

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

Svenska institutet (SI) har beretts möjlighet att inkomma med synpunkter på ovanstående (SOU 2022:44) och ger synpunkter på de delar i betänkandet som kopplar till myndighetens uppdrag.

Inledning

Svenska institutet (SI) är en myndighet med uppdrag att skapa intresse och förtroende för Sverige utomlands. SI arbetar med Sverigefrämjande, samarbete i Östersjöregionen och global utveckling. Myndigheten har tre olika verksamheter som är direkt relevanta för kultursektorn i Sverige. Dessa är:

- att främja ett brett och långsiktigt internationellt kultursamarbete genom samarbete med aktörer inom kultursektorn i Sverige och utomlands,
- att genom kommunikation bidra till att skapa förutsättningar för ekonomisk tillväxt i Sverige genom ökad handel och fler investeringar,
- att driva Sveriges enda kulturhus utomlands, Svenska institutet i Paris.

För det första lyfts svenska kreatörer och kulturella uttryck fram inom ramen för det övriga främjandet, för att stärka bilden av Sverige.

För det andra har myndigheten uppdrag inom närliggande områden, exempelvis kunskapsdiplomati, främjandet av Sverige som studiedestination och värderingsfrämjande.

Samtliga dessa områden påverkar förutsättningarna för Sveriges kulturliv och för internationaliseringen av kultur. Områdena ger även erfarenheter som kan användas på kulturområdet, vad gäller exempelvis målgruppsanpassning, analys och digital kommunikation i mjuka frågor gentemot internationella målgrupper.

Myndighetens synpunkter

SI:s ställer sig övergripande positivt till förslagen i utredningen Kreativa Sverige! (SOU 2022:44). Vi kommenterar utifrån SI:s verksamhet de förslag som rör tvärsektorieell samverkan, internationella kontakter och internationaliseringen av kulturella och kreativa företag.

Betänkandet har tonvikt på ökat nationellt samarbete, vilket vi är positiva till. SI:s expertis och verksamhet, som rör stöd till utlandsmyndigheter och andra aktörer, omfattar olika typer av kommunikativa stöd för de kreativa branscherna, bland annat design, film, musik och litteratur.

Av de sex prioriterade strategiska områdena kommenterar SI områdena

1. Tydligt tvärpolitiskt ansvar för kunskap, synergier och samverkan – samt
4. Export, internationalisering och värdeskapande utomlands.

6.1 Tydligt tvärpolitiskt ansvar för kunskap, synergier och samverkan

Utredningen förordar en tydligare samordning och synergier inom staten och föreslår en funktion inom Regeringskansliet som ansvarar för samordningen. Samordningen föreslås bemannas av departement med koppling till strategins innehåll, dvs. främst närings-, kultur- och utrikesdepartementet, men även finans-, justitie- och infrastrukturdepartementet föreslås ingå. Syftet anges vara att koordinera och stärka samarbetet mellan aktörer lokalt-regionalt-statligt-europeiskt (s. 47). Det föreslås också att två myndigheter, Tillväxtverket och Kulturrådet, delar på ansvaret för att gemensamt leda samordningen mellan myndigheter. Ett samarbetsråd av myndighetschefer breddas till att omfatta Tillväxtverket, Kulturrådet, Tillväxtanalys och Kulturanalys, och eventuellt ytterligare en myndighet.

Här föreslår vi att Svenska institutet, med sitt internationella Sverigefrämjar- och exportfrämjaruppdrag, skulle ingå, samt vill särskilt lyfta vikten av att samordningen kompletteras med långsiktighet i målsättningar och förutsägbar finansiering för prioriterade områden.

Långsiktiga samarbeten

Tvärgående samarbeten mellan departement, och mellan myndigheter, behövs. För att få rätt effekter behöver denna samordning verka långsiktigt. Detta kräver bland annat att större gemensamma satsningar får en förutsägbar och långsiktig finansiering, samt att mål sätts på lång sikt.

Lärdomar kan exempelvis dras från det långsiktiga arbetet med Sverige som studiedestination vilket varit ett längre projekt med samverkan mellan flera myndigheter som fått mogna över tid. Senast sommaren 2022 kunde en av SI beställd rapport ”Den ekonomiska effekten av internationella studenter” visa de ekonomiska vinsterna med rekrytering av utländska studenter till Sverige, vilket uppgår till 3,5–4 miljarder kronor årligen.

Det är myndighetens absoluta uppfattning att dessa vinster är resultatet av att berörda myndigheter haft möjlighet att arbeta strategiskt tillsammans under längre tid. Samarbetet är också ett tydligt exempel på fördelarna av att olika parter har, och tillåts vidareutveckla, olika kompetenser. Även inom kulturområdet är det viktigt att myndigheternas särdrag behålls och tydliggörs.

En sammanhållen Sverigekommunikation

Till den del som rör samordningen för genomslag på europeisk och internationell nivå ser Svenska institutet att vi kan bidra och spela en viktig roll. SI främjar genom sitt stöd till utlandsmyndigheter

och andra aktörer (se sharingsweden.se) att svensk kultur och kreativa branscher får en starkare röst och internationell närvaro genom en sammanhållen Sverigekommunikation.

Exempel på detta finns inom ramen för Designprogrammet¹, ett regleringsbrevsuppdrag inom den förra regeringens exportstrategi. Ett annat exempel är SI:s kommunikationsstöd för filmkommissionärer samt film- och tv-dramaindustrin. Båda dessa visar hur ett samordnat arbete mellan myndighet/er och kreativa branscher gagnar och stärker svenska kulturella och kreativa företags närvaro och synlighet i utlandet² – och samtidigt också Sverige-bilden.

7.4 Export, internationalisering och värdeskapande utomlands

Sveriges kulturella och kreativa branscher är globala och har stor betydelse för hur omvärlden uppfattar vårt land. Att möta kulturella och kreativa uttryck från Sverige skapar och förstärker en samtida Sverige-bild. Exempel på detta finns till exempel inom samtida musik med internationellt kända musiker, låtskrivare och producenter. Även värderingsfrågor som jämställdhet, hållbarhet, öppenhet och inkludering följer med de kreativa branscherna, till exempel inom design- och arkitekturområdet. Många av företagen går i bräschen för kreativa lösningar i kombination med hållbarhet, inkludering osv. vilket gynnar bilden av och intresset för Sverige, inte minst genom socialt och miljömässigt hållbara lösningar.

I betänkandet anförs att regionala företrädare önskar att strategin tydligt omfamnar samverkan mellan kultur och näringsliv, men också ett internationellt perspektiv som rör export- och investeringsfrämjande. Man vill att kulturella och kreativa branscher pekats ut och synliggörs som en speciellt viktig grupp för hela Sveriges attraktionskraft. Svenska institutet instämmer i detta.

I SI:s arbete med Designprogrammet, med finansiering från export- och investeringsfrämjandet, fanns denna ambition och målsättning, att stärka attraktionskraften för svensk export och investeringar men även samarbeten och utbyten internationellt. Satsningen, att sammanföra olika aktörer inom designområdet i ett gemensamt främjande, till gagn för ökad export inom sektorn, var lyckosamt. Den typen av fokuseringar och satsningar kräver dock en lång tidshorisont och tydliga effektmål för att bygga långsiktiga samarbeten och verktyg som gynnar både större, medelstora och mindre företag.

Export- och internationaliseringsfrämjande insatser efterfrågas av branscher och organisationer. Här kan SI och plattformen sharingsweden.se vara en viktig resurs. Material och verktygslådor på sharingsweden.se kan användas i samband med exempelvis deltagande i svenska montrar på

¹ Designprogrammet/Swedish Design Movement var ett regeringsuppdrag 2016–2022 inom regeringens export- och investeringsstrategi som syftade till att stärka den internationella bilden av Sverige som designland och att bidra till ökad export av hållbara varor och tjänster. Detta skulle göras i nära samverkan med branschaktörer, städer/regioner och andra partner som involverades i satsningen. SI övertog programägarskapet för uppdraget vid årsskiftet 2020/2021. Från 2023 ges ingen fortsatt finansiering för insatsen.

² Se uttalanden från samarbetsparter inom Designprogrammet i bilaga.

internationella mässor och konferenser, men också för kommunikation i sociala medier och i mediekampanjer av olika slag.

EUNIC – ett värdeskapande internationellt nätverk

EUNIC (European Union National Institutes for Culture) är ett nätverk av nationella kulturinstitut och -organisationer i EU-länder. Samtliga EU-länder finns representerade och Svenska institutet är Sveriges representant. EUNIC finns i över 80 länder genom s.k. kluster (sammanslutningar av kulturinstitutens lokalkontor) och svenska utlandsmyndigheter är delaktiga i flera av dessa. Engagemanget i EUNIC har stärkt SI som expertmyndighet inom offentlig och kulturell diplomati i Sverige och internationellt. SI är också aktivt i EUNIC-klustret i Sverige.

Genom Svenska institutet har Sveriges ett stärkt engagemang i EUNIC-samarbetet. Medlemskapet ger goda möjligheter för Sverige till samarbete och genomslag genom EUNIC:s lokala kluster. Samverkan är särskilt intressant i länder där svenska målsättningar sammanfaller med EU:s målsättningar och prioriteringar, och där Sverige mer konkret kan bidra till genomförande av Sveriges och EU:s utrikespolitik – och där möjligheterna till utökad finansiering från EU är som störst. EUNIC-medlemskapet stärker svenska aktörers möjligheter till samverkan och synergier utomlands inom ramen för EU-samarbetet.

Vikten av lokalt förankrade parter för främjandet av kultur

Oavsett sakområde är ett tydligt medskick från SI:s verksamhet att främjandet av svensk expertis och produkter fungerar som bäst då det finns en tydligt utpekad lokal part i det mottagande landet som kan verka för förankring och spridning av budskap.

Inom kulturområdet har de utsända kulturråden varit en självklar sådan part som möjliggjort ett större genomslag för de satsningar som svenska aktörer på olika nivåer genomför. Som kommentar till den för handen liggande SOU vill myndigheten därför lyfta fram vikten av att det finns ett internationellt nätverk på plats för att vidareförmedla svensk kultur. Detta nätverk bör ha lokal förankring såväl som god kännedom om villkoren för svensk kultur, en hög grad av trovärdighet i internationella sammanhang och resurser för att arbeta dedikerat med att stärka den viktiga exportsektor som KKN kan bli om arbetet genomförs långsiktigt och strategiskt.

Sammanfattning

Svenska institutet ställer sig positivt till

- ett samordningskontor på Regeringskansliet,
- en närmare dialog och samordning mellan myndigheter,
- tvärssektoriella nationella och internationella plattformar där industrier och branscher möts, och särskilt plattformar som främjar hållbarhets- och innovationsfrågor.

Svenska institutet betonar kreativa branschers roll för bilden av Sverige internationellt.

Branscherna bidrar tydligt till Sveriges ställning inom innovation och hållbarhet där vi idag har ett högt anseende internationellt. Det bör värnas. Myndigheten vill också särskilt lyfta vikten av långsiktighet och förutsägbarhet i strategier och finansiering.

Beslut om remissyttrandet har fattats av GD Madeleine Sjöstedt. Handläggare Agnes Lidbeck har varit föredragande. Avdelningschef Monika Wirkkala, enhetschef Susanna Wallgren, handläggare Jenny Bergström Bonmot och handläggare Oskar Röhlander har deltagit i beredningen.

Madeleine Sjöstedt
Generaldirektör

Bilaga

Uttalanden från samarbetspartner om Designprogrammet:

- Designprogrammet fyller en mycket viktig roll för de kreativa näringarna inom designområdet. Det behövs en samlande kraft för att nå genomslag internationellt. Det är en roll som ingen annan aktör har och som inte funnits annars.

Sigrid Barnekow, Swedish Fashion Association

- Vi behöver en långsiktig satsning på export av design. Företagen behöver veta att det finns en svensk närvaro på prioriterade marknader. Genom Designprogrammet har vi kunnat hjälpa småföretag på svenska landsbygden med en plattform för att komma ut på exportmarknader. Designprogrammets tillgång till kommunikationsinsatser har varit värdefull för att med kraft nå ut med de svenska satsningarna. Det har även möjliggjort en digital närvaro under längre tid som en förstärkning av fysiska event. Sverige behöver en långsiktig designstrategi för export och internationalisering. Designprogrammet är ett steg på den vägen.

Cecilia Ask Engström, Trä- och möbelföretagen

- KKN-branscherna är mycket viktiga för Sverige-bilden. De riskerar att hamna utanför andra exportsatsningar som görs, därför är Designprogrammet mycket viktigt. Ett viktigt resultat som programmet bidragit med inom arkitektursektorn är att sprida know-how och framåttänkande, vilket får med sig så mycket mer sälj och export i nästa steg – inte minst då vi är så fokuserade på omställning/hållbarhet. Att t ex främja svensk (trä)arkitektur ger ju inte i första hand export av arkitekttjänster utan export av cirkulär kompetens och råvara. Kan man sälja in arkitekterna kommer också annat i steg två. Det kan ju vara fossilfritt stål, specifika värmelösningar eller kanske interiörer likväl som trä. Vi ser att exporten, eller andel av omsättningen i branschen som sker utomlands, har mer än tredubblats under Designprogrammet trots en glödhet inhemsk marknad.

Tobias Olsson, Sveriges Arkitekter

- Svensk möbelindustri har på allvar ställt om sin produktion i hållbar riktning, både av nödvändighet och som en klok strategi för att ligga i framkant när marknaden i ökad utsträckning kommer att efterfråga hållbarhet i både producent- och konsumentledet. Men för att skapa uppmärksamhet för de svenska designdrivna företag som driver på utvecklingen i en hållbar riktning behöver vi nå ut med starka berättelser. Europeiska kommissionens tillväxt- och utvecklingsstrategi The Green Deal ska leda till att EU blir klimatneutralt 2050. I anslutning till The Green Deal har kommissionen även tagit fram en strategi för arkitektur och design. Genom att kombinera hållbarhet och design ska The New European Bauhaus se till att det gröna systemskiftet sker på ett attraktivt, innovativt och människocentrerat sätt. Denna gigantiska transformation av samhället kommer givetvis även att öka efterfrågan på hållbara designlösningar. Tajmningen är därför perfekt för en fortsättning på Designprogrammet 2023–2025!

Mats Widbom, Svensk Form