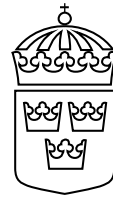


Regeringens skrivelse

2023/24:111



Strategi för företag i kulturella och kreativa branscher

Skr.
2023/24:111

Regeringen överlämnar denna skrivelse till riksdagen.

Stockholm den 4 april 2024

Ulf Kristersson

Parisa Liljestrand
(Kulturdepartementet)

Skrivelsens huvudsakliga innehåll

I skrivelsen redovisas regeringens strategi för företag i kulturella och kreativa branscher, mot bakgrund av bl.a. teknik- och branschutvecklingen och de behov som finns på området. Strategin är avsedd att gälla under en tioårsperiod (2024–2033). Strategin inbegriper en övergripande vision och sex strategiska mål inom lika många prioriterade områden:

- nationell statistik
- kunskaper om upphovsrätt
- rådgivning, stöd, finansiering och regelkostnader
- kompetensförsörjning och trygghetssystem
- livsmiljöer och näringsliv i hela landet
- genomslaget internationellt för de kulturella och kreativa företagen.

Slutligen redovisas hur regeringen avser att arbeta med strategin.

Innehållsförteckning

| | | |
|----------|---|----|
| 1 | Ärendet och dess beredning | 3 |
| 2 | Det behövs en strategi för företag i kulturella och kreativa branscher | 3 |
| 3 | Vision | 9 |
| 4 | Strategiska mål | 9 |
| 4.1 | Tillförlitlig statistik på nationell nivå | 10 |
| 4.2 | God kunskap om förutsättningarna och utvecklingen på den upphovsrättsbaserade marknaden | 11 |
| 4.3 | Träffsäker rådgivning, stöd och finansiering och minskade regelkostnader | 12 |
| 4.4 | God kompetensförsörjning, livslångt lärande och goda villkor i trygghetssystemen | 15 |
| 4.5 | Attraktiva, hållbara livsmiljöer och ett diversifierat och konkurrenskraftigt näringsliv i hela landet | 18 |
| 4.6 | Ett stort och växande internationellt genomslag för de kulturella och kreativa företagen | 20 |
| 5 | Regeringens arbete | 23 |
| Bilaga 1 | Sammanfattning av betänkandet Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher (SOU 2022:44) | 25 |
| Bilaga 2 | Förteckning över remissinstanserna | 27 |
| | Utdrag ur protokoll vid regeringssammanträde den 4 april 2024 | 29 |

1 Ärendet och dess beredning

Regeringen beslutade den 3 november 2021 att ge en särskild utredare i uppdrag att lämna förslag till en samlad nationell strategi med syfte att under den kommande tioårsperioden främja långsiktig och hållbar utveckling av de kulturella och kreativa näringarna i hela landet (dir. 2021:100). Utredaren fick i uppdrag att bl.a. föreslå mål för arbetet med att främja och utveckla de kulturella och kreativa näringarna och att analysera och identifiera utvecklingsbehov inom olika områden. Utredningen antog namnet Kreativa Sverige (Ku 2021:03).

Kreativa Sverige överlämnade i augusti 2022 sitt betänkande Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher (SOU 2022:44). Kreativa Sveriges egen sammanfattning av betänkandet finns i *bilaga 1*.

Betänkandet har remissbehandlats. En förteckning över remissinstanserna finns i *bilaga 2*. En sammanställning av remissyttrandena finns tillgängliga i Kulturdepartementet (Ku2022/01357). Den 15 december 2023 höll statssekreterarna i Kulturdepartementet och Klimat- och näringslivsdepartementet gemensamt ett rundabordssamtal med aktörer verksamma i kulturella och kreativa branscher för att få en aktuell bild av branschernas förutsättningar och utmaningar.

I denna skrivelse presenterar regeringen en nationell strategi för att främja företag i kulturella och kreativa branscher med utgångspunkt i betänkandets förslag.

2 Det behövs en strategi för företag i kulturella och kreativa branscher

De kulturella och kreativa branscherna

De kulturella och kreativa branscherna har blivit en allt viktigare del av näringslivet och arbetsmarknaden, i Sverige, EU och övriga världen. I betänkandet Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher (SOU 2022:44) beskriver utredningen, utifrån definitioner av Tillväxtverket och Eurostat, branscherna som bestående av verksamheter som bygger på kulturella värden eller konstnärliga och andra kreativa uttryck, oavsett om verksamheten är marknadsorienterad eller inte. Branscherna består av såväl enskilt och offentligt ägda eller offentligt finansierade företag som institutioner och ideella verksamheter vilka många gånger kan vara affärsdrivande. Branschernas främsta resurs är individer med kreativ yrkeskunskap och kulturell kompetens. Tidigare användes uttrycket kulturella och kreativa näringar som översättning av engelskans *cultural and creative industries*. Regeringen delar utredningens bedömning att uttrycket kulturella och kreativa branscher är det som bör användas som mer språkligt korrekt. Det är numer också gängse bl.a. i det arbete som sker på regional nivå.

Företag i de kulturella och kreativa branscherna har kulturskapande eller andra kreativa processer som sin affärsidé eller råvara. De använder

kreativ yrkeskunskap och kulturell kompetens för arbete med original-idéer, innehåll, varor eller tjänster, i analoga eller digitala format, inom en eller flera kulturella och kreativa branscher. Företaget kan skapa inom ett eller flera olika kulturuttryck, leverera tjänster grundat på kulturell och kreativ kompetens eller bygga vidare på andras skapande, till exempel genom att erbjuda lösningar för distribution och handel.

De kulturella och kreativa branscherna och företagen rymmer en rad verksamheter och företeelser, såsom arkitektur, arkiv, artisteri, bibliotek, bild, bildkonst, byggnadsvård, cirkus, dans, dataspel, festivaler, film, form och design, fotografi, författande, förlag, gallerier, grafisk form, hantverk, illustration, inredning, installationer, journalistik, kommunikation, konsthantverk, kulturarv, kulturmiljöer, kulturturism, litteratur, medier, mode, museer, musik, möbler, reklam, scenkonst, serier, skulptur, slöjd, smide, textil, upphovsrättshantering och en rad olika digitala konstnärliga uttryck och även verktyg inom kultur som AI (artificiell intelligens), AR (*augmented reality*) och VR (*virtual reality*).

Flera statliga myndigheter och andra aktörer, såsom organisationer med statligt uppdrag eller statlig grundfinansiering, bedriver verksamheter av direkt eller indirekt betydelse för de kulturella och kreativa branscherna. Betydande offentliga insatser görs även på regional och kommunal nivå och av Sametinget, där det finns närmare kunskaper om lokala förutsättningar. Civilsamhällets organisationer och företagens branschorganisationer är också viktiga aktörer. Inte minst branschorganisationerna samlar värdefull kunskap om förutsättningarna för de kulturella och kreativa företagen.

Det behövs en samlad långsiktig strategi för företag i de kulturella och kreativa branscherna

Det senaste samlade initiativet på nationell nivå till förmån för sektorn var regeringens handlingsplan för kulturella och kreativa näringar, som gällde för perioden 2010–2012. Sedan dess har bland annat myndigheter och flera regioner och kommuner vidareutvecklat förutsättningarna för kulturella och kreativa branscher. Många aktörer efterfrågar att regeringen initierar ett långsiktigt arbete för att främja de kulturella och kreativa branscherna. Det finns också ett brett stöd bland remissinstanserna för detta (se vidare s. 8).

Främjandet av kulturella och kreativa branscher kan kopplas till flera politikområden, såsom kulturpolitik, näringspolitik, handels- och främjandepolitik, regional utvecklingspolitik, landsbygds politik och utbildningspolitik. Med en samlad långsiktig strategi finns förutsättningar att på ett mer effektivt sätt över tid främja de kulturella och kreativa branscherna. I likhet med utredningen bedömer regeringen att tio år (2024–2033) är en rimlig tidsrymd för att genomföra strategin. Regeringen delar också utredningens utgångspunkt att eventuella kostnader för strategin ska finansieras genom omprioriteringar inom ram.

Regeringens strategi för kulturella och kreativa branscher syftar till att främja kulturskapares villkor och företagare inom de kulturella och kreativa branscherna. Strategin behövs av flera skäl som anges i det följande.

Regeringen bedömer att det är angeläget att öka medvetenheten om de kulturella och kreativa företagens betydelse både i kulturlivet och i det svenska näringslivet. Bristande statistik och svårigheter att hitta gemensamma definitioner gör att det finns en risk att det samlade värde som företagen och branscherna genererar inte synliggörs och därmed inte heller värdesätts. Det är ett problem, då de kulturella och kreativa branscherna är en växande del av ekonomin. Det försvårar också möjligheterna att vidta rätt åtgärder för att frigöra den potential som finns.

I Sverige återfinns omkring 130 000 företag, dvs. en tiondel av alla Sveriges företag, i de kulturella och kreativa branscherna. Enligt den senaste mätningen 2017 omsatte de kulturella och kreativa branscherna 400 miljarder kronor och sysselsatte cirka 190 000 personer i hela landet. Branschernas tillväxt, mätt i ökning av deras samlade förädlingsvärde, var 11 procent mellan 2010 och 2017. Det finns skäl att anta att omsättningen och sysselsättningen i dag är högre, t.ex. om man ser till utvecklingen för dataspelsbranschen eller strömningstjänster för musik.

Företagens produktion är viktig som materiella och immateriella exportvaror. Studier visar att företag inom kulturella och kreativa branscher exporterar dubbelt så mycket som genomsnittet av företag i Sverige. De bidrar därmed också till bilden av Sverige i utlandet. De kulturella och kreativa företagen kan också ha en drivande roll i näringslivets digitala omställning. De kännetecknas av en stor andel högutbildad arbetskraft och attraherar utländsk kompetens som är särskilt viktig för dem. I en alltmer tjänsteorienterad ekonomi, där upplevelser och uppmärksamhet blir allt viktigare, bär de en stor potential för framtiden. Men företagande och verksamheter inom kulturella och kreativa branscher spänner över olika områden där anställningsformer, finansieringsstrukturer och affärsmodeller kan se väsentligt olika ut. Detta blev tydligt under covid-19-pandemin då effekterna skilde sig mycket mellan olika verksamheter, även inom de kulturella och kreativa branscherna. Vissa branscher drabbades hårt av att marknaden rycktes undan. Andra branscher kunde snabbt ställa om till ökad verksamhet, ökad distribution via digitala plattformar och internationell expansion. Som exempel kan nämnas att den svenska dataspelsbranschens omsättning mer än fördubblades mellan 2018 och 2022, från 14,3 miljarder till 32,5 miljarder kronor i de svenska bolagen. När de utländska dotterbolagen räknas med är ökningen ännu större under samma period, från 19,2 miljarder till 86,5 miljarder kronor.

Regeringen anser att de kulturella och kreativa branscherna bör ses som en ny typ av basnäring i Sverige, som inte bara skapar arbetstillfällen i de berörda branscherna utan även tillväxt och innovation i andra sektorer. Det är viktigt att de aktörer inom det offentliga som har till uppgift att främja näringslivsutveckling har kunskap om villkoren för att driva företag och verksamheter även inom kulturella och kreativa branscher. På motsvarande sätt behöver de som har till uppgift att inom det offentliga arbeta med stöd till kulturlivet ha kunskap om villkoren för att driva företag. Den snabba utvecklingen inom digitalisering och AI förstärker

också behovet av ökad kunskap och kunskapsspridning om upphovsrätt bland både offentliga och berörda privata aktörer.

EU har satt målet att Europa ska vara klimatneutralt 2050. Industrier och marknader ställer om till hållbar utveckling. Den snabba teknikutvecklingen och digitaliseringen har lett till en stor ökning av gränsöverskridande tjänstehandel. Svenska företag är väl positionerade att ta vara på de möjligheter som uppstår genom den gröna och digitala omställning som nu sker i allt snabbare takt världen över. Det svenska näringslivets förmåga till innovation genererar produkter och lösningar som bidrar till global klimatnytta genom minskade utsläpp och miljöpåverkan.

Sverige har som kunskapsintensivt land ett gott utgångsläge generellt och inte minst inom de kulturella och kreativa branscherna. Under flera år har vi varit framgångsrika inom kulturella och kreativa branscher med internationella succéer och starka varumärken inom exempelvis musik, berättande, design och mode. Svenska företag har dessutom stått bakom banbrytande utveckling inom branscher som film och dataspel. Trots att Sverige är ett litet land har vi världsledande företag och utövare inom de kulturella och kreativa branscherna.

En ny arbetsmarknad växer fram både i Sverige och globalt med ändrade arbetsmönster och nya sätt att organisera arbete. Många yrkesverksamma inom kulturella och kreativa branscher verkar i den växande del av ekonomin som kallas gig-ekonomin, där individen i sitt soloföretag rör sig mellan olika tillfälliga projekt, tar visstidsanställning hos någon annan branschaktör, eller utför arbete för en digital plattform. Det är en arbetsmarknad som är innovationsdriven och ger upphov till nya arbetstillfällen samtidigt som den ställer nya krav på flexibilitet och förmåga att utveckla kompetens.

Det finns en tydlig vilja bland företag att nå social och ekonomisk hållbarhet för att kunna verka långsiktigt. Det finns även vilja och behov hos många av dem att ställa om till ökad miljömässig hållbarhet. Strategin för företag i de kulturella och kreativa branscherna bör bidra till att frigöra de kulturella och kreativa företagens potential för tillväxt, sysselsättning, innovation, export samt digital och grön omställning. Ett viktigt led i detta är att öka kunskapen om de kulturella och kreativa branschernas betydelse för tillväxten och välfärden i hela landet.

Goda förutsättningar för företagande inom kulturella och kreativa branscher gynnar fri kultur

De nationella kulturpolitiska målen anger bl.a. att kulturen ska vara en dynamisk, utmanande och obunden kraft med yttrandefriheten som grund, att alla ska ha möjlighet att delta i kulturlivet och att kreativitet, mångfald och konstnärlig kvalitet ska prägla samhällets utveckling (prop. 2009/10:3, bet. 2009/10:KrU5, rskr. 2009/10:145).

En strategi för företag i kulturella och kreativa branscher kan bidra till att uppnå kulturpolitikens mål, samtidigt som kulturpolitikens mål kan främja företag i de kulturella och kreativa branscherna. Detta sker både genom att strategin kan bidra till fler kulturella uttryck och genom att fler intäktsmöjligheter skapar ett större oberoende gentemot politiskt styrda satsningar och prioriteringar. En ökad mångfald av finansieringskällor och

verksamhetsformer bidrar till en förbättrad motståndskraft för kultursektorn i sin helhet.

Merparten av enskilda professionella utövare och kreatörer idag är organiserade som företag. Många är också så kallade kombinatörer, som driver eget företag samtidigt som de har en anställning. Mot denna bakgrund krävs en medvetenhet om vikten av företagsfrämjande även inom kulturpolitiken, och att en god politik för företagande i sig kan gynna kulturutövning. För att främja en fri svensk kultur är det viktigt att även förutsättningarna för företagandet i de kulturella och kreativa branscherna beaktas – från den enskilda näringsidkaren eller kombinatören som i liten skala ägnar sig åt kreativt skapande, till mindre, medelstora och stora företag på en global marknad, som berikar både Sverige och världen med innehåll och utveckling.

Kultur är en omistlig del av människors liv. Vid sidan av den ekonomiska nyttan skapar kulturen värden, såväl för individen som i samhället, som inte låter sig fångas eller mätas i ekonomiska termer. I det konstnärliga skapandet finner människan röst och form för olika erfarenheter, känslor och tankar. Genom kulturupplevelser vidgas och fördjupas vår förståelse av oss själva och andra. I en orolig värld är ett livaktigt och fritt kulturliv även en kraft för sammanhållning, gemenskap och motståndskraft, samtidigt som kultur ger välkomna avbrott och förströelse i svåra tider.

Kulturen blir dessutom allt viktigare för samhälle och individer i ekonomiskt hänseende. Det konstnärliga skapandet är kärnan i de kulturella och kreativa branscherna. Här utgör den statliga kulturpolitiken en viktig infrastruktur, genom de stöd och den finansiering som den tillhandahåller. Det offentliga bidrar på olika nivåer även till återväxt och utveckling av de kulturella och kreativa företagens verksamheter till exempel genom kulturskolorna och konstnärliga utbildningar. Inte minst kultur riktad till barn och unga behöver prioriteras för att framtidens kulturliv både ska ha aktiva utövare och en bred publik. I det som ibland beskrivs som ett ekosystem – med en offentligt finansierad kulturpolitik som grund för ett framgångsrikt företagande inom kulturella och kreativa branscher – är det dock viktigt att se att det finns ömsesidiga beroenden. Liksom förlaget behöver författaren, behöver författaren förlaget för att nå ut, och musiker och artister behöver skivbolag eller strömningstjänster. Affärsdrivande företag inom kulturella och kreativa branscher genererar inkomster också för kulturskapare och andra verksamma i andra organisationsformer inom kulturområdet.

Konstens frihet är central i den nationella kulturpolitiken och avgörande i ett demokratiskt samhälle. Den konstnärliga friheten och näringsfriheten är förutsättningar för varandra när det kommer till en mångfald av kulturuttryck som alla kan ta del av.

Regeringen bedömer att villkoren för företag och företagande i högre grad behöver uppmärksammas för att nå den nationella kulturpolitikens mål. Att främja företagandet i de kulturella och kreativa branscherna i hela landet är ett sätt att främja en fri kulturproduktion.

Sverige har under flera år varit internationellt framgångsrikt inom kulturella och kreativa branscher, med t.ex. världsledande företag inom dataspel och musik.

Den globala marknaden fortsätter samtidigt att växa och är i konstant förändring. Tillväxtmarknader finns exempelvis i Indien, Mexiko och Sydkorea. Många länder, regioner och städer gör offentliga satsningar. Exempelvis Storbritannien fortsätter med fleråriga regeringsprogram och tillämpad forskning för kulturella och kreativa branscher, i syfte att både skapa tillväxt för brittiska företag på den globala marknaden och en hållbar arbetsmarknad lokalt. Satsningar görs även i Asien och Sydamerika, liksom i många europeiska länder och på EU-nivå. EU är en drivande aktör i utvecklingen av de kulturella och kreativa branscherna, bl.a. inom ramen för EU:s kultur- och medieprogram Kreativa Europa. Därtill kommer även inrättandet av en ny kunskaps- och innovationsgrupp inom området kulturella och kreativa sektorer och industrier, inom ramen för det strategiska innovationsprogrammet för Europeiska institutet för innovation och teknik (EIT) 2021–2027, med en budget på 300 miljoner euro för perioden (Europaparlamentets och rådets beslut [EU] 2021/820). Till detta kan även läggas initiativet New European Bauhaus som kopplar samman kultur och kulturella och kreativa branscher som ett sätt att främja hållbar utveckling.

För att Sverige fortsatt ska utveckla sin position som internationellt ledande inom området är det viktigt att beakta de kulturella och kreativa företagens betydelse för vårt lands tillväxt och välfärd.

Stödet är brett för en nationell strategi för kulturella och kreativa företag

Utredningens betänkande Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher (SOU 2022:44) har remitterats till ett stort antal myndigheter, regioner, kommuner, bransch- och intresseorganisationer och finansiärer.

En majoritet av dem som svarat på remissen välkomnar utredningens förslag till nationell strategi för företag i kulturella och kreativa branscher. Bland annat ses förslaget till tvärpolitiskt ansvar och samordning som positivt. Samtidigt framförs synpunkter från bl.a. myndigheter, regioner och branschorganisationer på enskilda delar i hur arbetet föreslås organiseras. Regioner, kommuner och länsstyrelser är i huvudsak positiva till förslaget till strategi men menar att de regionala och kommunala perspektiven saknas. Den strategi som redovisas i denna skrivelse har utformats med utgångspunkt i utredningens förslag och en sammanvägning av remissinstansernas synpunkter.

Strategin bör kunna tjäna som stöd eller inspiration för det arbete som bedrivs i landet på flera nivåer.

3 Vision

Vision för 2033: Sverige har stärkt sin position som ett ledande land för de kulturella och kreativa branscherna. Branscherna har god tillväxt och bidrar till svensk ekonomi och ett dynamiskt näringsliv i hela landet, ökad export och en positiv Sverigebild i utlandet. Företag inom de kulturella och kreativa branscherna bidrar till en mångfald av kulturella uttryck och kulturupplevelser i hela landet.

Regeringen bedömer, liksom utredningen, att strategin för företag i kulturella och kreativa branscher bör omfatta en övergripande vision för vad strategin syftar till att uppnå. Sverige har idag en framskjuten position inom flera kulturella och kreativa branscher. Men det finns goda förutsättningar att stärka positionen ytterligare och att ta ännu bättre vara på den kreativitet och innovationskraft som finns i hela vårt land. De kulturella och kreativa branscherna har fått en allt viktigare roll i svenskt näringsliv. Merparten av alla kulturskapare är också företagare, och företagen har, vid sidan av offentliga institutioner, en avgörande betydelse för förmedlingen av kulturupplevelser. Ett stärkt fokus på företag i kulturella och kreativa branscher och deras roll främjar mångfalden av kulturuttryck och kulturupplevelser och bidrar till såväl kulturella som ekonomiska och andra samhälleliga värden, i Sverige och i vår omvärld.

4 Strategiska mål

Med utgångspunkt i utredningens förslag och en sammanvägning av remissinstansernas synpunkter bedömer regeringen att strategin för företag i kulturella och kreativa branscher bör omfatta sex prioriterade områden för vilka särskilda strategiska mål upprättas. Målen återspeglar och balanserar utvecklingsbehov som såväl företrädare för kulturella och kreativa branscher som offentliga aktörer, däribland Sveriges regioner och Sametinget, har uttalat är angelägna. De ligger även väl i linje med Rådets slutsatser (7809/22) om att bygga upp en europeisk strategi för de kulturella och kreativa näringarnas ekosystem. Strategin bör bidra till att uppnå följande.

1. Tillförlitlig statistik på nationell nivå.
2. God kunskap om förutsättningarna och utvecklingen på den upphovs-rättsbaserade marknaden.
3. Träffsäker rådgivning, stöd och finansiering och minskade regel-kostnader.
4. God kompetensförsörjning, livslångt lärande och goda villkor i trygghetssystemen.

5. Attraktiva, hållbara livsmiljöer och ett diversifierat och konkurrenskraftigt näringsliv i hela landet.
6. Ett stort och växande internationellt genomslag för de kulturella och kreativa företagen.

De sex målen spänner över olika politikområden. Det kommer därför vara nödvändigt att särskilt beakta det tvärpolitiska perspektivet i regeringens arbete för att uppnå strategins mål, vilket beskrivs närmare i kapitel 5.

Målen och de utmaningar de syftar till att möta utvecklas i det följande.

4.1 Tillförlitlig statistik på nationell nivå

Mål: Det ska finnas tillförlitlig och relevant nationell statistik om de kulturella och kreativa branschernas ekonomiska värden.

Tillgång till relevanta data och statistik är grundläggande för att kunna fatta underbyggda beslut för såväl företag som offentliga aktörer. Data, statistik och analys behövs för att kunna förstå men också synliggöra de kulturella och kreativa branscherna. Det finns för närvarande ingen samlad nationell statistik över de kulturella och kreativa branschernas bidrag till svensk ekonomi. Branscherna vittnar om att dagens offentliga system med SNI-koder (standard för svensk näringsgrensindelning) som används för ekonomisk statistik, utelämnar många viktiga faktorer, vilket påverkar uppskattningar av branschernas omfattning, förutsättningar och marknadsvärden. Branscherna ser behov av att tillförlitlig och relevant nationell statistik produceras löpande och långsiktigt, så att utvecklingen kan följas över tid och för utvecklingen av ett effektivt främjande av hållbar tillväxt. Regioner och kommuner behöver nationell statistik för att kunna utveckla främjande, fakta och analys, samt kunna göra olika territoriella jämförelser. De kulturella och kreativa branscherna behöver sådan statistik för effektiv dialog med finansiärer och beslutsfattare utifrån en gemensam verklighetsbild.

För åren 2010–2016 finns en statlig statistikserie, den så kallade Kreametern. Kreametern visade flera relevanta ekonomiska fakta och förändringar över tid. Statistik redovisades både nationellt, länsvis och i olika kommungrupper, från storstäder till landsbygdskommuner. Samtidigt fanns det behov av att utveckla både urval och metod. Utredningen påtalar att företag inom slöjd samt trä- och möbelformgivning, en del av företagen inom dataspelsbranschen och många företag inom digital produktion av bilder och visuella effekter samt inom kommunikation skulle behöva räknas in. Regioner som ingår i samarbetet Regionsamverkan Sydsverige, som omfattar Blekinge, Halland, Jönköpings län, Kalmar län, Kronoberg och Skåne, framhåller i sina remissvar att de inom ramen för samarbetet har tagit fram förbättrad statistik om kulturella och kreativa branscher.

Regeringen delar bedömningen som branscher och flera regioner gör att flera myndigheter eller andra aktörer bör kunna ansvara för att förbättra och producera nationell statistik för de kulturella och kreativa företagen. Samtidigt är det viktigt att begränsa företagens eventuella administrativa

kostnader för statistikinhämtningen. Regeringen avser att återkomma i denna fråga. Skr. 2023/24:111

4.2 God kunskap om förutsättningarna och utvecklingen på den upphovsrättsbaserade marknaden

Mål: Företag och offentliga aktörer ska ha god kunskap om upphovsrätt och upphovsrättens betydelse för företagande inom kulturella och kreativa branscher, och de förutsättningar som den tekniska utvecklingen ger. Offentliga aktörer ska arbeta strategiskt för att underlätta för en väl fungerande upphovsrättsbaserad marknad.

Ett fungerande upphovsrättsligt skydd är en viktig förutsättning för att kulturella och kreativa företag fortsatt ska vara del i en kunskapsekonomi i framkant, där skapande, innovation och digitalisering uppmuntras och omsätts i konkurrenskraft och tillväxt. Den upphovsrättsliga lagstiftningen ger förutsättningar för fungerande affärsmodeller och ger både individer och företag möjlighet att nyttiggöra resultatet av sitt skapande. Det i sin tur skapar möjligheter för innovativa och kreativa företag och individer att kunna leva på sitt skapande. Det ger också förutsättningar för andra typer av företag – till exempel bok- och musikförlag, medieföretag, samt ljud-, film- och tv-produktionsbolag, liksom för strömningstjänster och andra distributionsplattformar – att investera i rättigheter och finansiera andras skapande verksamhet. Muskrättigheter har också blivit en allt viktigare tillgång på den globala finansmarknaden.

Kulturella och kreativa branscher rör sig snabbt framåt i digitaliseringen. Tillsammans med en pågående utveckling av nya tekniska innovationer, inte minst inom AI, påverkar nya arbetssätt inte bara de sätt på vilka kulturskapande och kreativt innehåll distribueras utan också hur innehållet i grunden produceras, konsumeras och upplevs. Utvecklingen ger ständigt upphov till nya affärsmodeller, distributionskanaler och värdekedjor för företagen att navigera i och förhålla sig till. Utvecklingen ger upphov till frågor om regleringar och marknadsvillkor, inte minst på upphovsrättens område.

En aktuell och viktig del i arbetet med att möta detta är EU:s direktiv om upphovsrätten på den digitala inre marknaden (det s.k. DSM-direktivet) som genomfördes i svensk rätt 2022. Den nya lagstiftningen har bland annat medfört en stärkt rätt för upphovsmän vid överlåtelse av rättigheter och rätt till information om hur deras verk används. Med lagstiftningen har också de stora onlinetjänsterna fått ett förtydligt ansvar för upphovsrätts-skyddat material som laddas upp hos dem.

Genom digitaliseringen uppstår också risker för illegal användning av upphovsrättsligt skyddat material genom bland annat piratkopiering och illegal distribution. Brott mot upphovsrätten berövar rättighetshavare intäkter och påverkar deras lönsamhet. Det är grundläggande för de immateriella rättigheternas funktion att det allmänna vidtar kraftfulla åtgärder mot illegal användning av skyddat material.

I takt med digitaliseringens utveckling och nya tekniska innovationer får immateriella tillgångar och handeln med immateriella rättigheter allt större betydelse. Generativ AI har på kort tid fått stort genomslag och medför såväl stora möjligheter som utmaningar för de kulturella och kreativa branscherna. Förändringstakten kommer att vara fortsatt hög. Detta medför ett fortsatt behov av kunskap om det upphovsrättsliga regelverket och förmåga att använda det. Patent- och registreringsverkets uppdrag att informera om och bidra till ökad förståelse för immateriella tillgångar och rättigheter är centralt i detta avseende.

Det allmänna kommer att behöva vara förberett på att agera i takt med ändrade förutsättningar. Det är därför en angelägen uppgift för den offentliga sektorn att löpande följa utvecklingen för att kontinuerligt kunna skapa goda förutsättningar för marknadens aktörer. Offentliga aktörer behöver hålla sig à jour med hur ny teknik fungerar, vilka affärsmodeller den ger upphov till och hur värden skapas i företagen, bl.a. inom kulturella och kreativa branscher. Allt för att vid behov kunna göra anpassningar av stöd och insatser för att möta kulturskaparnas och företagens behov. Detta förutsätter ett strategiskt förhållningssätt på alla nivåer.

4.3 Träffsäker rådgivning, stöd och finansiering och minskade regelkostnader

Mål: De myndigheter och andra aktörer som förmedlar råd, stöd och finansiering till företagande, innovation och konstnärlig verksamhet ska samverka så att deras kompetenser stärker varandras respektive uppdrag där det är relevant.

Företagens kostnader för att följa regler ska minska.

Rådgivning, stöd och finansiering

Enligt utredningen uppger företagare inom kulturella och kreativa branscher oftare än genomsnittet att de möter strukturella hinder för att utveckla sin verksamhet. De verktyg som används i dag för att generellt främja näringsliv och kulturliv möter enligt utredningen sällan de kulturella och kreativa företagens specifika behov.

Utredningen menar att främjandet av företag tenderar att sättas in och bedömas ge mest effekt när det börjar ske tillväxt i företagen och många främjare har uppfattningen att det är först i det skedet som företagen har blivit mogna för att exportera – men tillväxten i och exporten från många kulturella och kreativa företag sker i alla företagens utvecklingssteg.

I näringslivet i stort råder generellt sambandet att ju mindre ett företag är, desto lägre är tillväxtviljan. För kulturella och kreativa företag är bilden enligt utredningen en annan. Andelen kulturella och kreativa soloföretag (egenföretagare utan anställda) som vill växa antingen genom omsättning eller både genom omsättning och anställningar är åtta av tio, jämfört med genomsnittet i näringslivet i stort på sex av tio. Också mikroföretagen (företag med färre än tio anställda) vill växa i högre grad än i andra branscher.

Före covid-19-pandemin hade en rad kulturella och kreativa branscher en hög och ihållande tillväxt under flera år, sett till omsättningen. I dessa branscher finns samtidigt många soloföretag och mikroföretag. För dem är samarbeten viktiga för att kombinera resurser på ett sätt som är anpassat efter skiftande sammanhang och således del av affärsmodellen. De kulturella och kreativa företagens strategier och affärsmodeller kännetecknas ofta av att man använder och sätter samman befintliga tillgångar på nya, kreativa sätt i samarbeten, vilket skapar innovation och utveckling. Samarbete förekommer främst inom produktion av varor eller tjänster, samt inom marknadsföring och export. Specialkunskaper sätts samman tillfälligt i anpassade konstellationer för att exempelvis utveckla en ny tjänst, lösa en samhällsutmaning eller producera en film. Sedan omgrupperar sig företagen för nya projekt.

Många kulturella och kreativa företag har enligt utredningen större behov av rådgivning om affärer än företag i allmänhet. Kulturella och kreativa företag respektive affärsrådgivare behöver få en gemensam kunskapsbild av potentialen i företagen och hur den kan frigöras. Affärsrådgivare behöver kunskap om företagens affärsmodeller, som inte alltid följer traditionell företagslogik, bl.a. på så sätt att företagen ofta växer genom nätverk och samarbeten hellre än genom konkurrens. De vill behålla sitt unika erbjudande som inte alltid är skalbart. Rådgivarna behöver enligt utredningen ha kunskap om hur värdeskapandet inom kulturella och kreativa branscher i stor utsträckning vilar på immateriella tillgångar. Företagen kan i sin tur behöva arbeta mer strategiskt kring dessa tillgångar i sin affärsutveckling.

Utredningen påtalar att svag tillgång till lån, krediter och externt ägarkapital är ett tillväxthinder för kulturella och kreativa företag, och att behoven finns både i uppstarts- och tillväxtfas i företagen. Utredningen pekar samtidigt på att det i dagsläget inte finns någon heltäckande bild av hur företagen inom kulturella och kreativa branscher finansieras.

Regeringen anser att systemen för stöd, råd och finansiering till företag bör vara generella, men att det är betydelsefullt med kunskaper dels om olika branschens specifika utvecklingsförutsättningar, dels om strukturella förutsättningar och kapacitet i olika delar av landet. Det är vidare viktigt att de myndigheter och andra aktörer som förmedlar råd, stöd och finansiering till företag, innovation och konstnärlig verksamhet samverkar, så att deras kompetenser stärker varandras uppdrag där det är relevant.

Det finns exempel på kvalitativ rådgivning mot nya och befintliga företag inom kulturella och kreativa branscher. Flera regioner lyfter i sina remissvar att Almi är en viktig aktör inom företagsfrämjande.

För att bättre förstå i vilken utsträckning konstnärer med egna företag söker och beviljas näringspolitiska medel genomförde Konstnärsnämnden 2023 studien Får företagande konstnärer innovationsmedel? – En fallstudie om i vilken utsträckning kulturföretag och konstnärliga företag sökt och beviljats innovationsmedel inom utlysningen *Innovativa startups* under perioden 2017–2021. Konstnärsnämnden kom i studien fram till att konstnärliga företag inom de kulturella och kreativa branscherna i lägre utsträckning sökt stöd inom programmet. En förklaring till detta som lyfts fram är Vinnovas tillämpning av statsstödsreglerna som innebär att enskilda näringsidkare inte har kunnat få innovationsstöd.

Skr. 2023/24:111 Konstnärsnämnden lyfter behovet av ökad förståelse för konstnärliga företags förutsättningar.

Konstnärsnämnden ska enligt förordningen (2007:1199) med instruktion för Konstnärsnämnden analysera och sprida kunskap om konstnärernas ekonomiska och sociala villkor samt löpande bevaka trygghetssystemets utformning och tillämpning i förhållande till konstnärlig verksamhet. Inom ramen för denna uppgift driver myndigheten informationssidan Konstnärsguiden som vänder sig till yrkesverksamma konstnärer och syftar till att svara på frågor om t.ex. skatte- och trygghetssystem, företag och deklaration.

Regeringen har i regleringsbrevet för 2024 gett Konstnärsnämnden i uppdrag att följa utvecklingen av förutsättningarna för konstnärers företagande och sprida information om dessa. Myndigheten ska också se över hur förutsättningarna för egenföretagande kan bli än mer gynnsamma för konstnärer. Regeringen har i regleringsbrevet för 2024 gett Statens kulturråd i uppdrag att redovisa hur myndigheten arbetar med att främja förutsättningarna för kulturella och kreativa branscher, i hela landet och internationellt, samt göra en bedömning av resultatet av dessa insatser.

Båda uppdragen ska redovisas i februari 2025.

Kostnader till följd av regler

Ett område som inte behandlas av utredningen men som regeringen prioriterar är företagens kostnader för regelgivning. Regelbördan och de administrativa kostnaderna behöver minska för att företag och entreprenörer ska kunna fokusera på sina kärnverksamheter i så stor utsträckning som möjligt. Det gäller också företag inom kulturella och kreativa branscher. Generellt har företagens kostnader för regelgivning ökat över tid, enligt Tillväxtverkets uppskattningar. För att bryta trenden och minska kostnaderna bedriver regeringen en offensiv förenklingsagenda.

Som regeringen anger i budgetpropositionen för 2024 ska förenklingsarbetet vara integrerat i Regeringskansliets och myndigheternas arbete, med målet att stärka och påskynda arbete med regelförenklningar och att minska företagens administrativa kostnader samt förbättra bemötande och service gentemot näringslivet (prop. 2023/24:1, utg.omr. 24 avsnitt 3.6). Regeringen har i regleringsbrev för 2024 gett uppdrag och återrapporteringskrav till ett 30-tal statliga myndigheter i detta syfte. Myndigheterna ska under perioden 2025–2026 årligen redovisa vilka förenklingsåtgärder för företag som har vidtagits och vilka som planeras, vilka hinder och möjligheter som finns i myndighetens förenklingsarbete, samt vilka effekter som vidtagna och planerade förenklingsåtgärder bedöms ha för företag.

Inom kulturområdet har Statens kulturråd inlett en översyn av de stöd som myndigheten fördelar för att bl.a. förenkla ansökningsförfarandet för bidragssökande. Myndigheten arbetar för närvarande med att utveckla processerna för bidragshantering, i syfte att säkra relevansen och träffsäkerheten, förenkla för de sökande, samt effektivisera det interna arbetet.

För att identifiera förenklingsmöjligheter i olika skeden i lagstiftningskedjan har regeringen påbörjat arbetet med att inrätta två råd, Förenklingsrådet och Implementeringsrådet, vars syfte är att minska företagens regelbörda och administrativa kostnader. Förenklingsrådet ska lämna

förslag på förenklingsåtgärder som följer av befintlig svensk lagstiftning, medan implementeringsrådet ska lämna rekommendationer vid implementering av EU-direktiv för att motverka omotiverade regelbördor.

Skr. 2023/24:111

Den myndighetsgemensamma plattformen verksamt.se tillhandahåller information och e-tjänster, och är ett viktigt verktyg för att göra det enklare att starta och driva företag. Regeringen bedömer att verksamt.se fortsatt kommer att spela en central roll i förenklingsarbetet och arbetar kontinuerligt för att stärka den långsiktiga utvecklingen av plattformen.

4.4 God kompetensförsörjning, livslångt lärande och goda villkor i trygghetssystemen

Mål: Det ska finnas en god kompetensförsörjning inom kulturella och kreativa branscher.

Enskilda som är verksamma i kulturella och kreativa branscher ska ha goda möjligheter till livslångt lärande och kompetensutveckling för att stärka sin ställning på arbetsmarknaden.

Möjligheten att dokumentera relevanta kompetenser och färdigheter för verksamma inom de kulturella och kreativa branscherna ska vara god.

De offentliga trygghetssystemen ska ge goda villkor för enskilda som försörjer sig både som anställda och som egenföretagare, bl.a. kulturskapare inom kulturella och kreativa branscher.

En ny arbetsmarknad växer fram både i Sverige och globalt med ändrade arbetsmönster och nya sätt att organisera arbete. Många inom kulturella och kreativa branscher är verksamma i den växande gig-ekonomin. Det är en arbetsmarknad som är innovationsdriven och ger upphov till nya arbetstillfällen samtidigt som den ställer nya krav på flexibilitet och förmåga att vidareutveckla kompetens. Kulturskapare försörjer sig ofta både som anställda och som egenföretagare och har varierande inkomster. Det är viktigt att de offentliga trygghetssystemen även ger goda villkor för kombinatorer, enskilda som försörjer sig både som anställda och egenföretagare, bl.a. kulturskapare i kulturella och kreativa branscher, som ofta gått före i omvandlingen av näringslivet och arbetsmarknaden.

Utbildning och livslångt lärande

För att Sverige ska stå starkt inför framtiden och fortsätta utvecklas som kunskapsnation är kompetensförsörjningen avgörande. Regeringens utbildningspolitik ska skapa förutsättningar för utbildning och forskning av hög kvalitet. Högkvalitativ utbildning stärker också individers möjligheter att etablera sig på arbetsmarknaden. Samtidigt som det finns många som kan arbeta har välfärden och näringslivet svårt att hitta arbetskraft med rätt kompetens. De indikatorer som används för att följa upp utvecklingen av kompetensförsörjningen visar att de arbetslösa kompetens inte alltid matchar behoven på arbetsmarknaden. Enligt indikatorerna är det också relativt vanligt att arbeta i ett yrke som inte matchar den utbildning man har. Vid sidan av utbildningsinsatser är det

också viktigt att Sverige, där behov finns, fortsatt kan attrahera nyckelkompetenser från andra länder.

Avgörande för att individer och företag ska kunna dra nytta av den samhällsekonomiska utvecklingen mot större flexibilitet inom kulturella och kreativa branscher är att det finns adekvata utbildningssystem. Det handlar för det första om grundläggande utbildning inom det ordinarie skolsystemet. I Sverige finns sedan länge till exempel utbildningar inom estetiska ämnen i grund- och gymnasieskola liksom en stark tradition av kommunal musik- och kulturskola som varit viktig för kulturella och kreativa branscher i landet. Detsamma gäller kärnämnen inom skolväsendet, som utvecklar grundläggande färdigheter som är en viktig förutsättning för fortsatt kreativ verksamhet och företagande i en dynamisk samhällsutveckling. Samtidigt finns det idag utmaningar med kompetensförsörjningen inom vissa kreativa sektorer.

En utbildningsform som är viktig för kompetensförsörjningen inom kulturella och kreativa branscher är yrkeshögskolan. Inom yrkeshögskolan finns bland annat viktiga konst- och kulturutbildningar som utvecklar ett kvalificerat yrkeskunnande inom det konstnärliga och kulturella området samt förbereder för utbildningar som kan leda fram till konstnärliga högskoleexamen. Flera yrkesutbildningar innehåller också moment om företagande. Folkbildningen bidrar också på olika sätt till kompetensförsörjningen, genom utbildningar och kurser på folkhögskola och genom studieförbunden. På högskolenivå finns en rad konstnärliga utbildningar av internationell klass som är centrala för kompetensförsörjningen inom kulturella och kreativa branscher. Utbildningsanordnare på alla nivåer erbjuder även en arbetsmarknad för professionella konstnärer och andra yrken inom kulturområdet.

Inom utbildningsområdet har det under senare år genomförts en rad reformer, inte minst när det gäller grundläggande kunskaper och färdigheter. Omställningsstudiestödet möjliggör sedan 2022 för fler som är mitt i arbetslivet att byta yrke eller utveckla sin kompetens. För att mer specifikt stimulera utvecklingen inom kulturella och kreativa företag kan det dock behövas ytterligare insatser. Inte minst gäller det inom området livslångt lärande. Eftersom det i kulturella och kreativa branscher är vanligt med mindre bolag och projektanställningar kan det vara ont om tid och resurser för kompetensutveckling och fortbildning.

Lärosätena har en viktig roll i att stimulera ett utbud av högre utbildning som är flexibelt och riktat mot yrkesverksamma som behöver vidareutbilda sig eller ställa om, men även andra offentligt finansierade utbildningsformer spelar en mycket viktig roll för att enskilda som är verksamma i kulturella och kreativa branscher ska ges möjlighet till livslångt lärande och till att stärka sin ställning på arbetsmarknaden som anställd eller företagare, bl.a. genom att upprätthålla sin kompetens i takt med den tekniska utvecklingen. En annan viktig utmaning är möjligheten att dokumentera och validera de kompetenser och färdigheter som verksamma inom kulturella och kreativa branscher löpande förvärvar i sin praktiska verksamhet. Regionerna och Gotlands kommun bedriver med stöd av Tillväxtverket och Myndigheten för yrkeshögskolan ett viktigt arbete för att bidra till hållbara strukturer för validering. Uppdraget ska slutredovisas den 31 mars 2025.

För att möjliggöra en synlighet av kompetenser måste det finnas ett tydligt och flexibelt ramverk. På europeisk nivå har man tagit fram en europeisk referensram för kvalifikationer för livslångt lärande, kallad EQF. Genom EQF kan man se vilken nivå en svensk kvalifikation motsvarar i ett annat land. Många europeiska länder medverkar i samarbetet kring EQF och har kopplat sina nationella referensramar (i Sverige kallat SeQF) till den europeiska. Myndigheten för yrkeshögskolan är sedan 2009 den nationella samordningspunkten för EQF och ansvarar för vissa delar av kontakten med EU-kommissionen och andra länders nationella samordningspunkter i frågor om EQF och SeQF. Syftet med referensramarna är att göra det lättare att jämföra kvalifikationer från studier och arbetsliv både nationellt och internationellt, vilket bl.a. är avsett att underlätta matchningen på arbetsmarknaden.

Många av de yrkesaktiva inom kulturella och kreativa branscher har utvecklat sina yrkeskunskaper inom yrket och deras kompetenser är därför på många sätt osynliga. Viktiga initiativ har tagits i syfte att utveckla nya modeller som är kompatibla med utbildningssystemet men som även möjliggör en struktur av spårbar och verifierbar dokumentation av kompetenser som erhållits i praktisk verksamhet. Företrädare för film- och tv-branschen har till exempel i dialog med det statliga forskningsinstitutet RISE arbetat med det som kallas ”mikromeriter”, ett samlingsbegrepp inom EU för kompetenser som utgörs av mindre delar än en komplett examen, och som kan vara antingen formella eller utvecklade genom arbete eller andra erfarenheter. Film- och tv-branschen har även medverkat i Kompetenspasset, ett projekt som RISE driver i samarbete med Arbetsförmedlingen och Myndigheten för yrkeshögskolan på uppdrag av Vinnova, och har där arbetat med att förbereda en ny modell för branschvalidering, baserad på mikromeriter och anpassad till arbetsmarknadsstrukturer med frilansarbete. Det är angeläget att möjligheten att dokumentera kompetenser och färdigheter hos verksamma inom kulturella och kreativa branscher kan stärkas.

Arbetsmarknad och trygghetssystem

Det konstnärliga skapandet är centralt inom de kulturella och kreativa branscherna. Branscherna utgör en viktig arbetsmarknad och inkomstkälla för professionella kulturskapare, och det konstnärliga skapandet är ofta kärnan i företagets framgång. Svenska kulturskapare är idag en del av en internationell marknad inom de kulturella och kreativa branscherna, som bidrar till ett dynamiskt näringsliv. Satsningar på stärkta villkor och ersättningsstrukturer för kreatörer och kulturskapare har således även betydelse för det svenska näringslivet i stort. Det handlar bland annat om vikten av en väl fungerande ersättningsstruktur där upphovsrätten är central (se även ovan avsnitt 4.2).

När det gäller trygghetssystemen pågår redan idag flera parallella beredningsprocesser. Regeringen har exempelvis gjort bedömningen att arbetslöshetsförsäkringen behöver bli mer ändamålsenlig och på ett bättre sätt bidra till omställning vid arbetslöshet. Därför avser regeringen att lämna förslag om en reformerad arbetslöshetsförsäkring baserad på inkomster till riksdagen under 2024. Vidare lämnas i betänkandet Ett

Skr. 2023/24:111 trygghetssystem för alla – nytt regelverk för sjukpenninggrundande inkomst (SOU 2023:30) förslag på hur sjukpenninggrundande inkomst (SGI) kan fastställas. Utredningen föreslår att SGI ska bestämmas utifrån historiska inkomster i de flesta situationer, men att det fortsättningsvis även ska finnas möjligheter för enskilda att få en SGI fastställd på sina aktuella inkomster. Betänkandet har remitterats och bereds för närvarande i Regeringskansliet.

4.5 Attraktiva, hållbara livsmiljöer och ett diversifierat och konkurrenskraftigt näringsliv i hela landet

Mål: Kulturella och kreativa företag ska kunna bidra till att skapa attraktiva och hållbara livsmiljöer samt ett diversifierat och konkurrenskraftigt näringsliv i hela landet.

Det finns, som utredningen framhåller, flest kulturella och kreativa företag i storstadsområdena, men mängden har under flera år ökat i alla län och kommuntyper i hela landet. Andelen kulturella och kreativa företag har ökat mest i befolkningsmässigt mindre län utan storstäder. I genomsnitt hör ungefär åtta procent av alla företag till de kulturella och kreativa branscherna i respektive län. Andelen sysselsatta i kulturella och kreativa branscher ligger i genomsnitt kring fyra procent av alla sysselsatta i hela landet. Dessa företag och individer kan bidra till ett diversifierat näringsliv och andra positiva effekter, exempelvis mer attraktiva livsmiljöer, ett ökat socialt utbyte mellan människor, ökat kulturellt deltagande, samt att invånarnas stolthet för platsen blir starkare. Sammantaget bidrar detta till att göra livsmiljöer attraktiva så att människor vill bo, leva och verka på fler orter och har därmed stor betydelse för möjligheten att nå målet för den regionala utvecklingspolitiken, som är utvecklingskraft med stärkt lokal och regional konkurrenskraft för en hållbar utveckling i alla delar av landet (prop. 2019/20:1 utg.omr. 19 avsnitt 2.4, bet. 2019/20:NU2, rskr. 2019/20:113).

Hållbara livsmiljöer i hela landet

Det nationella målet för arkitektur, form och design är att arkitektur, form och design ska bidra till ett hållbart, jämlikt och mindre segregert samhälle med omsorgsfullt gestaltade livsmiljöer där alla ges goda förutsättningar att påverka utvecklingen av den gemensamma miljön (prop. 2017/18:110, bet. 2017/18:KrU1, rskr. 2017/18:316). Det offentliga rummet påverkar människors livskvalitet och platsens utvecklingsmöjligheter. Här spelar kulturella och kreativa företag en viktig roll i främjandet av dynamiska och attraktiva livsmiljöer. Kulturens plats i samhällsutvecklingen, både i städer och på landsbygden, berör alla politikområden som på ett eller annat sätt påverkar och påverkas av hur byggnader, anläggningar, varor, tjänster och system utformas. Inte minst är strategiskt använda designprocesser ett viktigt verktyg för att förbättra

allt ifrån det offentliga förmåga att leverera tjänster till företagets konkurrenskraft och även till att minska produkters klimatpåverkan.

Det är viktigt att förståelsen för betydelsen av hållbara samhällen och intresset för gestaltning ökar. Det gäller inte bara i Sverige. Även EU-kommissionen har lyft dessa frågor och driver mot denna bakgrund initiativet New European Bauhaus, som syftar till att ta tillvara kraften och innovationsförmågan i arkitektur, konst och design i den gröna omställningen av EU. Boverket fungerar som nationell kontaktpunkt för New European Bauhaus och samverkar kring detta bland annat med myndigheterna i Rådet för hållbara städer. Politiken för gestaltad livsmiljö är viktig inte enbart för städer och större samhällen utan även för landsbygden, de mindre orterna och städernas ytterområden, alla med unika förutsättningar och behov. Frågornas betydelse har inte minst visat sig i den stora samhällsomvandling som pågår i norra Sverige, där flera orter nu behöver växa mycket på kort tid. Att det sker med omsorgsfull gestaltning är en förutsättning för att attrahera nya invånare och för att de som redan bor där ska fortsätta trivas.

Platsens betydelse för företagen och tvärtom

Kulturella och kreativa företag och relaterade verksamheter har stor betydelse för platsers utveckling. Kulturella och kreativa verksamheter bidrar till destinationsutveckling och kulturturism, bl.a. genom kultur-evenemang och besöksmål som museer och öppna konstnärsateljéer. Visit Sweden, som är svenska statens bolag för att marknadsföra resmålet Sverige, gjorde 2023 en förstudie om kulturturism. Arbetet med kulturturism handlar om att få besökare att ta del av nationens kulturella utbud, men även om att förstå historien, konsten och livsstilen och traditionerna på ett resmål. Av studien framgår att kulturturismen växer världen över och att EU-kommissionen beräknar att cirka 40 procent av den samlade europeiska turismen är att betrakta som kulturturism.

Att det finns tillgång till lokaler för kulturella verksamheter är centralt för tillväxten i de kulturella och kreativa branscherna och därmed även för att en stad eller plats ska upplevas som levande och attraktiv. Det som brukar kallas gentrifiering – att ett område successivt blir mer attraktivt och därmed lockar till sig mer kapitalstarka individer och företag – börjar ofta med tillgång till billiga lokaler där kreativa verksamheter av olika slag kan inrymmas. En viktig utmaning i planering av växande städer är att skapa möjligheter för just dessa verksamheter att finnas kvar även när gentrifieringen fortskridit och resulterat i höjda hyror och större konkurrens om utrymmet. Regeringen gav i oktober 2023 Statens kulturråd i uppdrag att kartlägga tillgången till musikscener i hela landet och undersöka musikområdets förutsättningar att få tillgång till och nyttja ändamålsenliga lokaler, då tillgången till ett rikt kulturliv och musikscener bidrar till städernas och platsers attraktivitet och utveckling (Ku2023/01051). Uppdraget ska redovisas den 30 september 2024.

Kulturarv och kulturlandskap med bland annat byggnadsminnen, världsarv, kulturresevat och andra värdefulla kulturmiljöer, liksom immateriella kulturvärden knutna till platsen, är en viktig grund för en god bebyggd miljö. Det är bland annat därför viktigt att göra det möjligt att bevara, vårda, använda och utveckla värdefulla kulturmiljöer samt att de, utifrån

gällande förutsättningar, kan göras tillgängliga för boende, företagare och besökare.

Det finns dock utmaningar i att ta tillvara de möjligheter som kulturella och kreativa företag kan skapa på en plats. En kombination av insatser för att både stärka företagen i sig och att utveckla platsen behövs ofta. Det kan bl.a. röra utvecklad samverkan kring lokaler och verksamheter (exempelvis restauranger, handel, arrangörer och kulturbolag) mellan näringsliv, fastighetsägare, civilsamhälle och offentliga aktörer. Näringslivets struktur, hur kommuner och regioner är organiserade och graden av deltagande från civilsamhället påverkar sådan platssamverkan. För att de värden som finns på en plats ska kunna vara en tillgång för boende och besökare är det även av vikt att offentliga aktörer på alla samhällsnivåer beaktar dessa värden i både planarbete och andra ordinarie processer. En del i arbetet med platsutveckling handlar om finansiering, vilket även kan kräva att näringslivet och det offentliga arbetar tillsammans. Samverkan kan behöva utvecklas och stärkas.

Regeringen bedömer att dessa olika aspekter på platsutveckling är viktiga i det nationella arbetet inom olika politikområden, främst politiken för regional utveckling, politiken för samhällsplanering, bostadsförsörjning och byggande, politiken för stadsutveckling samt politiken för gestaltad livsmiljö. Dessa frågor är aktuella inte minst i det nationella arbetet för samhällsomvandlingen i norra Sverige. De kulturella och kreativa branscherna har en särskild potential att skapa långsiktigt attraktiva och hållbara livsmiljöer samt ett diversifierat och konkurrenskraftigt näringsliv.

4.6 Ett stort och växande internationellt genomslag för de kulturella och kreativa företagen

Mål: Svenska kulturella och kreativa branscher ska ha ett stort och växande internationellt genomslag och exporten ska öka.

Kulturlivets möjligheter till internationella kultursamarbeten och utbyten samt närvaro i internationella sammanhang ska vara goda.

Värdet av Sveriges export inom kulturella och kreativa branscher ökar. Beräkningar visar att de kulturella och kreativa branscherna bidrar till Sveriges beräknade varuexport med över 20 miljarder och med över tre procent till BNP. Sverige är exempelvis ett av tre länder i världen som är nettoexportör av musik och under 2022 omsatte dataspelsbranschen 32,5 miljarder kronor i de svenska bolagen och 86,5 miljarder kronor när de utländska dotterbolagen räknas med.

De kulturella och kreativa företagen ser i större utsträckning än andra företagstyper sin huvudsakliga marknad som internationell eller nationell snarare än regional eller lokal. Detta kan förklaras av att företagen satsar på globala marknader direkt och att produkterna inom dessa branscher många gånger är digitalt burna eller framställda, vilket gör dem lätta att nå ut med på internationella marknader inom exempelvis dataspel och musik. Därtill har kulturskapandet i sig en gränsöverskridande natur. Sammantaget bidrar detta till goda förutsättningar för ökad försäljning på större

marknader. Dock bedömer utredningen att det generellt finns ett kunskapsglapp i fråga om företagens behov och potential, och exportfrämjandet har i sitt genomförande ofta inte tillgodosett utvecklingsbehoven hos kulturella och kreativa företag. Företagen bedöms behöva ökade kunskaper om att göra affärer internationellt, och främjarna bedöms behöva kunskap om företagens produktionsmönster. Regeringen har i riktlinjerna för budgetåret 2024 för Sveriges export- och investeringsråd (Business Sweden) avseende export- och investeringsfrämjande verksamhet bl.a. angett att Business Sweden, såväl i Sverige som utomlands, ska erbjuda små och medelstora företag, inklusive företag med olika affärsmodeller, tjänster som är särskilt anpassade till deras behov och förutsättningar.

De kulturella och kreativa branscherna skapar kommersiella värden men är även viktiga bärare och förmedlare av idéer, kunskap, värderingar och kultur som långsiktigt bidrar till att bygga relationer och förtroende. Detta skapar i sin tur förutsättningar för export och investeringar i svenska företag även i andra branscher och främjar bilden av Sverige som ett kulturellt, kreativt och innovativt land.

Samtidigt blir frågorna om information, data, innehåll och perspektiv särskilt viktiga mot bakgrund av den digitala utvecklingen och utvecklingen av AI. I denna omvandling och dynamik behöver Sverige både vårda sina goda positioner och ytterligare flytta fram dem så att företagen inom kulturella och kreativa branscher kan utvecklas, knyta nya förbindelser i Sverige och utomlands och fortsätta att producera innehåll som kan spridas över världen.

Strategi för Sveriges utrikeshandel, investeringar och globala konkurrenskraft

Regeringen beslutade i november 2023 om en strategi för Sveriges utrikeshandel, investeringar och globala konkurrenskraft (UD2023/01758). Med strategin avser regeringen att ge svenska företag bästa möjliga förutsättningar att hantera framväxande utmaningar och ta vara på de affärsmöjligheter som uppstår genom den gröna och digitala omställningen. Strategin tar ett helhetsgrepp och inkluderar även handel, investeringar och stärkt global konkurrenskraft. Ett brett och långsiktigt samarbete har inletts för att stärka svensk konkurrenskraft, öka svenska företags handel med omvärlden och bidra till att uppnå målen i såväl Agenda 2030 som Parisavtalet. Målen ska vara uppnådda 2030, med en utvärdering 2026 och utgår från tre övergripande mål:

- 1 Sveriges konkurrenskraft ska stärkas och förutsättningar för handel, investeringar och innovation förbättras.
- 2 Svenska företag ska öka sin export och närvaro på internationella marknader.
- 3 Sveriges ställning som prioriterad partner för grön och digital omställning globalt ska stärkas.

Av strategin framgår bland annat att ett högkvalitativt stöd till företag inom kulturella och kreativa branscher, till exempel dataspel, musik, design och form samt innehållsproduktion, bidrar både till en ökad svensk

export och till att sprida kännedom om Sverige och varumärket Sverige. Värdet av Sveriges export inom kulturella och kreativa branscher ökar och sektorn skapar också många arbetstillfällen i Sverige. I strategin lyfts också det faktum att delegationsresor är en efterfrågad och effektiv form av näringslivsfrämjande där man ska beakta även investerings-, import- och besöksnäringarnas såväl som kulturella och kreativa branschers intressen. Strategin understryker även att utlandsmyndigheternas användning av residensen i främjandesyfte ska innefatta synliggörande av svenska konstnärliga och kreativa uttryck, verk och bruksföremål samt svensk mat och dryck. Regeringen har bland annat följt upp strategin genom att i åiterrapporteringskraven i regleringsbrevet för 2024 ge Statens kulturråd i uppdrag att redovisa hur myndigheten samverkar med andra myndigheter och främjandeaktörer för att bidra till genomförandet av strategin för Sveriges utrikeshandel, investeringar och globala konkurrenskraft.

Kulturlivets internationalisering – en förutsättning för kulturella och kreativa branschers internationella framgångar

Kulturlivet har alltid varit och är idag än mer internationellt. Internationella kontakter, utbyten och samarbeten är en förutsättning för ett vitalt kulturliv och därmed för en framväxt av kulturella och kreativa företag.

Inom samtliga konst- och kulturområden pågår ett aktivt internationellt samarbete och utbyte mellan aktörer inom det fria kulturlivet och institutioner på lokal, regional och nationell nivå. Flera myndigheter arbetar aktivt med att stärka Sveriges internationella utbyten och samarbeten inom kulturområdet, däribland Statens kulturråd och Konstnärsnämnden. Organisationen Export Music Sweden gör viktiga insatser riktade till internationella marknader som är anpassade till musikbranschens specifika förutsättningar. Internationella kontakter och kultursamarbeten är dels av betydelse för att skapa en mångfald av kulturuttryck i Sverige, dels av vikt då konstnärers möjligheter att verka internationellt är nära kopplade till breddade marknader och därmed till utvecklingen och framgångarna för företag inom de kulturella och kreativa branscherna. Att strategiskt stärka Sveriges förutsättningar för internationell kultursamverkan är därför ett betydelsefullt led i att stötta de kulturella och kreativa branscherna långsiktigt.

Kulturen är en del i det samlade främjandet av Sverige och den offentliga diplomatin. Vid svenska utlandsmyndigheter runt om i världen pågår ett aktivt arbete med att synliggöra svensk kultur och att verka för att stimulera kultursamarbeten mellan myndigheter, institutioner och det fria kulturlivet. Kulturdepartementet har ansvar för utsända kulturråd vid ett antal utlandsmyndigheter. Det övergripande syftet med verksamheten är att stimulera internationella samarbeten och ömsesidiga utbyten mellan kultursektorn i Sverige och i stationeringsländerna, och att genom det främja svenskt kulturliv och svenska kulturella och kreativa branscher i utlandet. Kulturråden utgör på så sätt en bro mellan kulturlivet i Sverige och i stationeringslandet. Ett kulturliv som har utarbetade internationella kontakter skapar förutsättningar för fler svenska konstnärer, artister och kulturskapare att synas och verka utomlands. Detta skapar också breddade

Konstnärlig frihet – en förutsättning för livskraftiga kulturella och kreativa branscher

Kulturen har en central roll att spela i det demokratiska samtalet och stöd till kulturlivets aktörer internationellt, inte minst konstnärer, är en viktig del i att värna och stärka demokratisk utveckling globalt. I samhällen där konstnärlig frihet inte säkras finns ingen eller begränsad möjlighet till utveckling av företag inom kulturella och kreativa branscher. Rapporter såsom *ReShaping policies for creativity, Addressing culture as a global public good* (2022) visar att antalet kränkningar och attacker mot konstnärer och kulturarbetare har ökat den senaste tiden, speciellt under pandemin.

Regeringen anser att Sverige fortsatt bör verka för att stärka den konstnärliga friheten globalt. Detta arbete bedrivs exempelvis genom Unesco där arbetet för konstnärlig frihet och en mångfald av kultur bl.a. utgår från konventionen om skydd för och främjande av mångfalden av kulturyttringar från 2005 (mångfaldskonventionen). En av Sveriges prioriterade frågor inom ramen för Unesco-arbetet är att stärka den konstnärliga friheten.

Ett fritt och levande kulturliv med yttrandefriheten som grund är en förutsättning för demokratiska samhällen – och vice versa. Endast i en stark och livskraftig demokrati kan kreativitet flöda så att nya starka aktörer inom de kulturella och kreativa branscherna kan uppstå.

5 Regeringens arbete

Strategin som verktyg

För att nå visionen och de strategiska målen för de kulturella och kreativa branscherna inom tio år krävs ett brett arbete. Regeringen tar i och med denna skrivelse ett nytt, samlat helhetsgrepp för att främja företag i de kulturella och kreativa branscherna. Olika politikområden och departement, myndigheter och andra offentligt finansierade främjande-aktörer bidrar till att stärka och komplettera varandras arbete för företag i de kulturella och kreativa branscherna. Strategin är ett verktyg för att samlas och förankra detta arbete.

Utredningen ser behov av en särskild funktion i Regeringskansliet för samordning av insatser, där vissa departement är särskilt berörda. Regeringen delar bedömningen att det finns behov av ett samordnat, departementsövergripande arbete. En viktig del i arbetet är att säkerställa att det finns samsyn och en tydlig ansvarsfördelning mellan berörda departement, myndigheter och andra aktörer.

Utredningen framför att ansvaret för att leda och koordinera regeringens arbete i enlighet med strategin bör delas och varje år växla mellan statsråden som ansvarar för kultur- respektive näringsfrågor. I likhet med flera remissinstanser bedömer regeringen att ett sådant växlande ansvar

Skr. 2023/24:111 inte vore ändamålsenligt. Arbetet med strategin samordnas av Kulturdepartementet.

Genomförandet av den tioåriga strategin är ett löpande arbete. En delutvärdering ska göras 2026.

Dialog med branscherna på nationell nivå

Regeringen och representanter för kulturella och kreativa branscher och företag behöver ha en löpande dialog om hur arbetet inom ramen för strategin fungerar och vilka behov de ser. Regeringen har för avsikt att varje år bjuda in till sådan dialog. Detta är angeläget bl.a. med hänsyn till att arbetet utifrån strategin är långsiktigt och att det kan vara svårt att nu förutse utvecklingen och vilka behov som kommer att finnas under de tio år som strategin gäller. Dialogen är också viktig som ett led i uppföljningen av det arbete som bedrivits.

Sammanfattning av betänkandet *Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher* (SOU 2022:44)

Detta betänkande innehåller ett förslag till en nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher. En tiondel av Sveriges alla företag finns i de kulturella och kreativa branscherna, och de sysselsätter cirka 190 000 personer. De har under flera år haft en hög och ihållande tillväxt; deras samlade förädlingsvärde ökade med 11 procent 2010–2016 medan antalet företag i branscherna ökade med 13 procent. Kulturella och kreativa privata företag och företagare är viktiga även för kulturlivet, bland annat för att kulturlivet till största delen är dominerat av sådana företag. Vi bedömer att det finns fortsatt stor potential för hållbar samhällsutveckling i att stödja företag inom kulturella och kreativa branscher till ökad tillväxt och kulturell produktion. Men för att den ska kunna infrias med god effekt behöver staten undanröja en lång rad hinder som dessa företag möter och som i hög grad kräver specifikt anpassade lösningar inom kultur-, närings- och exportfrämjandet, bland annat. Både politik och företag behöver också förhålla sig till en hög förändringstakt, inte minst kring konkurrenskraften i en global kontext.

Förslaget är att genomförandet under tio år ska ske fokuserat i sex prioriterade strategiska områden, med målsättningar per område för vad som ska uppnås och följas upp. Inom respektive prioritering beskrivs behov av utveckling för företag i olika företagsgrupper och av ett utvecklat främjande. I slutet av strategin finns en bilaga med förslag på insatser under varje strategisk prioritering. De sex strategiska områdena är:

1. Tydligt tvärpolitiskt ansvar för kunskap, synergier och samverkan
2. Förnyelse av rådgivning, kapitalförsörjning och innovationsstöd
3. Långsiktigt och snabbt på upphovsrättens marknad
4. Export, internationalisering och värdeskapande utomlands
5. Hållbar arbetsmarknad och kompetensförsörjning för alla
6. Platsens betydelse för kulturella och kreativa verksamheter (och tvärtom).

De sex prioriteringarna återspeglar och balanserar olika behov av utveckling som företrädare för kulturella och kreativa branscher, för Sveriges regioner och Sametinget har uttalat är angelägna för området. De är dessutom formade med hänsyn till megatrender och aktuell utveckling i omvärlden; till exempel effekterna av klimatförändringarna, fortsatt framväxt av ett kunskapssamhälle, teknologisk utveckling, effekterna av ett nytt säkerhetspolitiskt läge och återstarten efter covid-19-pandemin. Prioriteringarna ligger även väl i linje med EU:s motsvarande strategi för kulturella och kreativa branscher från år 2022.

Den strategiska prioriteringen Tydligt tvärpolitiskt ansvar för kunskap, synergier och samverkan är central och genomförandet av den är en

grundförutsättning för att kunna genomföra övriga prioriteringar i strategin. Närings-, kultur- och utrikesdepartementen är särskilt berörda, men även finans-, justitie- och infrastrukturdepartementen eftersom det finns betydande strategisk påverkan för Sverige i frågor om samhällsbyggnad, immaterialrätt och digitalisering. Därför föreslås i strategin att en interdepartemental grupp tillskapas för att koordinera och utveckla arbetet på övergripande nivå.

Regeringen har avgränsat utredningens arbete från att föreslå författningsändringar och från att analysera skattefrågor. Vi konstaterar emellertid att många av de branschorganisationer som vi träffat har pekat på tydliga utvecklingsbehov kopplade till skattefrågor och redovisning. Det kan därför finnas skäl för regeringen att framgent utreda och analysera hinder kopplade till skattefrågor som kulturella och kreativa företag möter.

Förteckning över remissinstanserna

Skr. 2023/24:111

Bilaga 2

Efter remiss har yttranden över betänkandet avgetts av:

Arbetsförmedlingen, Bildleverantörernas Förening, Bildupphovsrätt i Sverige, Boverket, CreARTive, Dataspelsbranschen, Dansalliansen, Danscentrum, Ekonomistyrningsverket, Exportkreditnämnden, Export Music Sweden, Fackförbundet Scen & Film, Film i Skåne, Film i Väst, Film& TV- producenterna, Folkbildningsrådet, Folkets Hus och Parker, Form/Design Center, Föreningen Svensk Form, Föreningen Svenska Tecknare, Göteborgs kommun, Hantverkarnas riksorganisation, Högskolan i Skövde, Ideell Kulturallians, Ifpi Sverige, Konkurrensverket, Konstfack, Konsthantverkscentrum, Konstnärernas Riksorganisation, Konstnärliga och Litterära Yrkesutövares Samarbetsnämnd (KLYS), Konstnärscentrum, Konstnärnämnden, Kramfors kommun, Kreativ Sektor, Kulturskolerådet, Kungliga Dramatiska Teatern, Kungliga Operan, Linköpings universitet, Lunds universitet, Länsstyrelsen Kronoberg, Länsstyrelsen Norrbotten, Länsstyrelsen Stockholm, Länsstyrelsen Örebro, Malmö stad, Malmö universitet, Musikalliansen, Musikcentrum, Myndigheten för kulturanalys, Norrköping kommun, Nämnden för hemslöjdsfrågor, Nätverk nationellt ansvar för fotografi i Sverige, Patent- och registreringsverket, Region Blekinge, Region Dalarna, Region Gotland, Region Gävleborg, Region Halland, Region Jämtland Härjedalen, Region Jönköpings län, Region Kalmar län, Region Kronoberg, Region Norrbotten, Region Skåne, Region Stockholm, Region Sörmland, Region Uppsala, Region Värmland, Region Västmanland, Region Västerbotten, Region Västernorrland, Region Östergötland, Riksantikvarieämbetet, Riksförbundet Sveriges Konstföreningar, Riksföreningen Biograferna, Riksteatern, Sametinget, Skärgårdarnas riksförbund, Statens försvarshistoriska museer, Statens historiska museer, Statens konstråd, Statens kulturråd, Statens museer för världskultur, Statens musikverk, Statistiska centralbyrån (SCB), Stiftelsen Svensk industrideSIGN, Stockholms konstnärliga högskola, Strömstad kommun, Svensk Live, Svensk scenkonst, Svenska Filminstitutet, Svenska Fotografers Förbund, Svenska Förläggareföreningen, Svenska Hemslöjdsföreningarnas Riksförbund, Svenska institutet, Svenska Unescorådet, Svenskt Näringsliv, Svenska Science Centers (SSC), Sverigefinländarnas Delegation, Sveriges Arkitekter, Sveriges artisters och musikers intresseorganisation (SAMI), Sveriges författarfond, Sveriges Författarförbund, Sveriges Hembygdsförbund, Sveriges Kommuner och Regioner (SKR), Svenska Oberoende Musikproducenter, Södertörns högskola, Teateralliansen, Teatercentrum, Tillväxtverket, Trä- och möbelföretagen, Ung företagsamhet, Uppsala universitet, Verket för innovationssystem (Vinnova), Vetenskapsrådet, Visit Sweden, Västra Götalandsregionen, Örebro universitet och Östersund kommun.

Ett spontant yttrande har inkommit från Kungliga Musikhögskolan.

Följande remissinstanser har beretts tillfälle att yttra sig över betänkandet, men har förklarat sig avstå eller har inte inkommit med yttrande:

Almega, Almi Företagspartner, Almi Invest, Ark Kapital, Aros kapital, Association of Swedish Fashion Brands, Avesta kommun, Beckmans Designhögskola, Boden kommun, Borlänge kommun, Business Sweden, Båstad kommun, Collector Bank, Drivhuset Norden, Eksjö kommun, Film Stockholm, Filmpool Nord, Filmregionerna, Föreningen Svenska Filmfestivaler, Företagarförbundet, Företagarna, Försäkringskassan, Galleriförbundet, Gnesta kommun, Gotlands kommun, Göteborgs universitet, Handarbetets vänner, Haparanda kommun, HDK – Valand, Högskolan för konst och design, Hela Sverige ska leva, Höör kommun, Industrifonden, Innovationsföretagen, Jokkmokks kommun, Jönköpings universitet, Kairos Future, Karlskoga kommun, Kommerskollegium, Konstpool AB, Kultur Skåne, Kungl. Konsthögskolan, Laxå kommun, Lidingö kommun, Live nation Sweden AB, Lomma kommun, Luleå kommun, Länsmuseerna samarbetsråd, Länsstyrelsen Gotland, Länsstyrelsen Gävleborg, Länsstyrelsen Västerbotten, Länsteaternas samarbetsråd, Malmö Museer, Marginalen Bank, MINC, Motala kommun, Musikerförbundet, Musikförläggarna, Musiksverige, Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, Myndigheten för yrkeshögskola, NENT Group Nordic Entertainment Group, Nordmaling kommun, Norrlandsfonden, Nyföretagarcentrum, Oberoende Filmars Förbund, Oxelösund kommun, Partille kommun, Piteå Science Park, Go Business, Ponture, Pophouse Entertainment Group, Ratio, Region Örebro län, Riksbankens jubileumsfond, Riksgälden, Riksrevisionen, RISE Research Institutes of Sweden AB, SACO-förbundet DIK, Saminvest, Seriefrämjandet, Simrishamns kommun, Statens centrum för arkitektur och design, Statens maritima och transporthistoriska museer, Statens medieråd, Statens skolverk, Statskontoret, Stiftelsen Arbetets museum, Stiftelsen Skansen, Stiftelsen Tekniska museet, Stockholms Handelskammare, Stockholms stad, Stockholms universitet, Sunne kommun, Svenska Bankföreningen, Svensk biblioteksförening, Svensk exportkredit, Svenska Arkivförbundet, Svenska Galleriförbundet, Svenska Journalistförbundet, Svenska samernas riksförbund (SSR), Svenska Riskkapitalföreningen, Svenska Tecknare, Sveriges Biografägarförbund, Sveriges filmregissörer, Sveriges Kommunikationsbyråer, Komm!, Sveriges Museer, Svenska föreningen för upphovsrätt, Sveriges Producenter och Privatteatrar, Sveriges Scenkonstregissörer, Sveriges Television AB, Sveriges Tidskrifter, Sveriges uppdragsarkeologiska branschorganisation, SWECO, Swedish Fashion Council, Swedish Incubators & Science Parks, Swedish School of Economics, Swedish Science Centers, Sydsvenska Handelskammaren, Södertälje kommun, Teaterförbundet, TEKO, Textilhögskolan Borås, Tidningsutgivarna, Tillväxtanalys, TV4 Media AB, Unga tankar om musik (UTOM), Viaplay Group, Viermie-K, Visita, Våra Gårdar, Västsvenska handelskammaren och Östsvenska Handelskammaren.

Kulturdepartementet

Utdrag ur protokoll vid regeringssammanträde den 4 april 2024

Närvarande: statsminister Kristersson, ordförande, och statsråden Busch, Svantesson, Edholm, J Pehrson, Waltersson Grönvall, Strömmer, Tenje, Slottner, M Persson, Wykman, Liljestrand, Bohlin, Carlson, Pourmokhtari

Föredragande: statsrådet Liljestrand

Regeringen beslutar skrivelse Strategi för företag i kulturella och kreativa branscher