

DANMARK I DEN GLOBALE ØKONOMI

SEKRETARIATET FOR MINISTERUDVALGET

Prins Jørgens Gård 11, 1218 København K

Telefon 33 92 33 00 - Fax 33 11 16 65

Dato: 31. oktober 2005

Sagsbeh.: kl-oem

Faktopapir om kultur- og oplevelsesøkonomien¹

Dette papir sætter fokus på det område, der går under betegnelsen kultur- og oplevelsesøkonomi. En økonomi, der er baseret på en stigende efterspørgsel efter oplevelser, og som bygger på den merværdi, kreativiteten skaber både i nye og mere traditionelle produkter og serviceydelser. Kultur- og oplevelsesøkonomien handler således om det sted, hvor de to verdener mødes og skaber en synergi. Kultur- og oplevelsesøkonomien kan afgrænses til følgende brancher (jfr. fodnote 1):



Afgørende for virksomheders og branchers konkurrencedygtighed og dermed landes velfærd og velstand er evnen til at skabe produkter, hvor betalingsvilligheden hos forbrugerne er høj, herunder produkter eller serviceydelser, der rummer kvalitet, følelser, værdier, mening, identitet og æstetik, som forbrugerne er villige til at betale en merpris for.

At kultur- og oplevelsesøkonomien er kommet i fokus både herhjemme og i udlandet hænger i høj grad sammen med, at det er et felt, som fylder meget i økonomien. Kultur- og oplevelsesøkonomien er dog på mange måder et talmæssigt uopdyrket område. Dette gør økonomien svær at måle, veje og vurdere over tid. Sammenligninger med andre lande vanskeliggøres desuden af, at afgrænsningen af kultur- og oplevelsesøkonomien på nogle områder afviger landene imellem. Opgørelserne nedenfor skal ses i det lys.

I Danmark skabte kultur- og oplevelsesøkonomien i 2001 en værditilvækst på små 62 mia. kr., ca. 5,3 % af det samlede BNP i Danmark. Nedenstående boks viser eksempler fra andre lande, der har prioriteret området:

¹ Arbejdsrapporten er udarbejdet af Sekretariatet for ministerudvalget for Danmark i den globale økonomi. Papirerne er sendt til Globaliseringsrådet som faktisk baggrund for Globaliseringsrådets diskussioner. Globaliseringsrådet kan ikke tages til indtægt for arbejdsrapporterne.

International udvikling i kultur- og oplevelsesøkonomien

I *Storbritannien* udgør området en betydelig del af britisk økonomi (næsten 8 % af BNP). Fra 1997 til 2000 voksede området med gennemsnitligt 10 % om året, mod 2,8 % om året for økonomien generelt. I 2000 stagnerer udviklingen, dog med meget varierende udvikling mellem erhvervene.

I *Sverige* arbejder ca. 400.000 mennesker eller ca. 10 % af arbejdsstyrken i 'oplevelsesindustri', som samlet står for 9 % af BNP.

I *USA* udgør kultur og underholdning landets største eksportsektor og udgør 7,8 % af BNP.

I *New Zealand* vokser de kreative industrier hurtigere end resten af økonomien og står for 3,1 % af BNP og ca. 3,6 % af beskæftigelsen.

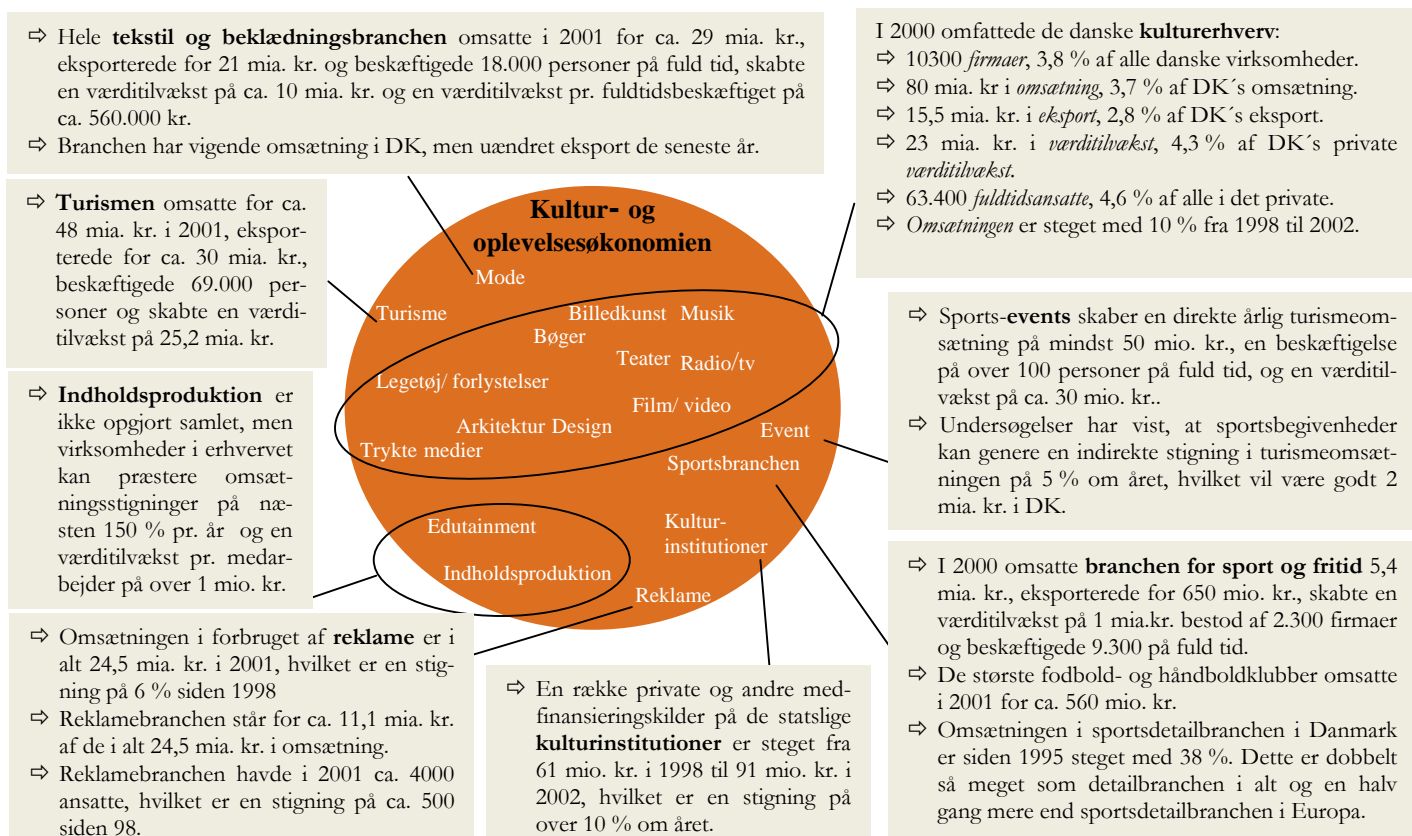
Kilde: Regeringen: *Danmark i kultur- og oplevelsesøkonomien*, sept.2003.

Anm.: Definitionerne og kategoriseringen af de kreative erhverv varierer mellem landene, og de kan derfor ikke sammenlignes entydigt.

I Danmark er kultur- og oplevelsesøkonomien et område som i 2000/2001:

- ⇒ **Omsatte** for ca. 175 mia. kr. årligt, godt 7,3 % af den samlede private omsætning i Danmark.
- ⇒ **Beskæftigede** ca. 170.000 på fuld tid, ca. 12 % af den samlede private fuldtidsbeskæftigelse i Danmark.
- ⇒ **Eksporterede** for over 68 mia. kr. årligt, over 16 % af den samlede eksport fra Danmark.
- ⇒ **Genererer et forbrug** blandt danskerne på 64 mia. kr. årligt af fritidsudstyr, underholdning og rejser, over 10 % af alle danske husholdningers forbrug.

Kultur- og oplevelsesøkonomien er et område, der er sammensat af mange delbrancher, der har forskellig tilknytning til og betydning for kultur- og oplevelsesøkonomien. Nedenstående figur viser omfanget af de forskellige dele af kultur og oplevelsesøkonomiens bidrag.



Nøgletal for store delområder i kultur- og oplevelsesøkonomien.

mia.kr.	Turisme	Tekstil/ beklæd.	Kultur- erhverv	Sport	Reklame
Omsætning	48	28,8	80	5,4	11,1
Værditilvækst	25,2	10	23	11	-
Eksport	30	21,6	15,5	0,7	-
Beskæftigede (antal)	69.000	18.700	63.400	9.300	4.000

Note: Indholdsproduktion, event og kulturinstitutioner er ikke medtaget pga. manglende makroøkonomiske data. For afgrænsning af kultur-erhverv se figur ovenfor.

På trods af vanskelighederne med præcist at opgøre kultur- og oplevelsesøkonomien peger tallene i retning af en samlet økonomisk aktivitet, der matcher andre store brancher i Danmark. Det er et område, der på flere parametre er større end fx hele bygge- og anlægsindustrien eller hele det danske landbrug og fiskerierhverv. Kultur- og oplevelsesøkonomiens eksport er også stor, fx næsten 50% større end vores samlede landbrugseksport. Kultur- og oplevelsesøkonomien beskæftiger også mange i Danmark. I alt 170.000 personer på fuld tid, hvilket er mere end dobbelt så mange som i hele den finansielle sektor herhjemme. Og de beskæftigede repræsenterer mange forskellige uddannelsesniveauer. Turismen beskæftiger fx relativt mange med et lavt uddannelsesniveau, og andelen af indvandrere inden for hoteller og restauranter er ca. 3 gange så høj som inden for erhvervslivet generelt². Som det fremgår af ovenstående, bidrager kultur- og oplevelsesøkonomiens delområder meget forskelligt til den samlede aktivitet. Det kan dog klart konkluderes, at det er et område med stor betydning for dansk økonomi.

Ud over disse opgørelser spiller de kreative kompetencer, der udspringer af kultur- og oplevelsesøkonomien, i sagens natur også en vigtig rolle i værdiskabelsen i det øvrige erhvervsliv. Et bidrag, der dog ikke kan isoleres og måles.

Kultur- og oplevelsesøkonomien, der har oplevet store vækstrater op igennem 90`erne, har mistet terræn i begyndelsen af årtusindeskiftet under den generelle økonomiske afmatning³. Flere faktorer peger på, at kultur- og oplevelsesøkonomien vokser mere end den generelle vækst i højkonjunkturer og mindre i lavkonjunkturer. Men som det også fremgår af ovenstående figur, er der tale om store forskelle imellem de enkelte områder i kultur- og oplevelsesøkonomien.

Regeringens politik på området

I september 2003 lancerede regeringen publikationen "Danmark i kultur- og oplevelsesøkonomien - 5 nye skridt på vejen", der præsenterede regeringens mål om, at vi i Danmark skal blive endnu bedre til at udnytte synergien mellem kulturliv og

² Omkostnings- og strukturanalyse af dansk turisme, ØEM, marts 2004 og Danmarks statistik.

³ Regeringen: *Danmark i kultur- og oplevelsesøkonomien*, sept.2003, Danmarks Statistik..

erhvervsliv og fremme vækstpotentialer i kultur- og oplevelsesøkonomien.. De 5 nye skridt var:

- Retningslinier for god ledelse i professionelle sportsklubber
- Ny strategi for Dansk Design Center med fokus på erhvervsfremme, professionalisering af erhvervet og branding, samt styrket forskning og uddannelse på designområdet herunder større erhvervsrettethed på designuddannelsen.
- Ny strategi for Dansk Arkitektur Center med fokus på erhvervsfremme og arkitekturens rolle ifm. effektivisering i byggeriet, samt styrket forskning og uddannelse på arkitekturområdet herunder større erhvervsrettethed på arkitekturuddannelsen.
- Samspil mellem kulturinstitutioner og erhverv gennem øget fradrag for donationer til kulturinstitutioner og vejledninger til hhv. virksomheder og kulturinstitutioner i øget samspil.
- Professionalisering af sports- og kulturevents i Danmark.

Siden har *Danmarks Eksportråd* igangsat programmet "BornCreative", der skal bidrage til at understøtte små og mellemstore virksomheder inden for kultur- og oplevelsesøkonomien med at blive etableret i udlandet.

Af tidligere initiativer, som regeringen har igangsat kan nævnes:

Rammer for innovation

- √ Turismepolitisk handlingsplan, der skal styrke turismeerhvervets muligheder for at skabe øget vækst.
- √ Øget samarbejde med erhvervslivet er et særligt fokusområde i de kommende resultatkontrakter for de statslige kulturinstitutioner.
- √ Etablering af et iværksættermiljø for kulturelle iværksættere.
- √ Vedtagelse af EU-resolution om kulturel indholdsproduktion til de nye digitale medier.

Adgang til viden og udvikling af kompetencer

- √ Gennemførelse af større erhvervsorientering af de kunstneriske uddannelser som led i flerårsaftalen for uddannelserne.
- √ Etablering af videregående uddannelser inden for flere aspekter af kultur- og oplevelsesøkonomien på bl.a. Aalborg Universitet, Roskilde Universitetscenter, Syddansk Universitet og på Handelshøjskolen i København samt ved Handelshøjskolecentret Slagelse/Nykøbing F og ved et antal erhvervsakademier landet over.
- √ Etablering af Center for Design Forskning.
- √ Etablering af computerspilsuddannelse på filmskolen. Uddannelsen er en netværksuddannelse mellem den danske filmskole og universiteterne.

Incitamenter for kommerciel produktion

- √ Styrkelse af den kommercielle mediesektor gennem mediaaftalen. Fx skal DR udlægge 20% af sin produktion til uafhængige producenter.
- √ Øget fokus på at styrke samarbejdet om kultureksport ved at skabe øget international opmærksomhed om danske kulturprodukter (Danmarks Eksportråd).
- √ Indførelse af skattefradrag for virksomheders indkøb af kunst for at stimulere efterspørgslen og sikre kunstnere egenindtægter samt et inspirerende arbejdsmiljø på virksomhederne.
- √ Støtte til gennemførelse af begivenheder i forbindelse med fejringen af 200-året for H.C. Andersens fødsel i 2005.
- √ Skattemæssig udligning af kunstneres indkomster for at reducere beskatning i perioder med indtæg-

ter som følge af salg af kunst.