Farvel til kreative erhverv – goddag til den kreative økonomi

Glem alt om at anskue kreative erhverv gennem et sæt romantiske briller. Det er en rejse fra hemsløjd til candycrush og big business. Og danmark halter alvorligt efter nabolande som sverige og england.

Alle fordomme om fluffyness forduftede i luften over Århus da der 10. november blev budt indenfor til konferencen A More Creative Denmark. Der var smæk for skillingen både i form af inspirerende indlæg fra både ind- og udland og i form af markante eksempler og overbevisende data.

SALGSPRISER:

VOLVO: 1,9 MIA $
MINECRAFT: 2,5 MIA $
CANDYCRUSH: 5,9 MIA $

ENGLÆNDERNE GÅR FORREST

"I gamle dage var London førende pga. stærk infrastruktur. I dag er London ***førende på trods*** *af dårlig infrastruktur. Fordi det i dag er kulturen – den sociale kapital – der er afgørende. Og dér er London uovertruffen."*

Sådan lød udsagnet fra dagens første hovedtaler, John Newbigin fra Storbritannien, som italesatte, at det er en misforståelse i den stadig fremherskende tænkning i regionaludvikling, at vi fokuserer på infrastrukturer som den altdominerende faktor. Det var det i fortiden, men i dag er det i stigende grad andre faktorer, der også er afgørende.

Silicon Valley er et andet eksempel; ikke specielt god tilgængelighed og priserne for at få kontor og bolig i eller i nærheden er prohibitive. Alligevel er det stedet at være. Fordi det kulturelle og kreative miljø - den sociale kapital - er helt i top.

John Newbigin, som har været dybt involveret i udviklingen af den britiske regerings politik for de kreative erhverv, siger:

"Tidligere så vi økonomi og kultur som to modsatte. I dag er det omvendt. De er uadskillelige. De steder, der har en stærk kreativ kultur, har en stærk økonomi."

Men John Newbegin lagde samtidig vægt på, at vi i vores jagt på at indkredse og definere de kreative erhverv går galt i byen. Han slog til lyd for, at vi ikke i så høj grad ser kreativitet som noget, der er defineret af nogle branchekoder, men at vi i stedet ser det som en lang række funktioner, som går på tværs af erhverv. Han kalder det *"Creative talent for commercial purposes".* Fordi outputtet netop ikke er noget kreativt eller kunstnerisk, men derimod produkter og services, der driver den økonomiske vækst.

Dagens ordstyrer Niels Lunde var inde på samme tema, da han senere krydsforhørte direktør Anna Porse Nielsen, Manto A/S, som er partner i driften af more.creative:

”Hvad mener vi egentlig, når vi taler om de kreative erhverv?
Anna Porse Nielsen: *”Vi har arbejdet med det i mange år, med at definere de kreative erhverv, så vi kan vise omfang og måle og veje på effekten. Men det virker på sin vis unyttigt. Jeg er meget inspireret af England, hvor man ser de kreative erhverv som små vækstbrancher, men også som*
enablere *ift. andre erhverv.”*

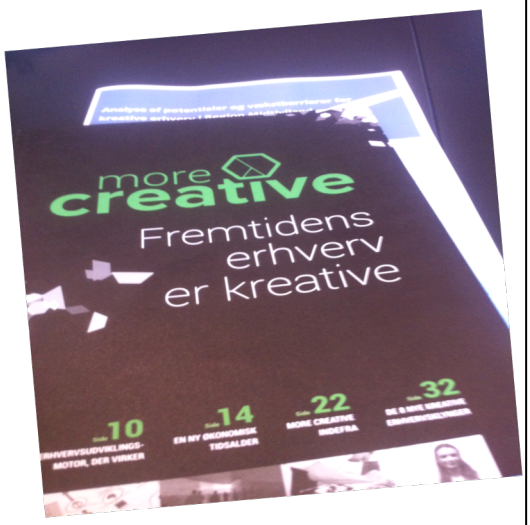
Men hvis de kreative erhverv grundlæggende skal betragtes med samme briller som alle andre erhverv, hvad er det så, der adskiller dem?

Anna Porse Nielsen: *”Det er grundlæggende de samme elementer, som gælder for alle andre erhverv. Men der er nogle af de kreative virksomheder, der har radikalt anderledes forretningsmodeller, fx. blot tyve ansatte, men med en omsætning på et trecifret millionbeløb. Og mange af de kreative virksomheder opfatter begrebet vækst som det modsatte af kreativitet. Så vores normale retorik og erhvervsfremmetænkning kommer til kort.”*

Der var dog bred enighed om, at selv om kreative erhverv skal adresseres og vejes med andre redskaber og mål end andre *erhverv, så ER det nødvendigt at blive bedre til at dokumentere og effektmåle.

FRA HEMSLØJD TIL CANDYCRUSH
Pascal Cools fra Flandern-regionen i Belgien satte perspektiv på sagen ved at trække tråde 10 år tilbage. I 2005 udtalte en højtstående belgisk politiker på nationalt tv: *”We all know that the socalled creative sector is made up of rich housewifes whiling away time knitting and putting together expensive jewellery.”* Det virker naturligvis latterligt i dag, men vi er nok alligevel flere, der er blevet overraskede over, at kreative erhverv i den grad har medført et helt nyt paradigme i den økonomiske udvikling. Eksempelvis blev Volvo for et par år siden solgt for 1,9 mia. $. Mange penge. Men siden blev computerspillet Minecraft solgt for 2,5 mia. $. For ganske nylig blev Candycrush solgt for ufattelige 5,9 mia. $.

Pascal Cools fremlagde i sin præsentation data, som dokumenterede, at de nye forretningsmodeller særligt skabes på områder, som integrerer væsensforskellige kompetencer. Derfor lægger de i Flandern netop vægt på at bygge bro og matchmake på tværs af forskellige klynger.



Ved konferencen blev der præsenteret to nye publikationer:

- ”Analyse af potentialer og vækstbarrierer for kreative erhverv i Region Midtjylland”, udarbejdet af Oxford Research A/S for Region Midtjylland.
- ”Fremtidens erhverv er kreative”, udarbejdet af More Creative ved Manto A/S og Seismonaut A/S.

SVERIGE ER PÅ EN ANDEN PLANET
Generelt var indtrykket på konferencen, at Danmark halter betydeligt efter ikke blot England men også andre af vores nabolande i vores forståelse af kreativitet som vækstdriver. Jan Neiiendam, som er bestyrelsesformand i Interactive Denmark, lagde i sin kommentar vægt på, at der i Sverige er et fundamentalt andet syn på kreative erhverv:

"I Danmark er der en tendens til, at der er en modsætning mellem 'De kreative' og "virksomheder". Det er ikke gået op for os, at de kreative virksomheder - som eksempelvis Minecraft og Candycrush – udgør en helt ny type af forretningsmodeller som udgør en voldsom forandring ift., hvad vi har været vant til, og en rå, økonomisk driver, som vi aldrig har set magen til i historien."

Jan Neiiendam, som også er vicedirektør i Producentforeningen, lagde vægt på, at en del af forklaringen er, at der Sverige & Finland er en industristruktur og en forståelse af, at teknologi også kan være software i tæt sammenhæng med hardwareudviklingen.
Det har man understøttet i uddannelserne og ved at understøtte rammer, hvor teknologer og kreative arbejder sammen. Der er vi et helt andet sted i Danmark. Vi har meget at lære.

November 2016, bjarne@reglab.dk

OM *A MORE CREATIVE DENMARK*

Konferencen var arrangeret af Region Midtjylland, Aarhus 2017 i samarbejde med Dansk Erhverv og REG LAB.

Du kan se powerpoints og andet baggrundsmateriale fra konferencen her:
A More Creative Denmark-materialer