer i bank og finans, helse, IKT/digitalisering. Disse bidrar uten lønn, fordi de selv ønsker å være sparringspartnere. Noen av dem ønsker også å investere i selskapene.

Det arrangeres egne samlinger for mentorene fire ganger i året, der noen bedrifter får presentere seg. Det legges der også til rette for individuelle møter. Ordningen med mentorer ble evaluert i 2016, og noen av «de eldste» ble byttet ut og ny kompetanse ble tatt inn. Leder i Validé forteller at det er generelt enkelt å rekruttere nye partnere, men vanskelig å få tak på kvinner og unge mentorer.

2.3 Får bedriftene andre former for støtte?

Inkubator tjenesten i Validé er et tilbud i tidlig fase av etableringen av en virksomhet. Etter hvert er tanken at bedriften enten skal klare seg på egen hånd eller gå videre til «neste» steg i virkemiddelapparatet. Det er spesielt Innovasjon Norge som forvalter den type støtte som kan være aktuell for disse virksomhetene, og det er her både snakk om implisitt støtte i form av kurser, rådgivning og deltakelse i nettverk og direkte finansiell støtte, eller lån.

Samspillsdatabasen omfatter all støtte som det næringsrettede virkemiddelapparatet, på regionalt og nasjonalt nivå, gir fordelt på mottaker og år. Gjennom å søke på organisasjonsnummeret til de som har vært innom kulturinkubatoren har vi avdekket hvor mange som har fått støtte fra andre virkemiddelaktører. Som vist over har totalt 45 virksomheter vært innom kulturinkubatoren, men av disse er det 7 virksomheter som vi ikke har organisasjonsnummer til (hvilket sannsynligvis skyldes at de høsten 2017 ikke lenger eksisterer). Av de 38 virksomhetene som har fått noen form for støtte gjennom kulturinkubatoren er det kun 16 som er oppført i samspillsdatabasen.

12 av de som er oppført i samspillsdatabasen er oppført som mottakere av støtte gjennom kulturinkubatoren, mot 25 i Validés register. Avviket skyldes dels at noen virksomheter ikke lenger eksisterer (dvs. at vi mangler organisasjonsnummer for disse), og dels at mange av de som deltar i inkubatoren ikke leier kontor i inkubatoren og derfor sannsynligvis ikke blir registrert som mottakere av støtte (SIVA) i samspillsdatabasen. Noen av de vi har intervjuet uttrykker at leiekostnaden, til tross for subsidieringen, er for høy, spesielt hvis alternativet er å ha hjemmekontor.

I samspillsdatabasen er det 14 virksomheter som har fått annen støtte enn det tilbud som kulturinkubatoren gir. 3 av disse fikk støtte før 2011, dvs. at de var innom de virkemiddelaktører som inngår i samspillsdatabasen før de ble med i noen av de tilbud som kulturinkubatoren tilbyr. Hvilke virkemidler som brukes av virksomhetene fremgår av tabell 3. Ulike former for etablerertilskudd er den vanligste formen for støtte, og her varierer støttebeløpet fra 100 000 kr til 600 000 kr.

TYPE STØTTE	AKTØR	ANTALL VIRKSOMHETER	TOTALT BELØP
Etablerertilskudd i tidlig fase	Innovasjon Norge	4	750 000
Etablerertilskudd	Innovasjon Norge	5	2 841 500
Etablererstipend	Innovasjon Norge	1	125 000
IFU tilskudd	Innovasjon Norge	2	1 060 000
Risikolån	Innovasjon Norge	1	1 000 000
Mentortjeneste	Innovasjon Norge	1	50 000
Deltakelse i Arena (nettverk)		1	
Global Entrepreneurship (nettverk)	Innovasjon Norge	1	
Deltakelse i NCE (nettverk)	Innovasjon Norge	1	
Markedsrådgivning	Innovasjon Norge	1	
PES2020	Forskningsrådet	1	45 000
SkatteFUNN		3	2 444 000

Tabell 4 Andre typer støtte

Av de 13 virksomheter som har fått støtte fra andre nasjonale virkemiddelaktører i perioden 2011-2016 er det 6 som har vært innom kulturinkubatoren før de har fått støtte fra andre, mens øvrige har fått støtte fra andre før de kom til kulturinkubatoren. Dette står litt i motsetning til inkubatorens oppgave som et tidlig-fasetilbud. Samtidig viser Samspillsdatabasen kun støtte som er gitt til og med 2016, og flere av virksomhetene i kulturinkubatorene kan ha søkt om støtte i år, eller vil søke neste år – men disse klarer vi ikke å fange opp.

Samspillsdatabasen inneholder kun nasjonale og fylkeskommunale tilskudd, og kun næringsrettede virkemidler. Virksomhetene i kulturinkubatoren kan også ha søkt på, og fått, støtte fra andre aktører (for eksempel egen kommune) og/eller støtte som er kulturpolitisk begrunnet (dvs. støtte fra aktører som Kulturrådet, hvor søknaden avgjøres utfra kulturelle kriterier).

Bildet fra Samspillsdatabasen suppleres med erfaringer fra inkubatorbedriftene i kapittel 2.5.

2.4 Hvordan har det gått med bedriftene?

De aller fleste virksomhetene som har vært innom kulturinkubatoren er små virksomheter, gjerne organisert som enkeltmannsforetak (ENK) og er dermed ikke pliktige å levere regnskap til Brønnøysundregistret. Det betyr at

det ikke er mulig å følge hvordan det går med bedriftene i form av omsetning, verdiskaping eller driftsresultat. Det er en generell utfordring for de kulturelle næringene at en forholdsvis stor andel er små og drives på deltid eller som tillegg til annet (lønnet) arbeid. I en rapport fra Bergen og Hordaland om kunst- og kultursektorens økonomiske og samfunnsmessige betydning (Dahle m.fl. 2013), er det funnet at en stor andel av de registrerte bedriftene er enkeltmannsforetak som normalt ikke er regnskapspliktige. Da det ikke er knyttet kostnader til å ha ikke-regnskapspliktige foretak registrert i Enhetsregisteret, er det mange sovende selskap i denne kategorien bedrifter. Av de 45 virksomhetene som har vært innom kulturinkubatoren er det 18 aksjeselskap (AS), 23 enkeltmannsforetak (ENK) og 4 som ikke har organisasjonsnummer.

Blant de 18 aksjeselskapene som har vært eller er knyttet til kulturinkubatoren er det kun 14 som vi finner igjen i regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret, og av disse er det kun halvparten (7 bedrifter) som rapporterer positiv omsetning i de aktuelle årene – resterende har ikke noen registrert omsetning. Dette tallgrunlaget er alt for lite for at det skal være mulig å gjennomføre noen form for statistiske analyser. Det er heller ikke noen felles trend i utviklingen i verken omsetning, driftsresultat eller lignende for disse bedriftene. Det er kun et selskap som har hatt en tydelig positiv utvikling i den perioden man var en del av inkubatoren, og i påfølgende år.

Som vist i oversikten over bruk av andre virkemidler er det 7 virksomheter som ikke lenger eksisterer, av de 45 som har vært innom inkubatoren i tidsperioden 2011-2016. Et «fracfall» på 15 prosent er sannsynligvis å betrakte som forventet for denne type virkemiddel. Det reelle fracfallet kan imidlertid være større, da en del av virksomhetene kan være sovende i dag, uten at vi har mulighet for å avdekke dette.

Spørsmålet om bedriftene er blitt levebrød, evt. mer enn levebrød må belyses nærmere gjennom de bedriftene vi har intervjuet.

2.5 Erfaringer fra inkubatorbedriftene

Det er gjennomført intervju med et utvalg bestående av 10 av inkubatorbedriftene. I dette kapitlet presenterer vi temavis noen av de erfaringene som kan bidra til å belyse evalueringens spørsmål. Bedriftene er anonymisert og refereres til som bedrift A – J når de siteres.

Informantene tegner samlet sett et bilde av en inkubator som har vært til stor nytte for utvikling av egen virksomhet.

2.5.1 Investering og finansiering

Fire av de vi har intervjuet er selskaper som Inkubatoren har investert i, i form av lån og/ eller aksjer. Dette har naturlig nok betydd mye, ikke bare i rene penger men også som en anerkjennelse av idé og potensial, samt styredeltakelser fra inkubatorens side. Investeringene fra Inkubatoren har i noen tilfeller også virket utløsende for penger fra andre kilder.

De har gått inn med et konvertibelt lån; konvertert til aksjer, de har ikke lyst til å selge seg ut. Har fått støtte fra mediefondet Zefyr og Norsk Filminstitutt..... Det hadde vært vanskelig uten pengene fra Kulturinkubatoren, det utløste at vi fikk spillutgiver. (D)

De har gitt til sammen 3-400 000 i konvertible lån. Jeg har til og med prøvd å kjøpe de ut, men de vil være med. Var inne i systemet i to år, føler at de er storesøken på en måte i min forretning. (C)

Kulturinkubatoren var en viktig døråpner – bl.a. til Innovasjon Norge, som vi fikk støtte fra. (A)

Flere har også hatt nytte av tilgangen til inkubatorens nettverk av potensielle investorer. Bedrift A forteller at det var noe av det viktigste:

Fellesmøtene hadde jeg ikke så mye nytte av, Det var mer det at vi hadde tilgang til kompetansen til lederne. Og nettverket deres.....det sitter en del forretningsfolk som hadde tilgang til en del penger. ...to investorer som ville være med. (A)

2.5.2 Rådgivning og mentoring

Oppsummeringen av intervjuene tyder på at det klart viktigste ved å være med i Kulturinkubatoren har vært personlig oppfølging ved egen rådgiver. Flere deler vurderingen til G:

Hadde ganske mange timer med rådgivning. ...Det var det beste med hele greia, at vi hadde personlig oppfølging. Man føler seg jo litt lost. Det var utrolig deilig å ha noen fast som man kan snakke om konkrete utfordringer med. (G)

En av bedriftene forteller imidlertid om at de hadde forventninger til enda tettere oppfølging:

Synes etter hvert når vi kom i gang at det ikke alltid var slik at jeg følte det like verdifullt. Hadde forventet litt mer oppfølging når vi var i gang, med tanke på å få nettverk og kunder og sånne ting. Vi hadde forventninger til noe mer oppfølging, Vi trodde vi skulle få tilgang til et nettverk, at vi skulle få noen kontaktpersoner. Det er mulig at vi misforstod noe...vi følte det datt noe på slutten ..at det skulle blitt mer salgshjelp. (E)

2.5.3 Kompetanseutvikling

Flere av bedriftene beskriver at de har utviklet seg til å bli mer «profesjonell», i salgssituasjoner, og i det å formulere sin forretningside og sine produkt. Her er noen av erfaringene:

Men lærte litt om det å være profesjonell i salgssituasjoner. Lærte mange ting. Må stole mer på meg selv. (F)

Fikk tilgang til kuratorer og andre som var med i prosessen og stilte spørsmål. For meg var det veldig nyttig på det tidspunktet. Å tørre å profesjonalisere seg, bli mer konkret når du forhandler ... får sterkere ryggrad. Kontrakt for eksempel som ikke er vanlig i kunstverdenen. Prissette deg selv, bli modigere, det er en del av hele profesjonaliseringen. Det var kanskje det mest nyttige. (G)

Fikk hjelp fra alt fra presentasjonsteknikk til å vite hvordan jeg skal snakke og sette opp budsjetter og komme inn i den kulturen som har med inovasjon... og hvordan en skal snakke med investor... Jeg var veldig redd når jeg begynte, jeg var mindre redd når jeg slutta.(C)

Det viktigste vi fikk ut av det, det å lære å formidle til omverdenen hva du prøver å selge, hva du skulle levere til markedet og lære og lage et produkt og bli tydelig på profileringen.... Følte at vi fikk mye god hjelp til dette å formulere produktet. Det hjelper når du blir tvunget til å skrive det ned, alt fra salgsslogans til hvordan du presenterer produktet. Og hva det koster å få utviklet en vare og hva vi kan få solgt den for... Og det å kunne uttale produktet høyt. (E)

2.5.4 Tilgang til nettverk

Deltakerne forteller om noe ulike erfaringer når det gjelder nytte av inkubatorens nettverk. Noen har ikke benyttet seg av det i særlig grad, mens for andre har det vært uvurderlig.

Bedrift G, som var deltaker i Kunst som Levebrød (KSL), forteller om stor nytte av det nettverket som her ble trukket inn:

KSL hadde bra internasjonale bidrag innenfor kunst og formidling, strategi, folk som jeg respekterer. Det var nyttig å bli røska litt i, det er nyttig når man har vært i et yrke lenge.. Faglig påfyll, utvidelse av nettverk, faglige utfordringer, bli individuelt utfordra. Bli klarere og tydeligere i hvor jeg vil og hvorfor. Det var for meg verdifullt på det tidspunktet.. fint å få inn nasjonale aktører til Stavanger som normal ikke ville ha kommet. (Bedrift G)

Andre opplever at de ikke har hatt noen direkte nytte av nettverket i ettertid.

Har ikke hatt noe etablert samarbeid etterpå som jeg har hatt nytte av. (Bedrift F)

2.5.5. Kontorfasiliteter og coworking

Kun en av de vi intervjuet har/ har hatt fast kontorplass i inkubatorens lokaler. Han forteller om coworking – effekter:

Vi hjelper hverandre, både de som har kontorplass og de som er tilknyttet miljøet. (J)

Men de øvrige av våre informanter har ikke sittet fysisk i inkubatoren i deltakerperioden, de fleste har vært etablert med kontor eller arbeidsrom andre steder.

Flere av deltakerne forteller om at de har etablert samarbeid med andre inkubatorbedrifter som de har truffet gjennom programmet.

2.5.6. Hvordan hadde det gått uten Kulturinkubatoren?

I evalueringens forsøk på å isolere effekten av deltakelse i Kulturinkubatoren fra andre forhold, har vi spurt deltakerne om hva inkubatoren har betydd for dem og hva de tror ville skjedd om de ikke hadde deltatt.

Noen av deltakerne er tydelige på at inkubatoren har bidratt til viktige vendepunkt, slik som G, som deltok i Kunst for Levebrød:

Vanskelig å si, for meg var det veldig sunt, særlig med Kunst som levebrød. Det var da jeg begynte å se meg selv utenfra. Tror nok at det jeg hadde fortsatt i samme spor lenger før jeg hadde begynt å røske i det. Positivt for meg at jeg

modnet mye på denne prosessen.... Jeg valgte å være veldig åpen for kritikk. (G)

En annen deltaker i det ordinære inkubatorprogrammet peker på viktigheten av tilgang til kompetanse, blant annet den juridiske. På spørsmål om hva som hadde skjedd om han ikke hadde vært med Kulturinkubatoren, svarer han:

Hadde ikke hatt patent, det er de beste de har gitt meg. For at jeg skulle forstå at jeg måtte hemmeligholde det inntil vi hadde snakket med advokaten. Var glad for at det skjedde. Det er det eneste av verdi vi har, patenten. Kulturinkubatoren har vært hjelpelig med å både finne advokater og til å finne bistand. Både økonomisk og nettverksmessig har det vært bra. (C)

E. deltok i det ordinære inkubatorprogrammet, og selv om han peker på at han uten inkubatoren ville ha brukt mye kortere tid – det var en lang prosess – så ville ikke produktet vært like bra:

Jeg hadde ikke hatt et så godt produkt som vi har nå hvis ikke, jeg ville ikke vært foruten. Men jeg tror vi kunne gjort det kjappere uten KI, men tror de nå har fått et opplegg som er litt mer effektivt. ... Kulturinkubatoren har gjort meg sterkere, har bidratt til trygghet på produktet og vite hva som er viktig og ikke så viktig, utforming av produktet, hva jeg bør satse på og ikke satse på. (E)

Deltakeren som har vært med i ITSA vurderer det som viktig og godt, og trekker spesielt fram intensiteten i opplegget som nyttig.

ITSA var veldig verdifullt for å utvikle prosjektet veldig raskt og så kom jeg ut av gropen jeg hadde gravd meg ned i der jeg ikke kom videre. Fikk push og hjelp til å komme videre. Vi hadde ukentlige møter, hver tirsdag presenterte vi en ny del av prosjektet. Første torsdagen var det idé, andre for eksempel å vise markedet, så kunne det være å vise markedet i økonomi. Oppgaver fra uke til uke så du må jobbe spesifikt. I løpet av kort tid hadde vi kartlagt prosjektet fra A til Å.

Uten ITSA? Det hadde ikke gått. Blitt bedre på selskapsstyring, hvordan utvikle selskapet for å komme ut i markedet. For å være investorklart. Det er så masse småting en lærer og. Det er ikke bare det med selskap og prosjekt, det er også mellommenneskelige ting, det å bygge nettverk og kommunisere. Det er så mange deler av et sånt prosjekt en må lære seg. (J)

2.5.7. Er tilbudet personavhengig?

Flere av deltakerne trekker fram lederen for Kulturinkubatoren som den viktigste

ressursen, både knyttet til det personlige relasjonene og kompetansen på og forståelse av kulturbedrifter. Det knyttes en viss bekymring til at tilbudet kan være for personavhengig.

Flere av deltakerne understreker viktigheten av at forståelsen av behovet for et eget kulturfokus og at dette krever en særlig kompetanse, slik det pekes på at nåværende leder har.

Viktig med fokus på den faglige integriteten, slik at det ikke bare blir markedsstyrt. Det kan godt være kultur som næring, men det må være slik at det faglige står bunnsolid.... En kulturinkubator må drives av en person som skjønner det. Om ikke mister du de beste kulturaktørene....En som skjønner alle mekanismene og de uskrevne reglene i kulturmiljøet og som tenker muligheter ut i fra det. (G)

2.5.8 Om business og kultur

Flere av informantene snakker, med utgangspunkt i ulike perspektiv, om å bevege seg i skjæringsfeltet mellom kultur og business som er utfordrende på flere måter. Selv om man nå har hatt en Kulturinkubator i en årrekke, er det fortsatt utfordrende. Det kan for eksempel være vanskelig å få investorer til prosjekt på felt de ikke har erfaringer fra.

De investorene de presenterte meg for med det samme, var interesserte, men ...nettverket da var eldre mennesker, mest fra eiendomsbransjen, det kræsja litt å forstå det ...men det har forandret seg mye nedi Ipark og Validé nå...de har blitt flinkere på det med nettverk...ITSA- engasjementet har satt dem på radaren. (C).

Generelt i miljøet her i Stavanger, er det veldig fokus på tyngre teknologi, fortsatt litt sånn at oljeteknologien henger igjen. Det er utfordrende for oss som holder på med kreativ næring å få andre til å forstå verdien i det vi holder på med. Det blir fort litt slik at en havner i den uinteressante båsen da. Må forsvare det en holder på meddet er kanskje sånn som går litt over tid det og, man må åpne opp for kreative næringer. (J)

Kunst som Levebrød kan sies å ha hatt som ambisjon å bringe sammen «to forskjellige verdener». To av deltakerne i Kunst som Levebrød beskriver akkurat dette møtet mellom «to forskjellige verdener». Det har lyktes å kombinere for noen, for andre ikke så godt:

Gjennom kunst som levebrød ble jeg mer og mer klar over at hvordan du...det snakkes hele veien i forhold til andre måter å drive business på, du tenker jo

ikke på deg sjøl på den måten. Det er kanskje litt vanskelig når man skal treffe den type folk når man skal selge ting. Kommer fra to forskjellige verdener...Fikk mange aha-opplevelser.(F)

Men det var mange ting jeg tenkte kanskje passer for noen andre... Du kan godt sette opp en businessplan så skal du gjøre det og så skal du gjøre det, være strategisk og snakke med de og de og de. Men det er på en måte ikke sånn det funker... Da må du lage et spesielt kunstverk fordi det nå er populært ... (F)

2.5.9. For lite kultur og for mye tech?

De «gamle» inkubatordeltakerne savner den rollen Kulturinkubatoren hadde i oppstarten. Det fryktes at den nå har beveget seg i en mer «tech» retning, med et trangere nåløy med sterkt fokus på «vekstbedrifter». Det åpner et hull i tilbudet til «de andre» kulturnæringsaktørene. De tidligste inkubatordeltakerne har en felles oppfatning av at inkubatoren hadde et tydeligere kulturnæringsfokus tidligere og spilte en mer sentral rolle i utviklingen av bredden av kulturnæringer og representerte et tilbud også til bedrifter som ikke nødvendigvis skulle vokse. (Det vi har kalt «kulturelle næringer med kommersielt potensial» i fig. 1.3.). Vi spurte informantene om hva de tenker om Kulturinkubatorens rolle i dag i regionen.

Har ikke lagt merke til den de siste årene. Den er usynlig. Visste ikke at det fortsatt var en kulturinkubator. Vet at de jobber med dette akseleratorprogrammet, men tenker at Innovasjonsparken og Validé har et annet fokus nå, enn kultur. Det er sikkert bra for kreative bedrifter som driver med apputvikling og sånn, men det skulle vært en inkubator som drev med utvikling av kreative forretninger som ikke bare driver med tech. Det er mer tech enn før og kulturnæringsperspektivet har forsvunnet....Innovasjon Norge skjønner jo heller ikke disse små bedriftene. De forstår ikke det nye moderne næringslivet, med frilansere og småbedrifter. (B)

I dag? Ikke noen inntrykk i det hele tatt...Grunnideen er blitt litt borte.. det er blitt mer teknologibasert der oppe. Det er ingen som snakker om Kulturinkubatoren lenger....Får mailer fra Validé, men jeg kan ikke huske sist det det var en kulturell utsendelse derifra, det er bare tech. (A)

Men ikke alle deler bekymringen. F.eks. mener bedrift J at Validé fortsatt har enn tyngde og faglighet som også gjelder for kulturelle næringer:

Vaildé er mer opptatt av innhold og har rådgivere og representanter for de forskjellige næringer, sånn som (...) på kulturelle næringer. Det er vanskelig å ta selskap videre om en ikke har noen som kjenner feltet.(J)

3 Kulturinkubatoren sin nasjonale og regionale kontekst

Oppdragets andre del skulle omfatte beskrivelse av og erfaringer fra relevante typer kompetanseliknende tilbud og/ eller eksempler på vellykkede tiltak i minst 3 andre norske byer/regioner. Det har også vært ønsket at det belyses utviklingstrekk på feltet og ses på hvordan Kulturinkubatoren supplerer/overlapper programmet med andre tiltak i regionen med sikte på kompetanseutvikling og kommersialisering innenfor kulturnæringsfeltet.

Men utgangspunkt i Kunnskapsverkets kunnskap om tilbud, virkemidler til og infrastruktur rundt kulturelle næringer, har det vært naturlig å ta utgangspunkt i Kunnskapsverkets egen litteraturløse og egen prosjektportefølje og gi en kunnskapsoppsummering der vi setter kulturinkubatoren inn i en sammenheng med først nasjonale og deretter regionale virkemidler, tiltak og miljø.

Hensikten er her å gi innspill og inspirasjon til mulige veier videre, potensielle modeller og virkemidler og samarbeidspartnere for å utvikle de kulturelle og kreative næringene i Stavanger – regionen.

3.1 Relevante virkemidler og tiltak på nasjonalt nivå

Den overordnede målsettingen for norsk næringspolitikk er å legge til rette for størst mulig samlet verdiskaping i norsk økonomi og arbeid til alle. I tillegg til å sørge for gode rammebetingelser, er Regjeringen opptatt av mulighetene bedriftsrettede virkemidler gir for å utløse økt verdiskaping i norske bedrifter. Innovasjon Norge forvalter en vesentlig del av disse virkemidlene (Meld. St. 22 (2011-2012)).

Støtte til kultur (kulturpolitikk) har tradisjonelt vært begrunnet med at mange kulturelle produkter er fellesgoder (public goods) eller kvalitetsgoder (merit goods). For å sikre produksjonen av fellesgoder og kvalitetsgoder innen kunst og kultur er det nødvendig med offentlig intervensjon. Hvordan intervensjonen begrunnes, dvs. hvilke produkter som defineres som fellesgoder og kvalitetsgoder vil selvfølgelig variere i tid og rom (kontekstavhengig). Kunsten skal kommentere, reflektere, kritisere og utfordre, og slik utvide vår forståelse av oss selv og samfunnet (Regjeringen 2014).

De siste årene har det imidlertid vært et politisk mål å vektlegge kultur som næring i større grad og styrke mulighetene for entreprenørskap i kultursektoren, og det er etablert en rekke virkemidler og tiltak som skal bidra til å forløse det kommersielle potensialet i de kulturelle (og kreative) næringene.

Man kan skille mellom tre ulike typer offentlige virkemidler.

1. Lover og reguleringer som brukes når det er viktig at aktørene tilpasser seg på en bestemt måte. For de kulturelle næringene er det få virkemidler av denne typen, kanskje med unntak av plan- og bygningsloven og kulturminneloven som bl.a. setter rammer for bruken av kulturminner.
2. Økonomiske virkemidler som påvirker økonomien til aktørene og dermed gir de insentiver til å tilpasse seg i ønsket retning. Virkemidlene kan være ulike former for skatter og avgifter eller tilskuddsordninger. Økonomiske tilskuddsordninger som har til hensikt å fremme kulturbasert næringsutvikling inkluderer for eksempel etablererstøtte, støtte i forbindelse med reiser eller andre kompetansehevende eller markedsføringsmessige aktiviteter. Det kan være i form av rene tilskudd eller gunstige lån. Her finner en også de tilskuddsordninger til kultur som har til hensikt å sikre finansieringen av det fellesgode som kulturen er (kulturens samfunnsoppgave), og som ikke har til hensikt å fremme næringsvirksomhet.
3. Informative eller administrative virkemidler omfatter en lang rekke virkemidler som informasjon, rådgivning, veiledning og opplæring og som ofte brukes for å komplettere økonomiske eller juridiske virkemidler. Denne gruppen inkluderer for eksempel kompetansehevende tiltak og etablering og drift av nettverk.

Noen av virkemidlene er mer generelle i sin innretning da de gjelder enten for alle næringer (næringsnøytrale ordninger), eller alle bransjer under kulturnæringsparaplyen, mens andre er øremerket spesielle bransjer. Samtidig finner man virkemidler på ulike geografiske nivåer, kommunalt, regionalt (fylke) eller nasjonalt. I tillegg finnes det overnasjonale ordninger, da gjerne gjennom EU-systemet. Videre i denne rapporten har vi fokus på økonomiske virkemidler (punkt 2) og informative/administrative virkemidler (punkt 3), samt virkemidler på nasjonalt og regionalt nivå.

Nasjonale virkemiddelaktører som er mest relevante for kulturelle næringer er Forskningsrådet, Innovasjon Norge og Kulturrådet, foruten SIVA som forvalter den type virkemiddel som Validé tilbyr. De fleste ordninger som disse aktørene forvalter gjelder for hele landet. Flere av de har imidlertid et regionalt apparat hvor de samarbeider med regionale aktører, og da primært med fylkeskommunene.

I tillegg til disse nasjonale aktørene som har virkemidler som i prinsippet retter seg mot alle næringer finnes det noen bransjespesifikke aktører som forvalter nasjonale ordninger. Disse ordningene blir ikke nærmere omtalt her.

3.1.1. Innovasjon Norge

Formålet med Innovasjon Norge er å være statens og fylkeskommunens virkemiddel for å realisere verdiskapende næringsutvikling i hele landet. Innovasjon Norge er et særlovsselskap eid av Nærings- og fiskeridepartementet og fylkeskommunene. Innovasjon Norge skal utløse samfunns- og bedriftsøkonomisk lønnsom næringsutvikling, og utløse ulike regioners næringsmessige muligheter. Innovasjon Norge har tre delmål: 1) Flere gode gründere, 2) Flere vekstkraftige bedrifter og 3) Flere innovative næringsmiljøer. For å nå disse målsetningene, leverer Innovasjon Norge en rekke tjenestetyper for bedrifter, som kan grupperes i fem hovedkategorier, som i prinsippet er tilgjengelige for alle typer næringer og bransjer (dvs. at de er næringsnøytrale):

- *Rådgivning*: råd om marked, diverse EU-program, IPR, internasjonale handel-sregler og en rekke andre områder.
- *Kompetanse*: programmer med kurs for bedriftseiere og gründere.
- *Nettverk*: inkluderer program som Bedriftsnettverk, klyngeprogrammet og Norwegian Innovation Clusters (et samarbeidsprosjekt mellom Innovasjon Norge, Siva og Forskningsrådet).
- *Profilering*: bistand/rådgivning til bedrifter profilere seg på internasjonale messer og næringsdelegasjoner.
- *Finansiering*: består av både lån og tilskudd. Innovasjon Norge har gjennom sine lånetjenester mulighet til å dele ut risikolån som normalt ikke dekkes av det private markedet.

I tillegg til generelle næringsnøytrale virkemidler hadde Innovasjon Norge i perioden 2013-2016 en spesifikk satsing på kulturell og kreativ næring i samarbeid med Kulturrådet, med utgangspunkt i handlingsplanen «Fra Gründer til kulturbedrift». Denne satsingen var delt opp i tre fokusområder, som er Bygg Bedrift (kompetanseprogram for utvikling av næringsvirksomhet), mentortjenester og bedriftsnettverk (utviklingsprosjekter som bygger på samarbeid mellom en gruppe næringsaktører om utvikling av nye tjenester eller produkter), se også Ibenholt m.fl. (2015).

3.1.2. Ny satsing på kreative og kulturelle næringer

I 2017 iverksatte regjeringen en ny satsing på kulturelle og kreative næringer, med den hensikt å skape vekst, verdiskaping og arbeidsplasser i disse næringene. Satsingen omfatter ifølge Kulturdepartementet en samlet økning i bevilgningene til kulturell og kreativ næring med 70 millioner kroner (Kulturdepartementet, 2016). Kulturdepartementet har tre hovedmålsettinger for oppdraget:

1. Økt investering i, og omsetning av, kulturelle og kreative produkter og tjenester.
2. Økt kunnskap om kultur som næring.
3. Flere vekstkraftige bedrifter innen kulturell og kreativ næring.

Satsingen består av flere tiltak, hvor de viktigste forvaltes av Innovasjon Norge (se nedenfor) og Kulturrådet. Kulturrådet fikk blant annet ansvar for å etablere et kontor utenfor Oslo, Kreativt Norge, som skal tilby rådgivning og virkemidler som bidrar til at norsk kunst og kultur oppnår økte inntekter basert på kunstnerisk virksomhet. Kreativt Norge ble etablert i Trondheim høsten 2017.

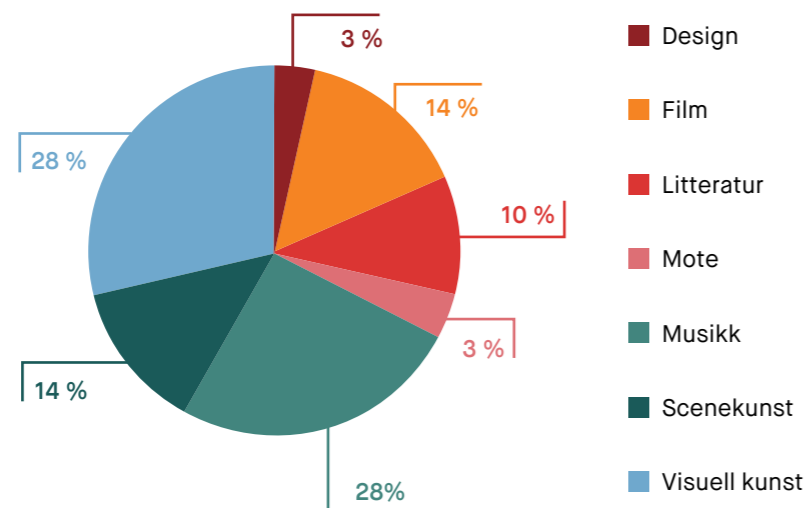
Som et ledd i satsingen etablerte Kulturrådet etablert to tilskuddsordninger: Tilskuddsordning for næringsutvikling (7,4 millioner kroner i 2017) og tilskuddsordning for regional bransjeutvikling (10,1 millioner kroner i 2017).

Tilskuddsordningen for næringsutvikling skal gi tilskudd til prosjekter som bidrar til at kunstproduksjoner får et større betalende publikum gjennom for eksempel økt distribusjon, markedsføring eller formidling. Ordningen gir tilskudd på inntil 400 000 kroner, og kan som hovedregel kun gis én gang. Målgruppen er kunstnere i samarbeid med mindre virksomheter i mellomleddet mellom kunstner og marked, for eksempel agenter, managere, gallerister, produsenter, arrangører og liknende.

Tilskuddsordning for regional bransjeutvikling skal gi tilskudd til tjenesteutvikling og kompetanseheving innen nærings-, forretnings- og markedsutvikling. Ordningen henvender seg til etablerte regionale bransjeaktører. Midlene skal fordeles likt mellom Nord-, Midt-, Vest-, Sør- og Øst-Norge.

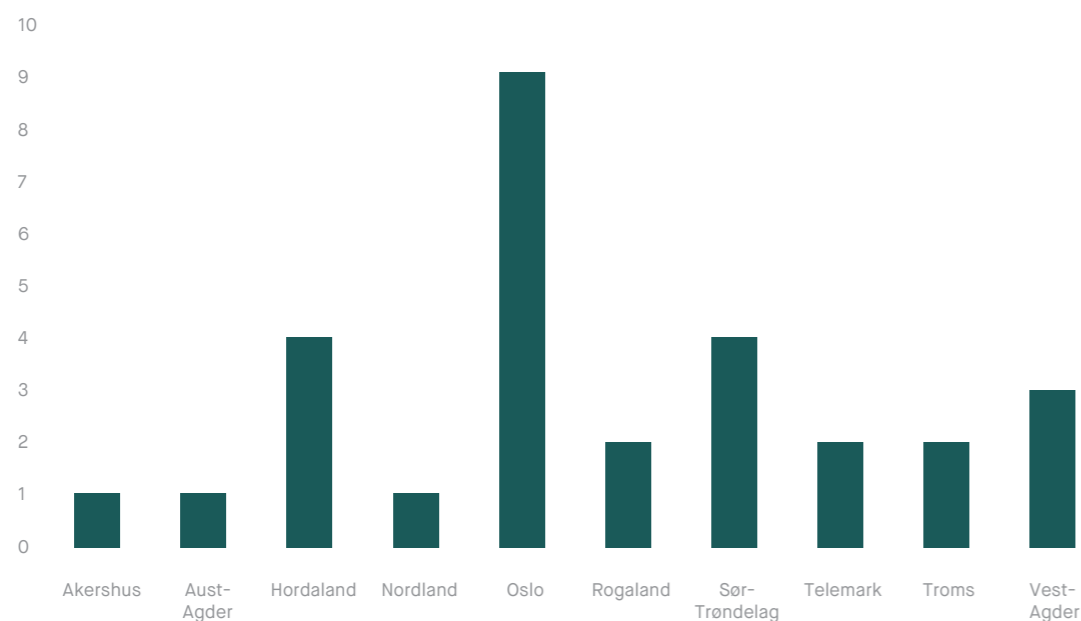
I den første utlysningen kom det inn 238 søknader, hvorav 62 fikk tilsagn, fordelt med 30 (av 159) innen næringsutviklingsordningen og 32 (av 79) på den regionale bransjeutviklingsordningen. Utvalget representerer et bredt spekter av sjangre, blant andre samtidskunst, dokumentar- og kunsthåndverk, fotokunst, kunstbøker, musikk og musikkteater.

Figuren 3.1. viser fordelingen av tilsagn innenfor næringsutviklingsordningen. Det er 30 søknader som har fått innvilget støtte, så det er ikke mulig å trekke noen helt klare slutninger på bakgrunn av denne statistikken. Like fullt, kan man ane noen tendenser. I tillegg til visuell kunst kan man merke seg at tre av prosjektene som har blitt støttet hører hjemme under scenekunst. Uten å konkludere altfor bastant, kan det se ut til at til og med hos den gruppen som er mest kultur og i utgangspunktet føler seg lengst unna næring i kulturnæringene, finnes et uforløst potensial for kommersiell næringsvirksomhet. Dette gjelder nok aller mest for de som har digitalisering som en integrert del av sin forretningsmodell.



Figur 3.1. Fordeling av antall tilsagn i støtteordning for: kreativ næring – næringsutvikling etter sjanger

Om man ser nærmere på den geografiske fordelingen av midler, er det to ting det er verdt å merke seg. Det første er at det er en del fylker som glimrer med sitt fravær. Det andre er at det de fylkene med de største byene har søknader som har nådd opp i konkurransen. Dette gjenspeiler nok at kulturnæringer i stor grad er en urbanisert næring. Det er i byene man finner de fleste foretakene og sysselsatte. Spesielt Oslo har en overrepresentasjon i kulturnæringene, så det er derfor ikke overraskende at man finner de fleste prosjektene Kreativt Norge har støttet i hovedstaden. I Rogaland er det to virksomheter/prosjekter som har fått støtte til næringsutvikling: Scenekraft AS - Scenekraft - Fram! (kr 180 000) og Formbar Glassverksted AS - Markedsføring av Formbar Glassverksted nasjonalt og internasjonalt (kr 140 000).



Figur 3.2. Fordeling av antall tilsagn i støtteordning for: kreativ næring – næringsutvikling etter fylker.

Innenfor ordningen regional bransjeutvikling var det et prosjekt i Rogaland som fikk tilsagn om støtte: Rogaland Kunstsenter - Sentimental Education (kr 600 000). Det var to øvrige søknader fra Stavanger, deriblant samarbeidet mellom TOU scene, Elefant og STAR om kompetanseutviklingsstrategien Vippepunkt.

Innenfor nysatsingen forvaltet Innovasjon Norge i 2017 om lag 30 millioner kroner med en målsetting om å styrke mulighetene for entreprenørskap i kultursektoren og iverksette en rekke tiltak mot bedrifter med vekstpotensial (Kulturdepartement 2016). Tilskuddet fordeles på fem programmer som er låneordninger, eksportprogram, bedriftsnettverk, investorforum og kompetanseprogram. 20 millioner kroner er øremerket de to første programmene der låneordningene skal utløse privat kapital til investeringer gjennom å avlaste risiko for virksomhetene og skal gå til oppstartslån. Eksportprogrammet har som mål å støtte norske virksomheter som har internasjonale ambisjoner, og er rettet mot arkitektbransjen (Arkitektur ut i verden). Bedriftsnettverksprogrammet skal bidra til profesjonelle strategiske samarbeid som styrker virksomhetenes konkurransekraft og gir vekstgrunnlag. Investorforumprogrammet har som mål å øke kompetanse og kunnskap om kulturell og kreativ næring for investorer, for å øke den private investeringen i næringen, imens kompetanseprogrammet har som mål å gi virksomheter innen kulturell og kreativ næring økt kunnskap om økonomi og markedsutvikling som verktøy for utvikling av virksomheten. Kompetanseprogrammet gjennomføres innenfor konseptet Bygg Bedrift, som er et program for kulturbedrifter levert av Lean Business.

De virksomheter som er målgruppe for Innovasjon Norges virkemidler må altså ha vekstambisjoner og potensial og det stilles krav om nyskaping og grad av innovasjon, som kan være i forhold til produksjon, distribusjon eller utvikling av forretningsmodell.

3.1.3. Norwegian Innovation Clusters

Norwegian Innovation Clusters (NIC) er et samarbeid mellom Innovasjon Norge, SIVA og Forskningsrådet. NIC har nivåene Global Center of Expertise (GCE), Norwegian Center of Expertise (NCE) og Arena. Nærings- og fiskeridepartementet og Kommunal og moderniseringsdepartementet finansierer disse programmene. NIC tilbyr faglig og finansiell støtte til utvikling av næringsklynger som er nasjonalt eller internasjonalt konkurransedyktige innen sitt fagområde.

Norwegian Center of Expertise, NCE, ble etablert i 2006 og har et langsiktig perspektiv. Dette er klynger med bedrifter som hevder seg i verdenstoppen innenfor sine felt. Klyngene tilbys faglig og finansiell støtte til utviklingsprosesser

i opptil 10 år. Norge har i dag 3 Global Center of Expertise (GCE) klynger og 11 NCE-klynger med bedrifter som konkurrerer globalt. GCE og NCE-programmet skal utløse og forsterke samarbeidsbaserte utviklingsaktiviteter i klyngene. NCE Media i Bergen ligger nærmest de kulturelle næringene. Målsetningen for denne klyngen er å *“øke innovasjonstakten, verdiskapning og vekst innenfor medie- og teknologiindustrien i Bergen, og påvirke den digitale transformasjonen i industrien, både nasjonalt og internasjonalt”*³. Prosjektet er et samarbeid mellom teknologisk industri, riksdekkende massemedia, regionale aviser og akademia.

Arena-programmet drives i samarbeid mellom Innovasjon Norge, SIVA og Forskningsrådet. De tre institusjonene leder programmet i fellesskap, men med Innovasjon Norge som operativt hovedansvarlig. Arena-programmet innebærer både finansiell og faglig støtte til langsiktig utvikling av regionale næringsmiljøer. Som det heter på hjemmesiden⁴ er formålet *«å stimulere til økt innovasjon og styrket konkurransevne basert på samarbeid mellom bedrifter, FoU- og utdanningsmiljøer og offentlige utviklingsaktører»*. Arena-programmet har i dag 18 klyngeprosjekter, og den vanlige prosjektperioden er 3 år, men kan i spesielle tilfelle forlenges til 5 år. Det er ett arena-prosjekt som er tydelig fundamentert på kulturnæringer, Norwegian Fashion Hub (NFH). Dette er moteklynge i Oslo som fikk Arena-status i 2014. Andre Arena-prosjekter der det er elementer av kulturelle næringer er: Design Arena (Vestlandet), som jobber for å bruke, videreutvikle og bygge kompetanse innen designdrevet innovasjon, med havnæringene i fokus; Arena USUS (Kristiansand) som består av bedrifter innen kulturelle næringer og reiseliv som vil styrke sin konkurranseposisjon; Arena Lønnsomme Vinteropplevelser (Nordland og Troms) med bedrifter innen reiseliv og opplevelsesnæringen. Nylig ble også Arena Oslo – the Smart Event City tatt opp som Arena-prosjekt, med mål å sikre økt innovasjon i, økt eksport av og økt samarbeid mellom reiseliv og kreativ næring i Oslo.

Stavangerregionen er knyttet til flere Arena-prosjekt på andre fagområder, blant annet Norwegian Smart Care Cluster, der Validé er prosjektleder.

3.1.4. Angel Challenge

Startup Norway er en privat organisasjon, etablert i 2011, som har til hensikt å skape et sterkere og mer inkluderende miljø for nystartede virksomheter. Start up Norway arrangerer bl.a. Angel Challenge.

Angel Challenge er et investeringsprogram som ble etablert i 2015. Hensikten er både å lære opp potensielle investorer og nye bedrifter i hvordan de skal

³ <http://ncemedia.no/our-vision/>

⁴ <http://www.arenaprogrammet.no>

henholdsvis investere i nystartede bedrifter og hvordan bli mest mulig «investerbare». Gjennom åtte sesjoner samarbeider 20 lokale investorer med å analysere et utvalg startup-bedrifter. Bedriftene på sin side presenterer seg (pitcher), og lærer seg dermed hvordan man bør markedsføre seg for å være interessant for investorene. Siden oppstarten i 2015 har man gjennomført 13 Angel Challenge program i 5 byer (deriblant Stavanger) og engasjert 254 investorer.

Høsten 2017 ble det gjennomført en Angel Challenge spesielt for kulturelle bedrifter, etter initiativ fra Innovasjon Norge og Kulturdepartementet. Investorene fikk gjennom åtte samlinger lære hvordan man undersøker og plukker ut bedrifter, utfører selskaps gjennomgang, og fullfører en investering. Ved programmets avslutning skal investorene ha investert NOK 50 000 hver i vinnerbedriften, og ha kunnskapen og nettverket som kreves for å bygge opp en investeringsportefølje. Vinner av kåringen var Learnlink, en digitalisert leksehjelp.

3.2 Fylkeskommunale virkemidler, ordninger og tiltak

Fylkeskommunene er viktige aktører både for å støtte regionalt kulturliv basert på en kulturpolitisk begrunnelse og for å støtte utvikling av regionalt næringsliv, herunder utvikling av kulturelle og kreative næringer.

Regionalforvaltning.no er en portal for tilskuddsforvaltning av regionale og kommunale støtteordninger, med fokus på regional utvikling. Hvis man søker på fylkeskommunale støtteordninger innenfor kategorien «kultur eller kultur og næring» får man opp 33 ordninger, hvorav de aller fleste er generelle ordninger for regional næringsutvikling (regionale utviklingsmidler). Rogaland fylkeskommune har tilsynelatende ingen støtteordninger som er rettet mot denne kategorien (eller i hvert fall ingen som er åpne for søknader i november 2017), men hvis man søker på tilgjengelige kategorier har Rogaland fylkeskommune 6 ordninger som man forvalter og som er åpne for søknader.

De fleste fylkeskommunene tilbyr noen form for støtte til utvikling av nettverk som kan skape flere arbeidsplasser og økt omsetning i næringslivet, og til tiltak som kan bidra i nærings- og samfunnsutviklingen. Disse tilskuddene går ikke til enkeltbedrifter, men til organisasjoner og liknende som drifter/ administrerer utviklingsprosjektene, f.eks. kommuner, regionråd, næringshager og kunnskapsparken, organisasjoner som arbeider med næringsutvikling, bransjeorganisasjoner o.l. All støtte til enkeltbedrifter fra fylkeskommunene kanaliseres gjennom Innovasjon Norges distriktskontorer.

I tillegg deltar mange fylkeskommuner i interreg-ordninger (dvs. EU-støttede

samarbeidsprosjekter med minst et annet nordisk land) som muligens kan være relevante for kulturnæringer, men disse omtales ikke nærmere her.

Nedenfor redegjør vi kort for noen av de virkemidler som fylkeskommunene bruker for å støtte kulturelle næringer (eller næringsutvikling generelt). Oversikten er basert på en gjennomgang av regionalforvaltning.no og fylkeskommunenes hjemmesider. Oversikten har ikke som ambisjon å dekke alle relevante ordninger, men heller trekke frem enkelte interessante virkemidler som kan være relevante.

3.2.1. Østfold: inkubatorbedrift og Blender Collective

Smart Innovation Norway er en inkubatorbedrift i Østfold som kan sammenlignes med Validé. Denne virksomheten har et fokus på energi, digitalisering og smarte byer, men også et satsingsområde innen design & visualisering som muligens er mer rettet mot kulturelle næringer. Smart Innovation Norway tilbyr bl.a. kursprogrammet «Pangstart», som er et lignende tilbud som ITSA hvor deltakerne i løpet av seks uker får bistand til å konkretisere sitt forretningskonsept. Dette gjøres gjennom individuell veiledning, samarbeid med de andre deltakerne og intensiv utvikling av egen forretningsidé. Deltakerne får tilgang til en næringsklynge innen teknologi og nye forretningsmodeller, og en egen mentor. Kurset avsluttes med at konseptet presenteres for et investorpanel.

Blender Collective er et annet nærliggende eksempel å hente inspirasjon fra. Blender Collective er en sammenslutning av 50 kreative bedrifter i Østfold basert på samarbeid og deling. BC har medlemmer innen underholdning og scenekunst, film, digitale medier, kommunikasjon, design, arkitektur og annet. Blender Collective har medlemmer over flere kommuner, driver to coworking-steder, driver et akseleratorprogram og en prosjektlab og samarbeider med innovasjons og forskningsmiljø.

3.2.2. Oslo: tilskuddsordning og «raske resultater»

Oslo har en tilskuddsordning for innovasjon innen kulturlivet og kulturnæringene.⁵ Målgruppen for ordningen er alle aktører som kan bidra til innovasjon på kulturfeltet i Oslo, herunder aktører innenfor kulturlivet og innenfor kulturnæringer. Flere aktører kan søke sammen og eventuelt i samarbeid med ordinære næringsaktører. Ved vurdering legges det vekt på: grad av nyskapning,

⁵ <https://www.oslo.kommune.no/politikk-og-administrasjon/tilskudd-legater-og-stipend/kunst-og-kultur/innovasjon-i-kultur-og-kulturnaringene/>

overføringsverdi, grad av risikodeling, forventet effekt og resultat på kort og lang sikt, tiltakets kunstneriske kvalitet og innholdsmessige kjerne, tidsperspektiv for gjennomføring, tiltakets gjennomførbarhet innen skisserte ramme og hvorvidt det tiltaket bidrar til internasjonalisering. For 2017 ble det avsatt en ramme på 3 millioner kroner til denne tilskuddsordningen.

Innenfor denne ordningen har man også en «delordning»: Raske resultater for kulturnæringsaktører. Raske resultater er utformet spesielt med tanke på små kulturbedrifter med liten egenkapital. Ordningen skal bidra til nyskapende prosjekter som på sikt kan lede til en styrket økonomisk bærekraft. Man kan søke om inntil 30 000 kroner til prosjekt eller tiltak som gjennomføres innen seks måneder. Målgruppen for ordningen er små kulturbedrifter med liten egenkapital.

3.2.3. Hedmark: sporene etter OL i 1994

I fylkesplanen for Hedmark har kulturnæringer fått en sentral plass: Det er et mål å bevisst satse på kulturnæringer som en positiv faktor for nærings- og stedsutviklingen i fylket. Kulturnæringer vokser raskere enn øvrige næringer i Hedmark, og har et betydelig vekst- og utviklingspotensial. Fylkeskommunen ønsker å utvikle kulturnæringene som egne næringer, samhandlingen mellom tradisjonelt næringsliv, kulturnæringer, kunnskapsmiljøer og virkemiddelapparatet og utvikle kulturnæringene som en del av arbeidet med stedsutvikling.

Hedmark fylkeskommune har for øvrig en lang tradisjon med å jobbe med dette feltet. Allerede i 2003 hadde man en strategi for kulturbasert næringsutvikling. Denne ble finansiert ved hjelp av etterbruksfondet fra OL '94.

Hedmark Kunnskapspark (HKP) er et kompetansemiljø som arbeider for å fremme kunnskapsbasert næringsutvikling i Hedmark. Man arbeider bl.a. med nettverksbygging og rådgivning til vekstbedrifter. HKP driver en inkubasjonstjeneste hvor utvalgte bedrifter får ekstra oppfølging i to år. HKP har bioteknologi, ikt og spill samt mat og opplevelser som strategiske satsingsområder, men alle som har ambisjoner er velkommen.

Bedriftsnettverket Hamar Gamecollective er bl.a. opprettet med støtte fra Innovasjon Norge og Hedmark fylkeskommune, og er landets ledende cluster innenfor spillutvikling.

3.2.4. Oppland: Høge sprang

Oppland fylkeskommunene har tidligere gitt støtte til “Høge sprang” som er et samarbeidsprosjekt som skal styrke og utvikle kreative næringer (design, web, foto, film, musikk m.fl.) i Hallingdal og Valdres, gjennom et formalisert samarbeid og ved å satse på innovasjon og nyetableringer. Prosjektet skal legge til rette for næring og etableringer som bygger på fjellet som ressurs og samspill med næringer som mat, reiseliv og opplevelser. Prosjektet skal utvikle klynger og nettverk. Det skal etableres arenaer der initiativtakere og gründere fra ulike bransjer kan møtes, samarbeide og danne grunnlaget for sterke næringsmiljøer, verdiskaping og vekst. Høge Sprang samarbeider med Hallingdal etablerarsenter, Innovasjon Norge, Høgskolen i Buskerud og Vestfold, samarbeidende klynger og initiativ i Valdres spesielt og resten av landet generelt, Regionrådet m.m.

3.2.5. Møre og Romsdal: eget program for kreative næringer og hoppid.no

I perioden 2013-2016 samarbeidet fylkeskommunen med Innovasjon Norge om et program for kreative næringer i Møre og Romsdal. Programmet var en nærings-satsing, som støttet opp om utvikling av arbeidsplasser innen kreative næringer gjennom å tilrettelegge for møteplasser, nettverk og kompetanseøkning. Programmet hadde et budsjett på 28 mil-lioner kroner, som ble tildelt næringsaktører og etablerere innen kreative næringer, og fasilitatorer som tilrettelegger for utvikling av kreative næringer.

Oxford Research evaluerte programmet i 2016, og konkluderte med at dette har vært en vellykket virkemiddelsatsing. Programmet var utformet etter grundige undersøkelser av behovet i næringen, slik at programmets tiltak ble mest mulig relevante for næringen, og bidro til å styrke deres overlevelse og konkurransekraft. Ifølge Oxford Research har programmet lyktes med å mobilisere relevante miljøer og kulturutøvere i forbindelse med åpne utlysninger, og har hatt et godt søknadstilfang å velge fra i behandling av søknader og beslutning om tilsagn. Deltakende etablerere og bedrifter rapporterte om stor merverdi og nytte av deltakelsen. Programmet har tilført aktører innen kreativ næring ressurser som samlokaliseringsarenaer, møteserier, kompetansetilbud og finansiering, som samlet har bidratt til informasjonsflyt, koblinger og andre innsatsfaktorer som næringsaktørene kan anvende i sin forretningsvirksomhet. Oxford Research anbefalte imidlertid enkelte justeringer i en eventuell oppfølging av programmet, bl.a. å etablere en mentorordning samt å tilby forretningsmodellering som et verktøy for utvikling av bedrifter i kreativ næring.

Etter at programperioden var over i 2017 ble arbeidet med kreativ og kulturell næring en del av driftsoppgavene, i samarbeid med flere eksterne aktører.

I 2017 ble det delt ut fire startstipend for kreative talent, og man startet et nytt pilotprosjekt dette året, mentorprogram for kreativ og kulturell næring gjennom entreprenørskapsprogrammet hoppid.no. Dette er et toårig pilotprosjekt satt sammen av tre element: Bygg Bedrift, mentoringprogrammet KulturBiz og markedsavklaringsmidler fra hoppid.no. Her møtes gründere og potensielle mentorer, og innenfor programmet dekkes inntil 20 timer mentoring i løpet av et år. I tillegg til mentoring arrangeres det nettverkssamlinger for både mentorer og gründere.

I 2017 har man i Møre og Romsdal også brukt mye ressurser på profesjonelle kunstnere., bl.a. for å dekke et kartlagt behov for kompetanse og næringsutvikling. Man ønsker å utvikle tilbud innenfor disse områda både gjennom hoppid.no og i samarbeid med profesjonelle kunstinstitusjoner i fylket.

hoppid.no er et samarbeid mellom Møre og Romsdal fylkeskommune, kommunene, Innovasjon Norge og fylkesmannen i Møre og Romsdal som har til hensikt å gjøre det lettere å bli gründer i Møre og Romsdal. I dag finnes det 30 hoppid.no-kontor, i nesten hver kommune i fylket. På hoppid.no-kontorene får gründere gratis råd og veiledning, tilbud om kurs og opplæring, råd om tilskudd og finansiering og hjelp i søkeprosesser og til nettverksbygging. Målet med hoppid.no er å skape nye og levedyktige bedrifter, mangfold i arbeidslivet og øke verdiskaping og å styrke Møre og Romsdal som gründerfylket. hoppid.no er et næringsnøytralt tilbud, dvs. at det er åpent for alle som ønsker å starte en virksomhet uansett innenfor hvilken næring.

3.2.6. Trøndelag

For perioden 2009-2016 hadde Trøndelag en egen strategiplan for kulturelle næringer, bl.a. basert på at Østlandsforskning (2008) viste at Trondheim har særlige forutsetninger for vekst og innovering innenfor kulturnæringene, både gjennom å ha en stor andel av kulturnæringene i regionen, og gjennom viktige kulturinstitusjoner og FoU-miljø, og at samfunn med urbane kjennetrekke utenfor Trondheim har forutsetninger for god vekst innenfor kulturnæringer. Målene i planen skulle bl.a. nås gjennom å satse på å etablere lokale nettverk, videreutvikle eksisterende næringshager og inkubatorer (Kulturhagen Tindved i Verdal og Namsos RockCity) og øke kulturkompetansen i virkemiddelapparatet.

Så vidt vi har avdekket er det ikke utviklet noen ny plan for kulturelle næringer, men det ser fortsatt ut til at dette er et satsingsområde i fylkeskommunen, og hvor man fortsetter å arbeide ut fra de mål og planer som ble lagt i planen for 2009-2016.

3.2.7. Troms: Intro

Troms fylkeskommune finansierte i perioden 2010-2014 det så kalte Intro-fondet, som skulle være en aktiv pådriver for økt verdiskaping i kulturnæringen og videreutvikle regionens attraktivitet gjennom å skape vilje, evne og mulighet for innovasjon og kommersialisering med basis i kulturvirksomhet. Intro-fondet ble gjenstand for en grundig evaluering (se ØF-rapport 06/2013). Der så man på bakgrunnen for Introsatsingen, gjorde en analyse av resultater og effekter, organisering og strategier samt hvordan Intro ble dekket av media.

Evalueringen pekte på hva Intro har gjort riktig og hvor det er forbedringspunkter. Dette ble blant annet gjort gjennom en analyse av resultatoppnåelsen.

Rapporten oppsummeres med at selv om det var tidlig å gjøre opp endelig status, mente man at man kunne se resultater av arbeidet, både kortsiktig men ikke minst langsiktig med det grunnlaget som er lagt for en videre satsing. Etter en helhetsvurdering konkluderes det derfor med at etableringen av Introfondet har vært vellykket

I 2014 ble arbeidet med verdiskaping i de kulturelle og kreative næringer overført til Innovasjon Norges kontor i Troms. Innovasjon Norge skal bidra til å styrke næringsutviklingen innenfor disse næringene, legge til rette for etableringer i, og koblinger mot eksisterende næringsmiljø. Satsingen på kulturelle og kreative næringer i Troms skal bidra til å gi et løft for hele næringen med sikte på en permanent ordning. Søknader vurderes i forhold til Fylkesplan for Troms, Regional utviklingsplan for Troms og Handlingsprogram for de næringsrettede midlene til regional utvikling.

3.2.8. Finnmark: Kulturnæringsfond, kulturnæringshage og Surstoffnettverk

Kulturnæringene er så vidt nevnt i regional utviklingsplan for Finnmark 2014-2023. Men fylkeskommunen eier et kulturnæringsfond som skal bidra til utvikling av kulturnæringen gjennom lånefinansiering og oppfølging. Ordningen tilbyr lån med gunstig rente og rådgivning til bedriftene som deltar i ordningen. Innovasjon Norge Finnmark mottar søknader, behandler disse og innstiller overfor styret som tar beslutning. Søker skal være en SMB som er lokalisert i Finnmark.

Met utgangspunkt i Hermetikken Kulturnæringshage i Vadsø har også Finnmark (i likhet med Østfold og Blender Collective) samlet kulturnæringsaktører i hele fylket i et nettverk under det treårige «Surstoff-prosjektet». Hermetikken har nylig også opprettet et nytt selskap, Hermetikken Kulturregnskap AS, som skal hjelpe

bedrifter i kulturnæringen med regnskap og økonomistyring. Dette er en tilbud som svarer på behovet fra mange mikrobedrifter i bransjen.

3.3 Kulturinkubatorens plass i Stavanger- regionen

Kulturplanen til fylkeskommune forteller at det i Rogaland var registrert 673 bedrifter i kulturnæringene i 2000, mens antallet i 2009 var kommet opp i 1689. Dette utgjør en vekst på 151 prosent i perioden og en gjennomsnittlig årlig vekst på 20 prosent. Dette tyder på at kulturnæringene, i Rogaland som ellers, vokser i bredden dvs. at det etableres stadig nye små virksomheter mer enn det utvides med nye arbeidsplasser i eksisterende foretak.

Når vi skal beskrive den regionale konteksten Kulturinkubatoren befinner seg i, er det relevant å vende tilbake til begrepene innledningsvis og figur 1.3. som er relevant for hvordan næringene i Stavangerregionen grupperer seg og hvordan nettverkene, tilbudene og miljøene definerer sine målgrupper. I dette kapitlet ser vi på overlapping, grenser og muligheter for samarbeid mellom Kulturinkubatoeren og noen av de mest relevante tilgrensende aktørene som har kommet til syne i løpet av datainnsamlingen og de møter vi har hatt underveis i prosjektet. Oversikten over aktører er ikke uttømmende, her finnes flere aktører som kunne vært nevnt.



Figur 3.3. Kulturelle og kreative næringer

3.3.1. Kulturinkubatorens nåløye

Kulturinkubatoren har en tydelig målgruppe som er bedrifter i tidligfase med vekstambisjoner og -potensiale. Målet er at bedriftene som har gått gjennom programmet skal være bærekraftige og vokse og ikke bare være bedre rustet til å brødfø seg selv. Med andre ord er fokuset på de delen av kulturnæringene med største kommersielle potensialet – boksen til høyre i figuren.

Samarbeidet i ITSA understreker blant annet fokus på koblingen mot teknologi og skalerbare produkter.

3.3.2. Ressursgruppe for kreative kommersielle næringer

Det finnes flere aktører i regionen med fokus på kreative kommersielle næringer. Stavanger næringsforening etablerte i februar i 2017 en ressursgruppe for Kreative Kommersielle Næringer. Hensikten er å øke kjennskapen til de kreative næringene i regionen, markedsføre dem og bidra til nettverksbygging på tvers: Gruppen skal

- bidra til nyskaping i regionen gjennom tverrfaglig samarbeid
- løfte fram og øke kunnskap om kreativ kommersiell næring i regionen
- videreutvikle nettverk og underbygge gode synergier internt i bransjen
- beholde og få nye kunder og prosjekt til regionen
- bygge opp om en nasjonal satsing på kreative næringer med mål om å skape flere jobber

Kreativt Stavanger har utarbeidet en bransjeoversikt og en nettside med fokus på bedrifter innen grafisk design, produkt design, tjenestedesign, urban design, klesdesign, digital utvikling, foto, film, animasjon, arkitektur, interiørarkitektur, kommunikasjon, event, lyd og illustrasjon. De har foreløpig ingen planer om å jobbe med kompetanseutvikling.

Leder for ressursgruppa forteller at de har brukt lang tid på definisjonene og har vært opptatt av å spisse til kommersielle næringer. Det er pr i dag ikke noe formelt samarbeid mellom Kreativt Stavanger og Kulturinkubatoren.

3.3.3. Verdiskapingsforum ved UiS

Inkubatoren er tett linket mot Universitet i Stavanger. Her samarbeides det blant annet med en rekke næringsutviklingsaktører, gjennom samhandlingsgruppe for innovasjon og kommersialisering. Dette er et forum som skal styrke kolbingen mellom forskning, nærings- og gründerbasert næringsutvikling samt studententreprenører. Her koordineres bl.a. arrangement og andre tilbud. Deltakerne er Validé, IRIS, FI, UiS, Studentinkubatoren, Måltidens hus, Innovation Dock Connect, Creator7 Makerspace, SR-bank, StartUP lab, Lyse Entreprenør og Ungt entreprenørskap. Validé har koordinatorkfunksjonen.

3.3.4. Innovation Dock

Innovation Dock er en raskt ekspanderende coworkingspace med målgruppe entreprenører og vekstselskaper, med en rekke ulikeprogram, blant annet egen inkubator gjennom SR-bank og etablereroplæring for NAV. Innovation Dock har

vokst fra 50-100 selskaper i løpet av et år, og huser nå 150 personer. ID er åpen for alle bransjer.

Her finnes en link mellom Kulturinkubatoren og Innovation Dock gjennom enkelte ITSA-deltakere som har tilknytning her. Og ellers samarbeides det gjennom Verdiskapingsforum.

Innovation Dock definerer seg som forskjellig fra Ipark, som beskrives som en «gammel og delvis offentlig institusjon», mens de selv er privateiet og har «et helt annet miljø».

3.3.5. Inlet Inkubator

Vi kan også følge sporene til en Kulturinkubator deltaker til Inlet Inkubator, som er en helt nye, foreløpig liten, inkubator for gründere, investorer og industrien. Det er, ifølge lederen, et miljø ledet av tidligere gründere, med et trangt nåløy.

De er åpne for gründere i alle faser som ser behov for å bli en del av et miljø hvor man har tilgang til både kapital, marker, mentorer, industrieksperter og selve markedet. Inkubatoren er åpen for alle bransjer, men satser på «vertikaler innen transport, logistikk, mobilitet. Opplegget er intensivt, det er ønskelig at alle sitter der fysisk og det skreddersys oppfølgingsprogram for den enkelte.

3.3.6. TOU Scene

Ett av de mest oppgatte sporene fra Kulturinkubatoren går til TOU scene. Her holder 150–170 profesjonelle aktører (i hovedsak innen musikk, visuell kunst og scenekunst) til i en av landets største og eldste samlokaliseringer av kulturelle næringsaktører. Stavanger kommune eier bygningsmassen, men TOU scene står for driften. Det er først og fremst et produksjonshus, men også et sted for publikum.

Daglig leder forteller at TOU scene var involvert på et tidlig stadie av Kulturinkubatoren, da det het Fram Kultur. TOU omtaler seg selv i dag som en «passiv inkubator»:

Vi har kalt oss sjøl en slags «passiv inkubator». Vi fasiliterer at folk kan lære av hverandre. Komme sammen, utforske og være kreativ, men vi har ikke laget noe program av det. Det er vi i ferd med å utvikle nå. Ikke bevisst for å bli en inkubator, men for å ha fokus på det bransjespesifikke elementene som vi har behov for her....Kluster-tanken er vel så viktig som å ha en faglig inkubator. Det å få kombinert de to, det hadde vært interessant.

..Vi har miljøene, vi har nettverkene som gjør at folk møtes, folk utvikles, folk lærer av hverandre. Treffpunktene som er så viktige å ha, kan ikke kulturinkubatoren tilby, de kan tilby jevne møter, men det er ikke der ting skjer. Ting skjer over lunsjbordet, ettermiddagskaffen eller at du setter deg ned og drikker øl. (Daglig leder, TOU)

3.3.7. Elefant

Coworkingstedet Elefant er et annet av miljøene som representerer noe av mangfoldet innenfor «boksen i midten» i figur 1.3. kulturelle næringer med kommersielt potensial. Hos Elefant er det 30 bedrifter innen billedkunst, musikk, foto, grafisk design m.m. Flere av stifterne og leietakerne i Elefant har vært involvert i Kulturinkubatoren.

Flere av de involverte her gir uttrykk for at dagens Kulturinkubator har beveget seg vekk fra «den opprinnelige grunnideen» og beveget seg mot et trangere nåløy, med fokus på vekst, skalerbarhet, tech, konkurranse og metoder som er fremmed for bredden av bransjen.

Elefant er regionens samarbeidspartner for Bygg Bedrift, Innovasjon Norges kompetanseutviklingsprogram for kreative og kulturelle næringer. Daglig leder peker på at de ønsker å drive bransjebygging på bransjens premisser og har gode forutsetninger for det. Det viktigste er nettverk.

3.3.8. Andre coworkingmiljø av kulturelle og kreative næringer

I tillegg til TOU og Elefant, finnes det flere relevante miljø som samler kulturnæringsaktører i Stavanger. Absinthen er et kontorfellesskap og et «bygg i bevegelse», med et stort innslag av kreative næringer. Tinfabrikken er et annet kreativt fellesskap med blant annet musikklokaler. Tinfabrikken har blant annet vært utspring for innovasjonen Employ, suksessbedriften som tilbyr arbeidsgivertjenester til frilansere innenfor kulturelle og kreative næringer.

3.3.9. STAR

STAR er kompetansesenteret for musikkmiljøet i Rogaland og er en betydelig aktør når det gjelder kompetanseutvikling i kulturbransjen. De har 668 medlemmer i hele Rogaland, og er i kontakt med 300 aktører i løpet av et år. Daglig leder gir om lag 300 rådgivningstimer i året. De jobber med kompetanseheving, bransje- og talentutvikling. STAR har ikke noe direkte samarbeid med Kulturinkubatoren, men

det har vært noe dialog om å utvikle «musikk som levebrød» uten at det har blitt realisert.

Daglig leder i STAR mener Kulturinkubatoren og STAR har utviklet seg i ulik retning.

De (KI) har forandret porteføljen, det oppleves annerledes nå. ITSA og konkurranser, virkemiddel som ikke dagens musikkbransje bruker, det er unaturlig å pitche sitt nye album. Det er i alle fall det inntrykket som skapes. Vi har glidd lenger fra hverandre i forhold til å serve bransjen ettersom de ikke er tilstede de samme stedene som oss. Vekst i musikkbransjen kan ofte ikke måles i kroner og mange opplever at de ikke føler seg hjemme i denne Startup, tech verdenen. Vekst i musikkbransjen kan være annet enn å øke omsetningen., Det kan være å komme inn på nye territorier, men det gir ikke nødvendigvis økt omsetning, fordi det er dyrt å satse i nye markeder. (Daglig leder, STAR)

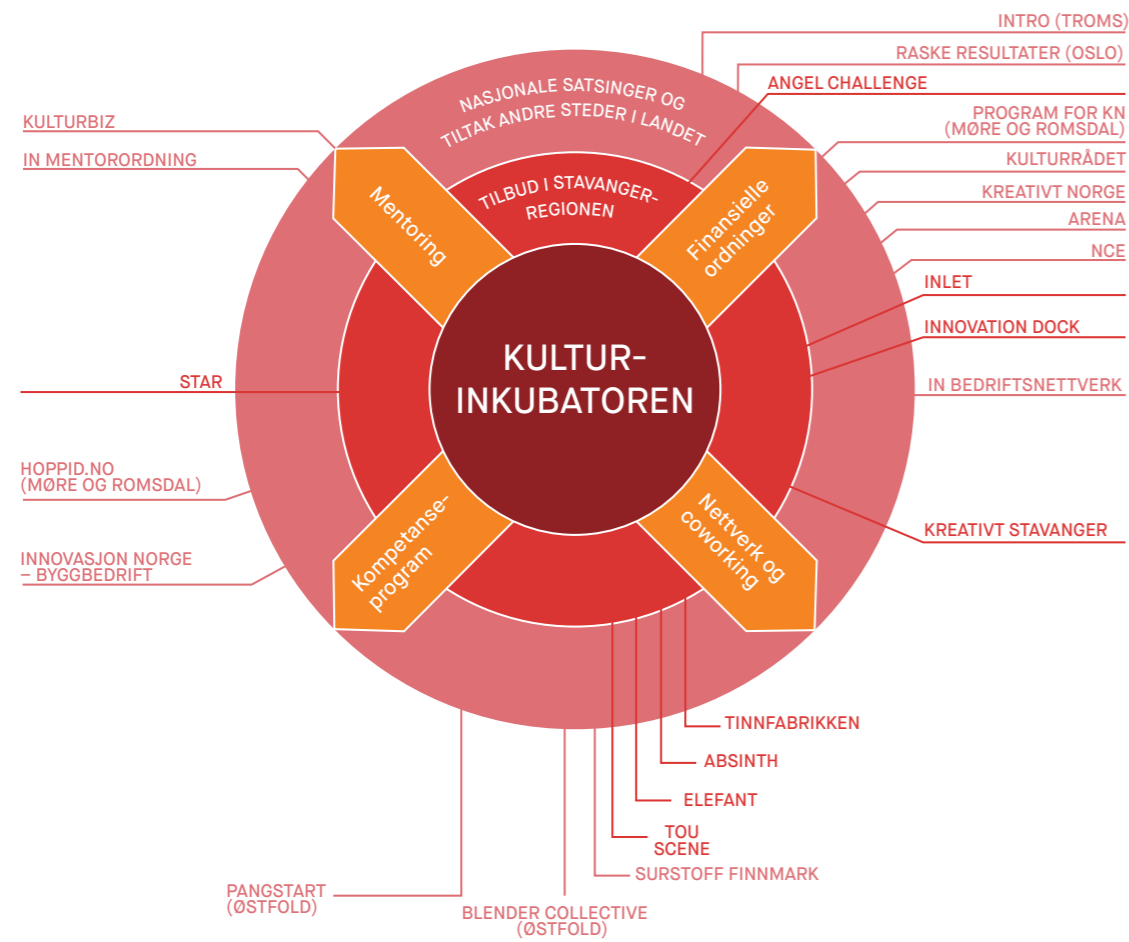
STAR, TOU scene og Elefant har etablert et samarbeid om utviklingen av et nytt konsept, «Vippepunkt», for utvikling av kulturnæringsbransjen.

3.4 Kulturinkubatorens plass i kulturnæringsutviklingssystemet

Vi har her oppsummert at det nasjonalt finnes ulike eksempler på virkemidler, tilbud, ordninger og aktører som kan ha relevans for utviklingen av kreative og kulturelle næringer i Stavangerregionen enten i form av inspirasjon til å ta i bruk lignende modeller, eller ved å opprette samarbeid med dem.

Det er også vist til at det i Stavanger finnes flere aktører, tilbud og nettverk å spille på i utviklingen av nye og eksisterende tilbud til kreative og kulturelle næringer.

Mellom tech og kultur
Kulturinkubatoren og dens plass i utviklingen av kreative og kulturelle næringer i Stavanger-regionen



Figur 3.4 Kulturinkubatoren i nasjonal og regional sammenheng

4 Konklusjoner og anbefalinger

Kulturinkubatoren er relevant og av stor nytte og til utvikling for de bedriftene som deltar. Dreiningen til ITSA – akseleratorprogram med høyere intensitet ser ut til å øke denne nytteverdien. ITSA spisser seg mot en mindre del av kulturnæringen – den delen som er mest teknologiintensiv og som har klare ambisjoner om ekspansjon. For denne nisjen av kulturelle og kreative næringer fungerer ordningen på en god måte.

Kulturinkubatoren representerer ett av fem fagområder i Valide' sin inkubator, som i stor utstrekning samarbeider på tvers. Kompetansen om kulturnæringer er først og fremst ivaretatt av Kulturinkubatorens leder, og er i mindre grad integrert organisatorisk i Inkubatoren som helhet. Kulturinkubatortilbudet synes derfor slik det nå er organisert, noe sårbart og personavhengig. Ved en videre satsing på kulturnæringer i inkubatoren bør man vurdere en tydeligere organisatorisk forankring av kulturnæringskompetansen.

Det er i midlertid store deler av regionens kulturelle og kreative bedrifter som faller utenfor Kulturinkubatorens målgruppe, slik det praktiseres i dag. Potensialet for økonomisk vekt er nok størst innen den delen av kulturelle og kreative næringer inkubatoren favner slik den nå er innrettet. Samtidig må man ha klart for seg at denne strategien ikke fanger opp brorparten av bedriftene i næringen. Inkubatorens målgruppe sammenfaller med den delen av KK-næringene som defineres som «kreative næringer med stort kommersielt potensiale».

Men den største delen av kulturnæringene (i antall virksomheter) faller utenfor denne målgruppa. Den delen av bransjen vi definerer som «kulturelle næringer med kommersielt potensial» består gjerne av små bedrifter som ikke nødvendigvis har som ambisjoner å vokse i omfang og der skalering ikke er målet. Mange av dem er heller ikke tidligfasebedrifter.

For å utvikle de kulturelle og kreative næringene i Stavanger-regionen finnes det flere veier å gå som ikke er gjensidig utelukkende, men som sammen kan bidra til utvikling for et bredt lag av kulturelle og kreative næringsaktører:

1. Fortsatt satsing og styrking av Validéinkubatoren sitt tilbud for kreative næringer med stort kommersielt potensiale.
2. Egne fond/ tilskuddsordninger til bedrifter og ideer, som f.eks. Introfondet i Tromsø, eller Oslo sin ordning «Raske resultater for kulturnæringer»

3. Etablering av coworkingsteder har vist seg å være virksomme strategier for utvikling av kulturnæringsbransjen, som består av en stor andel enkeltpersonsforetak og mikrobedrifter. Møre og Romsdal har hatt egen tilskuddsordning til etablering av samlokaliseringer.
4. Coworkingssteder kan utvides med nettverk av andre aktører. Her kan for eksempel søkes inspirasjon fra Surstoff i Finnmark eller Blender Collective i Østfold, et nettverk som overbygger flere coworkingsteder og enkeltaktører og som blant annet driver egen akselerator.
5. Det har være utviklet flere typer kompetanseprogram for kulturnæringene de senere år. Erfaringer tilsier at effekten blir bedre i kombinasjon med systematisk oppfølging/ mentoring. Det er denne kombinasjonen som nå prøves ut i samarbeidet mellom Bygg Bedrift og Kulturbiz blant annet i Møre og Romsdal.

Stavanger-regionen har en rekke etablerte kulturnæringsbedrifter, mange av dem samarbeider i velfungerende coworkingmiljø, klynger og nettverk. Det er stort potensiale og muligheter for å bygge på disse miljøene, deres kompetanse og ideer for å utvikle supplerende tilbud til en enda bredere målgruppe av kulturnæringer.

5 Referanseliste

Andersen, T. og Hoff, E. (2016). *Bedre sammen? Samlokaliseringer som virkemiddel for utvikling av kulturelle næringer*. Kunnskapsverket notat nr. 06-2016. Lillehammer: Kunnskapsverket

Ericsson, B. og Andersen, T (2016). *Hvordan lykkes stort som små? Mikrobedrifters kapasitetsutfordringer*. (Østlandsforskning Rapport nr 05, 2016). Lillehammer: Østlandsforskning og Kunnskapsverket.

Hauge, A., Svein Erik Hagen, Birgitta Ericsson, Per Kristian Alnes og Trine Kvidal (2013). *Intro – Evaluering av Intro-fond for kulturnæringen i Tromsø*. ØF- Rapportnr. 2013/06

Hesmondhalgh, D. (2013). *The cultural industries* (3rd ed. ed.). Los Angeles: Sage.

Ibenholt, K. m.fl. (2015). *De gode hjelperne – nasjonale virkemidler for utvikling av kulturelle næringer*. Kunnskapsverket rapport 03-2015. Lillehammer: Kunnskapsverket

Ipark Innovasjonspark Stavanger (2012). Forretnings- og fagutviklingsprogram for kulturnæringsvirksomheter i Stavangerregionen. Søknad om støtte til kulturinkubatoren 2012, 2013, og 2014

Ipark Innovasjonspark Stavanger (2015). Rapport Kulturinkubatoren 2012, 2013, 2014,2015

Kong, L. (2014). *From cultural industries to creative industries and back? Towards clarifying theory and rethinking policy*. Inter-Asia Cultural Studies, 15 (4), 593-607.

Kulturinkubatoren (2016). Søknad om støtte til Kulturinkubatoren

Kulturinkubatoren i Ipark (2012). Søknad om støtte til Kulturinkubatoren i IPark 2012,2013 og 2014. Vedlegg program for Kunst som levebrød 2011 – 2012, anbefalingsbrev fra deltakerne,

Kulturinkubatoren i Ipark (2015). Søknad om støtte i 2015, 2016, 2017.

Rogaland fylkeskommune (2011). Saksprotokoll 11/9718 Regional- og kulturutvalget. Søknad om støtte til prosjektet «Kunst som levebrød», fra posten Allmenne Kulturformål

Rogaland fylkeskommune (2012). Fylkesrådmannen Regionalutviklingsavdelingen. Utviklingsprosjekt – modell for kulturnæring

Rogaland fylkeskommune (2014). Fylkesrådmannen Kulturavdelingen: Melding om tilsagn på søknad om midler til gjennomføring av regionalt utviklingsprogram 2014.

Rogaland fylkeskommune (2015). Regional kulturplan for Rogaland 2015 – 2025.

Rogaland fylkeskommune (2015). Saksprotokoll 14/14573 Fylkestinget. Regional kulturplan for Rogaland 2015- 2025 – endelig behandling.

Rogaland fylkeskommune (2016). Fylkesrådmannen Kulturavdelingen: Fylkeskommunalt driftstilskudd 2016

Rogaland fylkeskommune (2016). Regional kulturplan for Rogaland 2015 – 2025. Handlingsprogram 2017

Rogaland fylkeskommune (2016). Regional kulturplan for Rogaland 2015 – 2025. Handlingsprogram 2017

Rogaland fylkeskommune (2017). Fylkesrådmannen Næringsavdelingen: Tilsagn – inkubatortilbud Rogaland.

Sannes, G.I. (2011). Evaluering av KULTIBATOREN – inkubator for kulturnæring i Ipark AS 2009, 2010, 2011

Sannes, G.I. (2017). Rapport Kulturinkubatoren i 2016

Stavanger kommune (2012). Saksframlegg Stavanger formannskap. Ipark – økonomisk støtte til kulturinkubatoren

Stavanger kommune (2012). Saksprotokoll Stavanger formannskap sak 91/12. Ipark – søknad om økonomisk støtte over en treårsperiode ifm Kulturinkubatoren.

Stavanger kommune (2015). Saksframlegg Stavanger formannskap Søknad om videre støtte til kulturinkubatoren i IPark AS.

Stavanger kommune (2015). Saksprotokoll Stavanger formannskap sak 115/15 Søknad om videre støtte til kulturinkubatoren i IPark AS.

Stavanger kommune (2016). Saksframlegg Stavanger formannskap sak 251/16 Evaluering av Kulturinkubatoren – ny behandling.

Stavanger kommune (2016). Saksframlegg Stavanger kommune Kommunalstyret for kultur og idrett Evaluering av kulturinkubatoren – ny behandling.

Stavanger kommune (2016). Saksprotokoll Stavanger formannskap sak 251/16 Evaluering av Kulturinkubatoren – ny behandling.

Stavanger kommune (2016). Saksprotokoll Stavanger kommune Kommunalstyret for kultur og idrett sak 65/16 Støtte til Kulturinkubatoren

Stavanger kommune (2016). Saksprotokoll Stavanger kommune Kommunalstyret for kultur og idrett sak 76/16 Evaluering av kulturinkubatoren – ny behandling.

Nettsted:

<http://inlet.no/>

<https://zefyr.no>

<http://www.absinthen.no>

www.naeringsforeningen.no/

<http://star-rogaland.no/hva-gjor-star/>

<http://innovationdock.no>

<http://www.uis.no/samfunn-og-samarbeid>

<https://www.hermetikken.no/om-surstoff>

6 Vedlegg

6.1 Intervjuguide inkubatorbedrifter

NB: Intro om prosjektet, formål og formidling. Om samtykke til opptak, bruk av data, anonymitet.

Navn:

Bedrift:

Bransje:

Bedriftsform (AS, ENK, annet):

- Når ble selskapet etablert?
- I hvilke tiltak i Kulturinkubatoren har du deltatt i, og når?
 - o Inkubator
 - o KSL
 - o ITSA
- Hvordan kom du i kontakt med kulturinkubatoren?
- Har du deltatt i lignende tiltak/virkemidler tidligere (før 2011)?
I tilfelle hvilke?
- Har du fått annen støtte til virksomheten samtidig som da har deltatt i Kulturinkubatorens tiltak? I tilfelle hva?

I hvilken grad har du fått – og hvor viktig har følgende vært for din utvikling:

- Individuell veiledning/ mentoring?
- Nettverk/samarbeide/team med andre i inkubatoren?
- Økonomisk støtte/finansiering
- Kurs, workshops, ny kompetanse, nye verktøy?
- Hva tror du ville skjedd med din virksomhet hvis du ikke hadde deltatt i kulturinkubatoren?
- I hvilken grad vil du si at kulturinkubatoren har spilt en rolle for utvikling av din virksomhet?
- Har kulturinkubatoren bidratt til økt kompetanse i din virksomhet, og i tilfelle hvilken kompetanse har vært mest nyttig for deg?
- Har deltakelsen initiert samarbeid med andre deltakere eller andre aktører?
I tilfelle kan du beskrive i hvilken form og hva dere har samarbeidet om (kunstnerisk samarbeid, samarbeid om «økonomi», annet)
- Hvordan vurderer du effekten av Kulturinkubatoren totalt sett?
Kunne noe blitt gjort annerledes?
- Hvordan har du opplevd samarbeidet med Kulturinkubatoren?
Dialog, saksbehandlingstid, tilgjengelighet osv.
- Hva er det din bedrift har mest behov for av tilbud/ støtte/ for videre utvikling?