



REGERINGEN

# Vækstplan for de kreative erhverv

## Et kreativt Danmark i front

Erhvervsministeriet



MAJ 2019

# Indhold

Forord .....	5
De kreative erhverv – nu og i fremtiden .....	6
Seks indsatsområder skal bidrage til regeringens vision om vækst i et kreativt Danmark .....	10
Vækstplanens initiativer .....	12
Styrkede kompetencer til fremtidens jobs .....	14
Bedre vilkår for investeringer og crowdbaseret finansiering .....	18
Flere kreative iværksættere skal skabe bæredygtige forretninger .....	22
Mere kreativitet og innovation i offentlige udbud .....	24
Gode vilkår for at håndhæve ophavsrettigheder .....	26
Øget international synlighed og eksport .....	28
Økonomioversigt .....	32

# Forord

Danske kreative virksomheder har et godt udgangspunkt for vækst. De kreative erhverv udgør allerede en væsentlig del af dansk økonomi og er et vigtigt eksporterhverv med en stor og stigende eksport.

Samtidig er der ingen tvivl om, at vi kan noget særligt i Danmark. Vi har et samfund præget af tillid og flade hierarkier. Og vi har en tradition for at sætte mennesket i centrum, som har sine rødder i andelsbevægelsen, og som trives i de kreative erhverv. Når vi formgiver og udvikler nye produkter og løsninger, gør vi det derfor med en særlig sans for både æstetik, funktion og læring. Det er Danmarks kreative DNA. Og det giver os en helt særlig position, når det kommer til at udnytte de nye vækstmuligheder i digitaliseringen og den stigende globale velstand, der skaber en øget efterspørgsel efter kreative produkter og ydelser.

Regeringen lægger vægt på, at der er gode rammevilkår for erhvervslivet i Danmark, og arbejder løbende på at forbedre dem. Som led i dette arbejde har regeringen nedsat et vækstteam for kreative erhverv, der er kommet med en række gode anbefalinger til, hvad der skal til for at øge væksten i de kreative erhverv. Dem vil regeringen gerne takke vækstteamet for.

Med udgangspunkt i vækstteamets anbefalinger har regeringen identificeret seks indsatsområder med 28 initiativer, der kan opfylde regeringens vision om at skabe vækst i et kreativt Danmark.

Erhvervslivet skal have adgang til ny viden samt kreative og kunstneriske medarbejdere, som har kompetencer til arbejdsmarkedets behov og kan løfte virksomhedernes innovationsevne i samspil med ny teknologi og kommerciel tænkning.

Forholdet mellem kreative vækstmiljøer og investormiljøet i Danmark skal modnes, så der er gode muligheder for at skabe flere hurtigvoksende vækstiværksættere i de kreative erhverv.

Der skal være et mangfoldigt kulturliv, der udklækker flere kunstneriske og kreative iværksættere.

Offentlige udbud skal skabe gode rammer for at bruge kreativitet til at udvikle innovative, bæredygtige og mere ressourceeffektive løsninger.

Virksomhederne skal have gode vilkår for at håndhæve beskyttelsen af deres værker, varemærker, opfindelser og nye forretningsmodeller fra kopiering.

Og eksporten af kreative produkter og services skal øges gennem en stærkere international fortælling om Danmarks kreative DNA, og ved at flere kreative virksomheder kommer i gang med at eksportere.

**Rasmus Jarlov,**  
*erhvervsminister*

**Mette Bock,**  
*kulturminister*

**Anders Samuelsen,**  
*udenrigsminister*

**Tommy Ahlers,**  
*uddannelses- og forskningsminister*

# De kreative erhverv – nu og i fremtiden

De kreative erhverv omfatter musik, arkitektur, design, digitale spil, film og tv, radio, indhold og apps til medieplatforme, animation, mode og beklædning, møbler, interiør, scenekunst, kommunikation, reklame og forlagsvirksomhed.

De kreative erhverv er vigtige eksporterhverv for Danmark, som samlet sætter et betydeligt aftryk i samfundsøkonomien. Erhvervene beskæftiger 117.000 personer på fuldtid og skaber samlet set en omsætning på ca. 348 mia. kr. årligt, når den afledte økonomiske aktivitet tælles med. Det kan for eksempel være, når en designer eller en arkitekt leverer services til andre dele af dansk erhvervsliv.

En stor del af omsætningen kommer via eksport til udlandet, som i 2016 var på lidt over 92 mia. kr. Siden 2008 har de kreative erhverv haft en eksportvækst, som har været næsten dobbelt så høj som i resten af erhvervslivet. Særligt mode, møbler og interiørbrancherne samt den audiovisuelle industri sælger i stigende grad sine varer og tjenesteydelser på de udenlandske markeder.

## Globale vækstmuligheder for de kreative erhverv

De kreative erhverv har en stor og stigende eksport, og dansk kreativitet nyder allerede anerkendelse i udlandet. Det skaber et solidt afsæt for vækst i et kreativt Danmark.

Samtidig tyder den globale udvikling på, at efterspørgslen efter kreative produkter og ydelser vil stige.

Digitaliseringen skaber en øget efterspørgsel efter digitalt indhold, der kan fange den moderne forbrugers opmærksomhed. Det åbner nye muligheder for særligt de audiovisuelle brancher som spil, musik og film – ikke kun hos forbrugerne, men også i erhvervslivet, der for eksempel benytter spilelementer til at påvirke brugeradfærd eller bruger visuelle fortællinger til at nå deres kunder. I den stadigt voksende techbranche er der desuden kommet øget fokus på samspillet mellem teknologi og mennesker, fordi det er vigtigt, at de digitale løsninger også taler til vores følelser og værdier, og at brugen af data foregår på etiske præmisser.

## Økonomisk fodaftryk i 2016

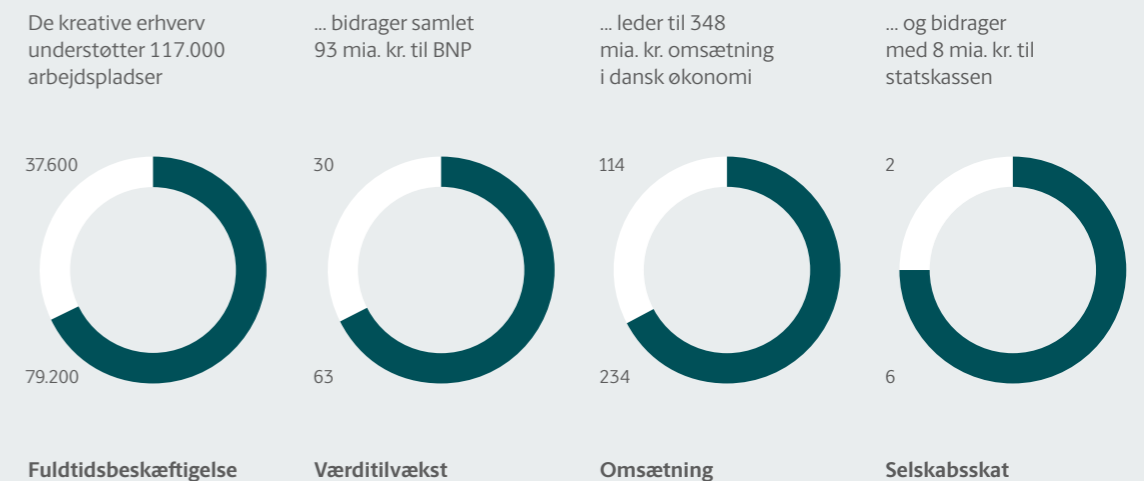


**Figur 1**  
De kreative erhvervs fodaftryk i dansk økonomi i 2016

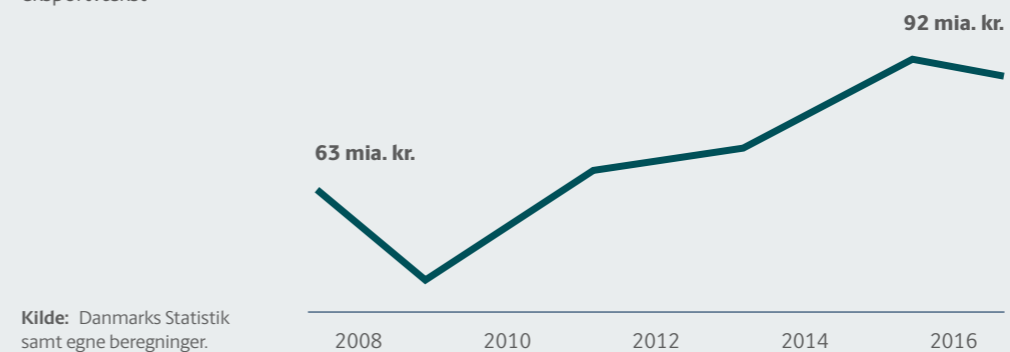
■ Direkte  
□ Afledte effekter (i andre erhverv)\*

Kilde: Damvad Analytics.

\*Anm. De afledte effekter angiver, hvad aktiviteten i de kreative erhverv afføder af aktivitet i andre erhverv, og hvordan de kreative erhverv indgår som input i de andre erhvervs produktion.



**Figur 2**  
De kreative erhvervs eksportvækst



# 4,2 pct.

vækst om året

Det at engagere og fastholde kunder og brugere er generelt blevet centralt for at få succes på tværs i erhvervslivet, og konkurrencen på markedet er for stor til, at virksomhederne har råd til at ramme forkert i forhold til forbrugernes behov. Det skaber nye muligheder for blandt andet reklame- og kommunikationsbranchen, der er eksperter i at skabe et tæt forhold mellem kunder og brands.

Med digitaliseringen sker handlen i stigende grad på nettet, hvilket åbner op for, at flere små og mellemstore danske virksomheder kan få adgang til både globale nichemarkeder og massemarkeder, for eksempel via de globale digitale markedspladser som Amazon, Spotify og Netflix. Stigende

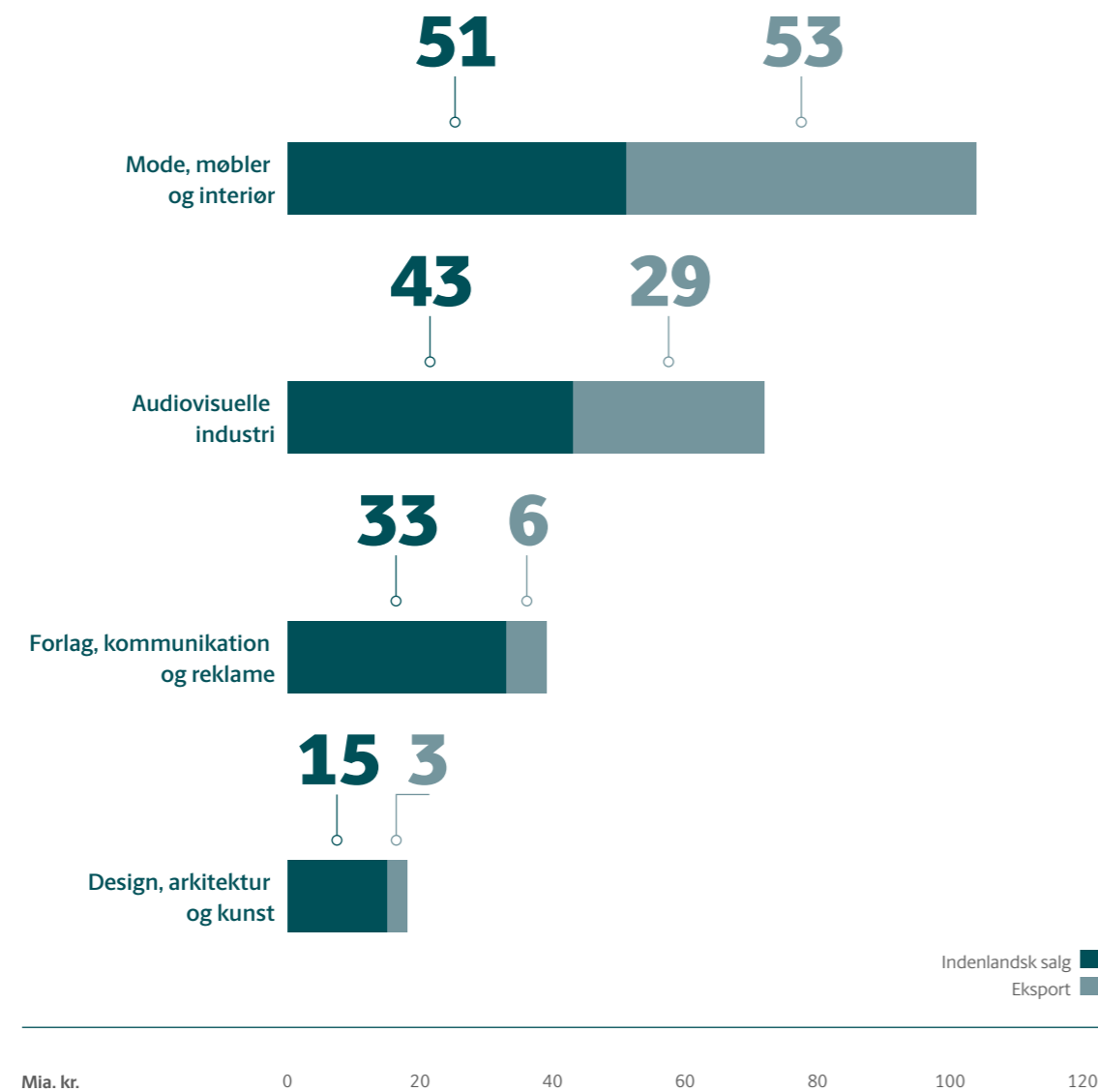
velstand og urbanisering i nye vækstmarkeder øger også eksportpotentialet for danske virksomheder, da der kommer flere købestærke forbrugere, som ønsker designmøbler, interiør, modetøj og underholdning af høj kvalitet og efterspørger moderne og klimavenlige boligløsninger.

Samtidig skaber den stigende velstand et øget pres på verdens ressourcer, som øger efterspørgslen efter bæredygtige og socialt ansvarlige produkter, der bidrager til opfyldelsen af FN's verdensmål. Ifølge en rapport fra Dalberg for Udenrigsministeriet kan forretningsmulighederne for danske virksomheder i FN's verdensmål være op til 400 mia. kr. værd i 2030. Med urbaniseringen samles stadig



**Figur 3**

Omsætning (indenlandsk salg og eksport) opgjort i mia. kr. i de kreative erhverv, 2016



Kilde: Danmarks Statistik samt egne beregninger.

Anm. Figuren viser den direkte eksport og afspejler dermed ikke værdien af de ydelser, som kreative erhverv leverer til andre erhverv. Eksempelvis når designere, arkitekter eller digitale markedsføringsbureauer leverer rådgivning, som understøtter eksporten af varer og tjenester i andre erhverv.

flere mennesker om de større byer, hvilket øger presset på både plads og ressourcer. Disse tendenser skaber nye vækstmuligheder for de kreative videnrådgivere, som arkitekter og designere, der har kompetencerne til at udtænke nye innovative og bæredygtige løsninger, og for mode- og møbelindustrien, hvis de formår at levere attraktive bæredygtige produkter.

#### Fremtidssikrede rammevilkår

Hvis vækstmulighederne skal realiseres, er der imidlertid behov for, at rammevilkårene fremtids-sikres, så de kreative erhverv er godt rustede til den forandringsproces, som pågår i virksomhederne, som følge af digitaliseringen og forbrugernes større krav til kvalitet, æstetik, tillid og bæredygtighed.

For at udvikle nye produkter og ydelser, der imødekommer den globale efterspørgsel, kræver det, at de kreative erhverv er godt med, når det kommer til at koble kreative kompetencer med tekniske, digitale og kommercielle kompetencer. Det stiller nye krav til de kreative medarbejdere, der skal kunne samarbejde med andre faggrupper om at skabe innovative produkter og ydelser i fællesskab.

Mange kreative produkter baserer sig på immaterielle aktiver, såsom ophavsrettigheder til film og spil, og med digitaliseringen følger globalt orienterede virksomheder, som udvikler nye typer af produkter og forretningsmodeller. Den stigende efterspørgsel efter kreative produkter vil i de kommende år gøre det mere attraktivt at investere i nye kreative virksomheder. For at der kommer flere investeringer i de kreative erhverv, skal danske investorer imidlertid have et større kendskab til

de nye forretningsmodeller og mere viden om at investere i og udvikle immaterielle aktiver. Samtidig skal det danske erhvervsfremmesystem understøtte kreative virksomheder med viden og vejledning om, hvordan de omstiller eller skalerer deres virksomhed i lyset af nye markedstendenser.

Efterhånden som globaliseringen og digitaliseringen åbner op for, at flere små og mellemstore danske virksomheder kan få adgang til både globale niche- og massemarkeder, skaber det et større behov for at beskytte virksomhedernes forretning mod ulovlige downloads eller kopivarer. Når virksomhederne i stigende grad driver forretning globalt og på digitale markeder, stiller det også stigende krav til håndhævelsen af virksomhedernes ophavsrettigheder.

For at gribe mulighederne i urbaniseringen og opfyldelsen af FN's verdensmål er det desuden vigtigt, at virksomhederne har gode muligheder for at udvikle innovative og bæredygtige løsninger på hjemmemarkedet, som efterfølgende kan afsættes på et internationalt marked. Da en stor del af potentialet i de kreative erhverv ligger i at øge eksporten, er det også vigtigt både at understøtte kreative virksomheder, som er på eksportmarkedene, og få flere i gang med at eksportere. Virksomhederne skal blandt andet have viden og vejledning om adgang til nye markeder og handelsplatforme, og det skal synliggøres internationalt, at danske kreative virksomheder har noget helt særligt at tilbyde.

Derfor har regeringen, på baggrund af anbefalingerne fra vækstteam for kreative erhverv, identificeret seks indsatsområder, som er afgørende for at realisere visionen om vækst i et kreativt Danmark.

# Seks indsatsområder skal bidrage til regeringens vision om vækst i et kreativt Danmark



## 1. Styrkede kompetencer til fremtidens jobs

Potentialet for yderligere vækst og innovation i de kreative erhverv er afhængig af adgangen til dygtige medarbejdere med både kreative, forretningsmæssige og tekniske kompetencer. Ifølge World Economic Forum og McKinsey & Company får kreative kompetencer i fremtiden en lige så stor betydning for vækst og udvikling på tværs af hele økonomien som digitale og tekniske kompetencer, da rutineprægede arbejdsopgaver i stigende grad automatiseres. Derfor er det vigtigt, at de kreative medarbejdere uddannes til arbejdsmarkedets behov, og at kreative kompetencer udbredes til andre erhverv.

De kunstneriske og kreative uddannelser i Danmark er af høj kvalitet og har gennem tiden uddannet en række internationalt anerkendte kunstnere, arkitekter og designere. En for stor andel af dimittenderne fra flere af de kunstneriske videregående uddannelsesinstitutioner har dog svært ved at finde beskæftigelse eller få succes som iværksættere, der omdanner deres kunstneriske virke til forretningsmæssig succes. Samtidig peger erhvervet på, at der er behov for, at de studerende klædes bedre på til at kombinere deres kreative kompetencer med tekniske, digitale og forretningsmæssige kompetencer.

Regeringen vil derfor styrke samarbejdet mellem erhvervslivet og de kunstneriske uddannelsesinstitutioner og sikre, at erhvervslivet har adgang til ny viden, der kan danne grobund for udviklingen af nye innovative løsninger.



## 2. Bedre vilkår for investeringer og crowdbaseret finansiering

God adgang til risikovillig kapital er vigtigt for at sikre den fremtidige udvikling af nye innovative virksomheder med digitale forretningsmodeller.

Der er et godt udgangspunkt for vækst og fornyelse i de kreative erhverv, da virksomhederne generelt er højt digitaliserede sammenlignet med andre erhverv, og flere nystartede kreative virksomheder udvikler sig til højvækstvirksomheder. Kreative iværksættere med digitale forretningsmodeller og immaterielle aktiver støder imidlertid ofte ind i finansieringsudfordringer i den tidlige fase af deres udvikling i Danmark, da de kreative erhverv ikke er lige så velintegrerede i de kommercielle investormiljøer som andre erhverv.

Regeringen vil derfor styrke indsatsen for at sikre gode rammevilkår for iværksætteri og konkurrencedygtige investeringsvilkår i Danmark, så også kreative virksomheder har gode muligheder for at fremskaffe tidlig risikovillig kapital til perspektivrige projekter.



## 3. Flere kreative iværksættere skal skabe bæredygtige forretninger

Grænserne mellem erhvervslivet og kunst- og kulturlivet bliver fortsat mere udviskede blandt andet i takt med, at kulturprodukter indgår i kommercielle sammenhænge, og at digitaliseringen skaber mulighed for, at flere kunstnere kan klare sig på kommercielle vilkår ved at sælge deres kunst i udlandet. Samtidig danner dele af kulturstøtten udgangspunkt for skabelsen af nye kreative virksomheder.

Forskellige tankesæt i erhvervslivet og kunst- og kulturlivet betyder imidlertid, at der for sjældent tænkes i muligheder på tværs. Derfor er der et uudnyttet potentiale i at bringe kulturindsatsen og erhvervsfremmeindsatsen i bedre samspil, når kunstnere med et kommercielt potentiale skal blive iværksættere, som både kan skabe nyskabende kunst og drive forretning.

For at flere kulturprodukter og events udvikler sig til bæredygtige virksomheder, vil regeringen arbejde for, at den offentlige kultur- og erhvervsfremmeindsats i højere grad hænger sammen, og at flere virksomheder og kunstnere får øjnene op for de kommercielle muligheder, der ligger i at samarbejde om at sælge, markedsføre og skabe nye produkter sammen.



## 4. Mere kreativitet og innovation i offentlige udbud

Kreativitet er et vigtigt værktøj til at udtænke innovative og bæredygtige løsninger, der skaber værdi for samfundet, og som efterfølgende kan eksporteres. Hvis potentialet skal forløses, er det derfor vigtigt, at de kreative kompetencer udnyttes bedst muligt.

Med indkøb for ca. 355 mia. kr. årligt er den offentlige sektor en vigtig kunde for erhvervslivet, herunder kreative videnrådgivere som arkitekter, designere og kommunikationsrådgivere, og udformningen af offentlige udbud har stor betydning for, hvor godt de kreative kompetencer bliver brugt.

Mulighederne for at understøtte udviklingen af innovative og bæredygtige løsninger eksisterer allerede i udbudsloven i dag, men brugen af dem kan med fordel fremmes. Regeringen vil derfor arbejde for, at offentlige ordregivere får en større viden om mulighederne ved at lave innovative udbud, og at der afprøves nye samarbejdsformer. Det vil både skabe en bedre anvendelse af investeringerne og give virksomhederne mulighed for at udvikle gode løsninger på hjemmemarkedet, som efterfølgende kan afsættes på et internationalt marked.



## 5. Gode vilkår for at håndhæve ophavsrettigheder

Danmark har generelt gode rammer for at beskytte ophavsrettigheder for de kreative erhverv og har en stærk tradition for et balanceret og velfungerende ophavsretssystem. Ophavsretten presses dog af digitaliseringen, som har medført en stigende tendens til brug og deling af for eksempel film, musik og digitale spil fra ulovlige hjemmesider.

Den teknologiske udvikling og stigende professionalismisme hos de ulovlige tjenestere øger behovet for at udvikle og forbedre mulighederne for at håndhæve ophavsrettigheder på internettet.

Et effektivt håndhævelsessystem kan medvirke til at stimulere vækst, innovation og nyskabelse af kreativt indhold, ligesom ophavsrettens legitimitet bevares. Regeringen vil derfor arbejde for, at håndhævelsen af ophavsrettigheder er effektiv, og at der er klare konsekvenser, hvis ophavsrettigheder krænkes.



## 6. Øget international synlighed og eksport

Danmark er verdenskendt for kreativitet, og kreative produkter og ydelser spiller en vigtig rolle i vores økonomi. Det skyldes ikke mindst eksporten, og det er i høj grad også der, at vækstpotentialet ligger for store dele af de kreative erhverv.

Det danske kreative DNA er svært at kopiere og udgør derfor et konkurrenceparameter, som er værd at synliggøre yderligere. For at understøtte eksporten af dansk kreativitet vil regeringen iværksætte en samlet markedsføring, der formidler, hvordan det danske kreative DNA medvirker til at skabe bedre og mere attraktive produkter på tværs af brancher. Samtidig vil regeringen iværksætte en samlet indsats for at koordinere og afvikle besøgsture for udenlandske delegationer og medier med interesse i dansk kreativitet.

Den globale udvikling og nye teknologier og markeder skaber både muligheder og potentielle udfordringer for kreative danske virksomheder. Virksomhederne skal i stigende grad kunne navigere i en digital og mere socialt ansvarlig verden, hvor produkterne afsættes på nye måder, og hvor opfyldelsen af FN's verdensmål ligger højt på dagsordenen.

Regeringen vil derfor understøtte, at eksporten øges, blandt andet ved at virksomhederne får mulighed for netværk og sparring samt viden og vejledning om adgang til nye markeder, styrket online handel og brugen af e-handelsplatforme.

# Vækstplanens initiativer



## Styrkede kompetencer til fremtidens jobs

1. Etablering af et stærkt iværksætter- og innovationsmiljø på de kunstneriske uddannelser, hvor virksomheder, studerende og forskere samarbejder om nye forretningsmodeller, produkter og services med udgangspunkt i kreativitet, teknologi og forretningsforståelse
2. Øget tilskud til målrettede efter- og videreuddannelsesaktiviteter på de kunstneriske uddannelsesinstitutioner
3. Etablering af et videncenter for de kunstneriske uddannelsesinstitutioner under Kulturministeriet
4. Servicetjek af forskningen på de offentlige institutioner med relevans for de kreative erhverv



## Bedre vilkår for investeringer og crowd-baseret finansiering

5. Styrkelse af matchfinansieringsordningen, som skal skabe bedre vilkår for investeringer i virksomheders tidlige udvikling, herunder i kreative iværksættervirksomheder
6. Mere viden og bedre data om iværksættervirksomheder i de kreative erhverv
7. Afsøgning af mulighederne for at Vækstfonden indgår samarbejde med crowdfundingplatforme i Danmark
8. Afsøgning af mulighederne for at justere rammerne for equitycrowdfunding med inspiration fra Sverige



## Flere kreative iværksættere skal skabe bæredygtige forretninger

9. Styrket matchmaking mellem erhvervslivet og kunst- og kulturlivet
10. Synliggørelse af tilskudsordninger under Kulturministeriet på den nye digitale erhvervsfremmeplatform
11. Inddragelse af vækstteamets anbefalinger i drøftelser med Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse om rammerne for arbejdet med fremtidige klyngeindsatser samt i arbejdet for en samling af Design Society og datterselskaberne INDEX: Design to Improve Life og Dansk Design Center i ét selskab
12. Information om finansieringsmuligheder på den digitale erhvervsfremmeplatform
13. Måltrettet oplysningsindsats over for relevante erhvervs- og brancheorganisationer for de kreative erhverv om den digitale erhvervsfremmeplatform
14. Undersøgelse af, hvordan eksisterende kulturstøtteordninger kan fremme distribution af kunst og kultur via nye digitale redskaber og forretningsmodeller



## Mere kreativitet og innovation i offentlige udbud

15. Indsats for at udbrede gode eksempler på innovative udbud
16. Ekstern evaluering af bedreudbud.dk med henblik på at udvikle anbefalinger til at gøre informationen lettere tilgængelig og skabe en forbedret brugerrejse
17. Afprøvning af nye samarbejdsformer mellem byggeriets aktører



## Gode vilkår for at håndhæve ophavsrettigheder

18. Retsforfølgning af systematiske krænkere af ophavsretsloven samt gennemførelse af en undersøgelse af retstilstanden på området i andre lande
19. Indsats, der skal oplyse befolkningen om, at det er ulovligt at streame og downloade musik, film mv. uden rettighedshavernes samtykke
20. Analyse af mulighederne for at effektivisere den civilretlige adgang til at blokere hjemmesider med ulovligt indhold
21. Nedsættelse af en arbejdsgruppe, der skal udarbejde løsningsmodeller til at nedbringe sagsbehandlingstid i forbindelse med blokering af fuphjemmesider
22. Indsats, som skal gøre det nemmere for forbrugerne at skelne mellem lovlige og ulovlige digitale tjenester på internettet
23. Styrkelse af samarbejdet mellem rettighedshavere og internettets mellemmand
24. Mere klarhed om de principper, der kan anvendes i forbindelse med tvister om efterligning af digitale interaktive produktioner



## Øget international synlighed og eksport

25. Etablering af et markedsføringskonsortium for dansk kreativitet i samarbejde med Dansk Industri, Dansk Erhverv og Realdania
26. Placering af kreative vækstboostere på udvalgte eksportmarkeder med anker i Danmark, som skal styrke erfaringsdeling og netværk på markederne
27. Sikre at eksisterende initiativer inden for e-handel også er relevante for de kreative erhverv
28. Analyse af de samfundsøkonomiske konsekvenser af en incitamentsordning med særligt fokus på konkurrenceudsatte erhverv som spiludvikling, animation og computerskabte visuelle effekter mv., der kun i begrænset omfang modtager filmstøtte i dag



# Styrkede kompetencer til fremtidens jobs

Adgang til dygtige medarbejdere og ny viden, der kan omsættes til nye produkter, løsninger og forretningsmodeller, er et centralt rammevilkår for, at virksomheder kan være konkurrencedygtige og innovative.

Ser man på fremtidens arbejdsmarked, ventes digitale og teknologiske færdigheder at blive mere efterspurgt i alle brancher. Derudover viser studier fra World Economic Forum og McKinsey & Company, at kreative kompetencer bliver mindst lige så vigtige som de digitale og teknologiske kompetencer i fremtidens arbejdsmarked.

Kreative kompetencer er vigtige for at skabe æstetiske, etiske og anvendelige løsninger, hvor brugerperspektivet er i højsædet. Samtidig viser undersøgelser, at virksomheder, som anvender kreative kompetencer i sammenhæng med andre kompetencer, som for eksempel teknologi, it og ingeniørkundskab, er mere innovative og oplever hurtigere vækst i beskæftigelse og salg end virksomheder, hvor kreative kompetencer ikke indgår.

Danske kreative virksomheder er generelt langt fremme, når det gælder digitalisering og brugen af nye teknologier. Hvis mulighederne skal udnyttes til fulde, skal de kreative medarbejdere have de bedste forudsætninger for at sætte deres kompetencer i spil i sammenhæng med de digitale og teknologiske kompetencer.

De kunstneriske og kreative uddannelsesmiljøer i Danmark er generelt stærke og anerkendte og har gennem tiden udklækket en række internationalt anerkendte kunstnere inden for musik, film, scene- og billedkunst samt arkitekter og designere. Udover et berigende kunst- og kulturliv giver dette også danske virksomheder et stort

innovationspotentiale, som vi skal have et varigt fokus på at udnytte.

De kunstneriske videregående uddannelsesinstitutioner (for eksempel design- og arkitektskolerne mv.) spiller en helt central rolle for udviklingen af unge talenter med kreative kompetencer. Næsten tre fjerdedele af dimittenderne fra de kunstneriske videregående uddannelsesinstitutioner finder arbejde i den private sektor, men en for stor andel af dimittenderne har svært ved at finde arbejde. For at nedbringe dimittendledigheden bliver arkitekt- og designuddannelserne dimensioneret frem mod 2022, men der skal sideløbende tages hånd om, at ledigheden også kan være udtryk for, at der ikke er tilstrækkelig overensstemmelse mellem eller gensidig viden om de kompetencer, kandidaterne besidder, og virksomhedernes efterspørgsel.

På en række universiteter i Danmark og i udlandet er der gode erfaringer med at udvikle dygtige kandidater fra kunstneriske og kreative miljøer med kompetencer, som efterspørges af erhvervslivet. Det sker særligt gennem deres forskellige iværksætter- og innovationsmiljøer, hvor studerende med både kreative, teknologiske og forretningsmæssige kompetencer udvikler nye innovative løsninger og produkter i samarbejde med virksomheder og organisationer. Disse miljøer er designet til at styrke vilkårene for innovation og økonomisk vækst på tværs af brancher og har haft succes med at uddanne dygtige dimittender med kompetencer, som er efterspurgt bredt i erhvervslivet. Det er noget, de kunstneriske videregående uddannelsesinstitutioner i Danmark kan blive bedre til.

Den teknologiske og digitale udvikling stiller ikke kun krav til nye kompetencer hos studerende og dimittender. Den nuværende arbejdsstyrke vil



også opleve større krav til omstilling og livslang læring. Her spiller det danske efter- og videreuddannelsessystem en vigtig rolle, da efter- og videreuddannelse giver mulighed for at opkvalificere sig løbende eller skifte spor i takt med, at der efterspørges nye kompetencer på arbejdsmarkedet.

I modsætning til de øvrige videregående uddannelsesinstitutioner modtager de kunstneriske uddannelsesinstitutioner i dag ikke en øget bevilling, hvis deres efter- og videreuddannelsesaktiviteter øges. Det kan betyde, at både udbud

og efterspørgsel af efteruddannelse begrænses. Der er derfor behov for at understøtte rammerne for, at erhvervslivet har adgang til kvalificeret arbejdskraft ved at styrke efter- og videreuddannelsesaktiviteter på de kunstneriske uddannelsesinstitutioner.

Virksomheder inden for de kreative erhverv kan omsætte forskning til innovative nye produkter, løsninger og ideer, der kan bidrage til at skabe højere vækst og nye arbejdspladser i Danmark.



Derfor er det vigtigt, at den offentlige forskningsindsats understøtter virksomhedernes behov for ny viden.

I dag foreligger der ikke en samlet oversigt over forskningen på de kunstneriske uddannelsesinstitutioner, der giver en indsigt i, om den offentlige forskningsindsats er tilstrækkelig til at understøtte de kreative erhvervs behov. Samtidig kan der også være forskning på øvrige offentlige institutioner, der har relevans for virksomheder inden for kreative erhverv. Der er derfor behov for et overblik over forskningen på de offentlige institutioner med relevans for de kreative erhverv, som skal bidrage til en større forståelse af, hvordan forskningen kan styrkes inden for de eksisterende rammer.

For at sikre en fortsat høj kvalitet i de kunstneriske uddannelser på musikkonservatorierne og film-, scene- og billedkunstskolerne er det centralt, at uddannelserne bygger på en opdateret viden om den kunstneriske praksis. Der er derfor behov for at have fokus på kunstnerisk udviklingsvirksomhed, der udgør en central del af uddannelsernes praksisnære og udviklingsorienterede videngrundlag, som er med til at sikre refleksion og ny viden om kunst og kunstnerisk praksis på de kunstneriske uddannelser i Kulturministeriet.

Det er samtidig vigtigt, at de kreative erhverv ligesom andre erhverv har gode muligheder for at rekruttere udenlandsk arbejdskraft for at kunne få tilstrækkelig kvalificeret arbejdskraft, hvis de oplever rekrutteringsudfordringer, jf. boks 1.

Regeringen har allerede taget en række initiativer, der skal styrke virksomhedernes adgang til kvalificeret arbejdskraft, herunder lanceret Teknologipagten, hvor blandt andet erhvervslivet og uddannelsesinstitutionerne samarbejder om at styrke danskernes tekniske og digitale færdigheder.

Regeringen og Folketingets partier har også indgået en aftale om mere fleksible universitetsuddannelser. Den skal blandt andet give de studerende flere og bedre muligheder for at gå ind og ud af universitetet og stifte bekendtskab med arbejdsmarkedet undervejs i uddannelsen.

For at skabe endnu bedre rammer for virksomhedernes rekruttering af kvalificeret arbejdskraft er der behov for at styrke de kunstneriske og kreative uddannelsers samspil med erhvervslivet og andre fagdiscipliner. Det vil understøtte en langt bedre overensstemmelse mellem kandidaternes kompetencer og arbejdsmarkedets efterspørgsel og derigennem styrke erhvervslivets innovationsevne. Samtidig kan det bidrage til, at der kommer flere succesfulde iværksættere i de kreative erhverv. Derudover er der behov for at styrke efter- og videreuddannelsessystemet, så også den eksisterende arbejdskraft kan tilegne sig de kompetencer, som efterspørges på arbejdsmarkedet.



#### Boks 1

##### Regeringens indsats for styrket rekruttering af udenlandsk arbejdskraft

Danske virksomheder skal kunne klare sig i den internationale konkurrence. I en tid, hvor ny teknologi hastigt forandrer virksomhedernes efterspørgsel efter ny viden og kompetencer, er det nødvendigt, at virksomhederne kan rekruttere højt kvalificerede og dygtige medarbejdere på tværs af landegrænser – også fra de lande, der ikke er omfattet af EU-samarbejdet. Dette gælder også for virksomheder i de kreative erhverv, som i høj grad indgår i en international konkurrence om de dygtigste medarbejdere. Ligesom i dansk erhvervsliv generelt er andelen af udenlandsk arbejdskraft stigende i de kreative erhverv, hvor især arkitektur- og designbranchen i dag har en meget høj andel af udenlandske medarbejdere.

De kreative erhverv rekrutterer udenlandske specialister eller unge medarbejdere på niveau med det øvrige erhvervsliv. Erhvervets udfordring med at rekruttere kvalificeret arbejdskraft i udlandet skal således adresseres i den generelle indsats for rekruttering af udenlandsk arbejdskraft. Derfor fortsætter regeringen arbejdet med at styrke alle danske virksomheders muligheder for at rekruttere udenlandsk arbejdskraft senest med fremsættelsen af nyt forslag om ændring af udlændingeloven i februar 2019.

## Regeringen vil

- etablere **Laboratorium for Innovation og Kreativitet Danmark** som et iværksætter- og innovationsmiljø, hvor virksomheder, studerende og forskere samarbejder om at skabe nye forretningsmodeller, produkter og services med udgangspunkt i kreativitet, teknologi og forretningsforståelse, jf. boks 2.
- øge tilskuddet til målrettede efter- og videreuddannelsesaktiviteter på de kunstneriske uddannelsesinstitutioner under Uddannelses- og Forskningsministeriet og Kulturministeriet.
- understøtte oprettelsen af et videncenter for de kunstneriske uddannelsesinstitutioner under Kulturministeriet med henblik på at styrke kunstnerisk udviklingsvirksomhed og videnopbygningen på institutionerne samt afsøge mulighederne for et stipendiatprogram inden for kunstnerisk udviklingsvirksomhed.
- foretage et servicetjek af forskningen på de offentlige institutioner med relevans for de kreative erhverv, herunder med særlig fokus på forskningen på de kunstneriske uddannelsesinstitutioner. Servicetjekket vil derudover afdekke mulige indsatser for at styrke interessen for ErhvervsPhD-ordningen blandt de kreative erhverv.



#### Boks 2

##### Laboratorium for Innovation og Kreativitet Danmark (LINKED)

**Laboratorium for Innovation og Kreativitet Danmark** (LINKED) skal være et iværksætter- og innovationsmiljø, hvor virksomheder, studerende og forskere samarbejder tværfagligt om at skabe nye forretningsmodeller, produkter og services med udgangspunkt i kreativitet, teknologi og forretningsforståelse. LINKED etableres i tilknytning til de kunstneriske forsknings- og uddannelsesmiljøer. LINKED skal bidrage til at styrke de kunstneriske videregående uddannelsesinstitutioners samspil med erhvervslivet om innovation og give forskere, studerende, dimittender og virksomheder bedre adgang til værksteder og testfaciliteter. LINKED skal også forbedre samarbejdet mellem uddannelsesinstitutionerne blandt andet gennem tværfaglige uddannelsesprogrammer, hvor kreativitet, teknologi og forretningsforståelse kobles. Derudover skal LINKED styrke samarbejdet med erhvervslivet, så dimittenderne og de studerendes forudsætninger for at finde ansættelse i en virksomhed eller starte egen virksomhed forbedres.

LINKED's aktiviteter skal være erhvervsrettede og bestå af følgende:

- **Entreprenørskab:** Udvikle de studerendes entreprenørskabsevner. Det kan for eksempel ske ved, at de studerende, som en del af deres uddannelse, arbejder med virksomhedsprojekter, egne startups eller prototyping.
- **Virksomhedssamarbejder:** Igangsætte problembaserede udviklingsprojekter fremsat af virksomheder, hvor der i samarbejde med forskere og studerende udvikles nye forretningsmodeller, produkter og services.
- **Faciliteter:** Understøtte, at forskere, studerende, dimittender og virksomheder får adgang til faciliteter til prototype fremstilling og test af ny digital teknologi.
- **Tværfaglighed:** Understøtte udviklingen af tværfaglige uddannelsesforløb på tværs af institutioner (for eksempel tekniske og erhvervsøkonomiske) med henblik på at kombinere kunstneriske færdigheder med andre fagdiscipliner.
- **Følgforskning:** LINKED kan medvirke til at fremme kapacitetsopbygning i de kunstneriske videnmiljøer blandt andet i forhold til, hvordan kreative kompetencer bedst medvirker til at skabe værdi i danske virksomheder.



# Bedre vilkår for investeringer og crowdbaseret finansiering

Danske iværksættere og virksomheder i de kreative erhverv er generelt gode til at bruge digitaliseringen i udviklingen af nye forretningsmodeller og kommercielle løsninger med nye teknologier, som øger væksten og skaber mere værdi for kunderne. Tal fra Danmarks Statistik viser, at en større andel af nystartede virksomheder i de kreative erhverv udvikler sig til højvækstvirksomheder sammenlignet med nystartede virksomheder i andre erhverv, ligesom andelen af højt digitaliserede virksomheder er større i de kreative erhverv end i andre erhverv.

Der er imidlertid stadig et skel mellem kapitaløkosystemerne og de kapitalsøgende kreative iværksættere i Danmark. De kreative vækstmiljøer i Danmark er fortsat små og relativt ukendte for mange private business angels. Investorer ser

derfor tit nye kreative startups som mere risikable end startups fra mere velkendte erhverv inden for produktion og tech. Det skyldes blandt andet, at de mangler branchespecifik investerings ekspertise, og derfor har vanskeligt ved at vurdere, om de bliver værdiskabende, og om aktiverne kan beskyttes mod kopiering. Immaterielle aktiver i kreative erhverv kan for eksempel være licensrettigheder til velkendte universer, som LEGO eller Game of Thrones, der kan udvikle sig til at blive meget værdifulde. Eller det kan være forretningshemmeligheder, designs, software, patenter og data. Ejerskab og udvikling af immaterielle aktiver er vigtige, da aktiverne for mange kreative virksomheder danner hele forretningsgrundlaget og fundamentet for fremtidig vækst.



Der er derfor behov for at fremme udviklingen af markedet for tidlig risikovillig kapital, så broen mellem de kreative vækstmiljøer og de potentielle investorer styrkes.

Ventureinvesteringer er vigtige for nystartede kreative virksomheder, som skal investere den risikovillige kapital for at sikre udviklingen i virksomheden og for eksempel opskalere hurtigt til nye markeder. Hvis broen til venturekapitalmarkedet i Danmark ikke er tilstrækkelig robust, risikeres det, at nye kreative virksomheder med vækstperspektiver ikke får mulighed for at realisere deres vækstplaner.

Crowdfunding er også et muligt finansieringsredskab, som særligt er vundet frem blandt kreative iværksættere, der bruger platformene til at få feedback og rejse tidlig finansiering til udvikling og afprøvning af deres idéer og koncepter til nye produkter og services. Det ses ved, at størstedelen af crowdfundingprojekter er designprodukter, spil og andre kreative produkter. Der er imidlertid et potentiale for at gøre det nemmere at bruge crowdfunding i Danmark, men det er en forudsætning, at det kan ske inden for de reguleringsmæssige rammer, der er fastlagt for at beskytte de investorer og forbrugere, der for eksempel indskyder egenkapital i en virksomhed via crowdfunding.

Regeringen har gennemført en række initiativer for at styrke adgangen til tidlig risikovillig kapital også for de kreative erhverv. Der er blandt andet fulgt op på erhvervs- og iværksætteraftalen fra 2017 med indførelsen af et investorfradrag for investeringer i nyere, små og mellemstore, unoterede virksomheder, der øger det økonomiske incitament for business angels til at investere i danske startups.

Regeringen har også fulgt op på den politiske aftale om forenkling af erhvervsfremmesystemet fra 2018, som pr. 1. januar 2019 har givet en lang mere enkel indgang og mere klar rollefordeling i det offentlige kapitalsystem med en fornyet indsats for videnbaseret iværksætteri. Det giver også kreative iværksættere flere nye muligheder for at få sparring af høj kvalitet og tidlig risikovillig kapital.

I Innovationsfonden, som nu er hovedansvarlig for offentlige tilskud til innovation og videnbaserede iværksættere, er der ud over en række nye målrettede iværksætterinitiativer lanceret en ny iværksætterstrategi, der udstikker nye indsatser, som skal styrke videnbaseret iværksætteri. Inno-boosterprogrammet bliver udvidet, så programmet også dækker markedsmodning af nye innovationsprojekter, og der er tilføjet nye medlemmer til programmets investeringspanel med lang erfaring i at investere i kreative startups. Der introduceres

også en bredere innovationsforståelse, som åbner op for nye typer af investeringer. Innovationsfondens tildelingskriterier bliver samtidig lempet og gøres mere inkluderende i forhold til nye typer forretninger, som ikke nødvendigvis følger et traditionelt vækst- og skaleringsparadigme. I det nye erhvervsfremmesystem får kreative iværksættere således flere muligheder for at bekræfte vækstpotentialet i deres forretningsidéer og innovationer, som tit er ukendte og svære at forudsige tidligt i udviklingsforløbet.

Innovationsfonden og Vækstfonden har samtidig styrket samarbejdet og den fælles koordinering og dialog for at skabe en nemmere overgang for virksomhederne, når de skal overgå fra tilskud til lån og investeringer.

I regi af Vækstfonden er der 1. januar 2019 lanceret en early engagement-indsats, der har som formål at yde risikovillig kapital til videnbaserede virksomheder i deres tidlige udvikling. Indsatsen indebærer blandt andet en ny matchfinansieringsordning, hvor kapital rejst fra private business angels kan blive matchet af Vækstfonden i samme forhold. De nye låneprogrammer stiller færre krav til, at virksomheden har en dokumenteret track record og accepterer en højere risikoprofil. Det muliggør, at flere kreative iværksættere kan få risikovillig opstartskapital, hvis de har en skalerbar forretningsmodel og immaterielle aktiver, som er værdifulde, men endnu ikke skaber omsætning.

Vækstfonden er også opmærksom på at anvende de mest relevante indikatorer ved risikovurderingen af investeringer i virksomheder. Vækstfonden optimerer derfor løbende beregningsmodellerne og anvender allerede et mix af både finansielle og mere bløde præstationsindikatorer ved kreditseringen af virksomheder. Vækstfonden arbejder også på et nyt projekt, der skal implementere brugen af maskinlæring i risikovurderingsmodellerne, hvilket vil bidrage yderligere til at styrke vurderingen af vækstpotentialet i virksomheder, der ønsker vækstfinansiering.

Endelig har adgangen til risikovillig kapital for de kreative erhverv allerede fået et løft i 2019 med Vækstfondens nye tabsgarantiaftale med den Europæiske Investeringsfond på 300 mio. kr., som giver bedre lånevilkår for danske kreative virksomheder.

Hvis iværksættertrangen i de kreative erhverv skal udnyttes til fulde, er der imidlertid fortsat rum til forbedringer af rammevilkårene. Den internationale konkurrence er hård, og en global kortlægning fra Boston Consulting Group viser, at flere lande også arbejder for at styrke investeringsvilkårene i deres kreative erhverv.



Regeringen vil derfor tage initiativ til at gøre det danske marked for tidlig risikovillig kapital endnu bedre. Det skal blandt andet ske ved at styrke matchlånsordningen med ekstra midler, der giver flere tidlige vækstvirksomheder også i de kreative erhverv bedre finansieringsmuligheder, og som bidrager til en styrket integration af de kreative vækstmiljøer med det øvrige kapitaløkosystem og danske business angels. Samtidig vil regeringen se på, om reguleringen af crowdfunding i Danmark kan åbne op for flere måder at bruge "crowden" som redskab til at få risikovillig kapital.

### Regeringen vil

- styrke matchlånsordningen i Vækstfonden med i alt 17,5 mio. kr. Styrkelsen skal forbedre finansieringsaktiviteten til danske vækstvirksomheder i deres tidlige udvikling, herunder nystartede kreative virksomheder.
- igangsætte analyser, som skal bidrage til at styrke viden om betydningen af virksomheders investeringer i immaterielle aktiver for deres vækst og overlevelse samt muligheder for at få vækstkapital. Regeringen vil i arbejdet også se på erfaringerne fra nye udenlandske kapitalinitiativer for kreative erhverv. Analyserne skal forbedre private investorers investeringsekspertise og viden om fremtidige forretningsmuligheder i blandt andet de kreative erhverv.
- afsøge muligheden for at indgå et samarbejde med crowdlendingplatforme i Danmark om medfinansiering gennem Vækstfondens early engagement-indsats og udarbejde en vejledning til virksomheder og investorer.
- udarbejde en konkret vurdering af, hvilke rammer og muligheder der er for at justere rammerne for equitycrowdfunding med inspiration fra Sverige.

Herudover er der stor værdi i at understøtte internationale og nationale forskningsmiljøer med fokus på at skabe mere viden om betydningen af immaterielle aktiver for iværksætteres vækst og udvikling, så viden bliver gjort brugbar for iværksættere og investorer samt bidrager til et robust grundlag for den videre policyudvikling på området.

# Flere kreative iværksættere skal skabe bæredygtige forretninger

I Danmark støtter vi kulturlivet inden for film, scenekunst, litteratur, musik, design, arkitektur og computerspil. Selvom disse indsatser har som hovedformål at fremme kultur, er de samtidig med til at understøtte innovation, produktudvikling og eksport samt udviklingen af potentielle spinoff virksomheder i de kreative erhverv. Det kan for eksempel være, når iværksættere bruger kulturstøtte til at finansiere udviklingen af nye prototyper for kulturprodukter, og når kulturfestivaler udvikler sig til egentlige eventvirksomheder. Eller når talentfulde kunstnere modtager hjælp til karriere- og forretningsudvikling, der øger deres muligheder for at blive selverhvervende kunstnere og skabe sig en karriere nationalt og internationalt.

For at flere kunst- og kulturprodukter eller events udvikler sig til bæredygtige virksomheder, er det vigtigt, at kultur- og erhvervsfremmeindsatsen er tænkt sammen, og virksomheder og kunstnere kan se mulighederne i at styrke hinandens forretninger gennem partnerskaber.

I dag anvender virksomheder og kulturlivet et erhvervsfremmesystem og et kulturstøttesystem, der ikke har tradition for at samarbejde på tværs. Indsatserne i de to systemer kan med fordel supplere og understøtte både den kunstneriske udvikling, men også erhvervsdynamikken i de kunstneriske- og kulturelle miljøer. Mere koordinerede indsatser vil kunne hjælpe virksomhederne til at finde frem til eventuelle relevante kulturstøtteordninger uden for erhvervsfremmesystemet og gøre det nemmere for kulturlivet at finde

relevante tilbud i erhvervsfremmesystemet, som kan hjælpe dem, hvis de gerne vil udvikle deres kulturvirksomhed.

Regeringen har med lov om erhvervsfremme i 2019 forenklet erhvervsfremmesystemet, så det bliver mere overskueligt med færre administrative led og overlappende indsatser. Som led i forenklingen vil der også være fokus på at konsolidere klyngelandskabet og lancere en digital erhvervsfremmeplatform, som skal understøtte, at virksomhederne har en nem adgang til relevante offentlige tilbud med et erhvervsfremmesigte. Samtidig har regeringen i 2018 etableret to nye regionale kunstfonde, som skal styrke udviklingen af kunstmiljøer, økonomisk bæredygtige kunstvirksomheder og kulturelt iværksætteri, der skaber erhvervmæssig vækst.

Regeringen ønsker at skabe et stærkere samspil mellem kulturstøtten og erhvervsfremmesystemet, så de offentlige indsatser hænger bedre sammen på tværs af områder. Kulturstøtten og erhvervsfremmeindsatsen skal være mere tilgængelige for både virksomhederne og de kunstneriske miljøer i Danmark. Det vil tilskynde en øget professionalisering af kunstnerne og i højere grad bringe deres kreative kompetencer i spil i udviklingen af nye kulturbaserede kreative virksomheder, som både styrker dansk kultur, men også innovationskraften og fremkomsten af nye kreative erhvervsområder. Samtidig vil regeringen understøtte, at der kan være stærke samlede erhvervsklynger på det kreative område, som udbreder vigtig viden og innovation til virksomhederne i de kreative erhverv.



## Regeringen vil

- styrke matchmaking mellem erhvervslivet og kunst- og kulturlivet, så potentielle investorer og samarbejdspartnere fra erhvervslivet vil investere i og udvikle kulturprodukter.
- sikre, at virksomheder inden for de kreative erhverv via den digitale erhvervsfremmeplatform kan få synliggjort tilskudsordninger under Kulturministeriet, som også har et erhvervsfremmesigte, samt klynger mv., der er særligt relevante for dem.
- inddrage vækstteamets anbefalinger i drøftelser med Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse om rammerne for det videre arbejde med fremtidige klyngeindsatser for henholdsvis mode, design og møbler samt den audiovisuelle industri, som led i en aftale om strategi for den decentrale

erhvervsfremmeindsats, samt arbejde for at samle Design Society og datterselskaberne INDEX: Design to Improve Life og Dansk Design Center i ét selskab.

- sikre, at information om finansieringsmuligheder fremgår på den digitale erhvervsfremmeplatform.
- gennemføre en målrettet oplysningsindsats over for relevante erhvervs- og brancheorganisationer for de kreative erhverv om den digitale erhvervsfremmeplatform.
- undersøge, hvordan eksisterende kulturstøtteordninger kan fremme distribution af kunst og kultur via nye digitale redskaber og forretningsmodeller.



# Mere kreativitet og innovation i offentlige udbud



Efterhånden som presset på verdens ressourcer stiger, og opfyldelsen af FN's verdensmål sættes på dagsordenen, bliver det fortsat vigtigere at kunne tænke nyt og udvikle innovative løsninger på samfundets udfordringer.

Kreativitet er en løftestang for innovation og et vigtigt værktøj til at udtænke smarte og bæredygtige løsninger, der skaber værdi for samfundet.

Kreative videnrådgivere, som arkitekter, designere og kommunikatører, kan for eksempel bidrage til i højere grad at sætte brugeren i centrum og derved udvikle bygninger, produkter eller kampagner, der understøtter menneskers sundhed, trivsel eller læring, og som sparer kostbare ressourcer. Hvis Danmark skal kapitalisere på disse kompetencer,

er det imidlertid afgørende, at potentialet i deres innovationsskabelse udnyttes.

Med indkøb for samlet ca. 355 mia. kr. årligt er den offentlige sektor en vigtig kunde for erhvervslivet, herunder kreative videnrådgivere, og udformningen af offentlige udbud har stor betydning for, hvor godt de kreative kompetencer bliver brugt.

For arkitekter og designere er det vigtigt for udviklingen af innovative løsninger, at udbuddene understøtter en iterativ proces og faciliterer et samarbejde på tværs af faggrupper. Det kan for eksempel være ved at bruge mere dialogbaserede processer og fleksible udbudsformer eller såkaldte funktionskrav, der i højere grad lægger udtænkningen af opgaveløsningen ud til virksomhederne.

Samtidig kan det have stor betydning for udviklingen af innovative bæredygtige løsninger, at tilbuddene vælges på baggrund af de totale omkostninger til etablering, drift og forbrug frem for etableringsomkostninger alene. For kommunikationsrådgiverne, der ofte byder på mindre udbud, er det særligt vigtigt, at udbuddene tilrettelægges, så ressourcerne i videst muligt omfang anvendes til innovativ opgaveløsning frem for procesmæssigt bureaukrati.

Der eksisterer i dag en række muligheder for at udforme de offentlige udbud, så unødvendige transaktionsomkostninger nedsættes, og de i højere grad giver rum for kreativitet og innovation. Det er til gavn for tilbudsgiverne, der i højere grad får mulighed for at udvikle innovative løsninger og deltage i udbuddet, hvilket i sidste ende bidrager til en effektiv konkurrence og konkurrencedygtige priser. Derfor skal offentlige ordregivere understøttes i, hvordan mulighederne i udbudsloven udnyttes endnu mere med henblik på at gennemføre udbud, hvor innovation fremmes, og unødvendige transaktionsomkostninger reduceres.

En anden udfordring, der er særlig vigtig for arkitekterne, er den faseopdelte proces i byggeriet, hvor de forskellige faggrupper skiftevis og ofte uafhængigt af hinanden leverer til byggeprojektets gennemførelse. Den siloopdelte struktur begrænser samarbejdet mellem parterne, herunder arkitekter, ingeniører og entreprenører, hvilket udgør en barriere for såvel produktiviteten som udviklingen af kreative og innovative løsninger. Digitale værktøjer muliggør bedre former for samarbejde, men de udnyttes ikke tilstrækkeligt, blandt andet fordi det kan være uklart, hvem der har ansvaret og for hvad.

## Regeringen vil

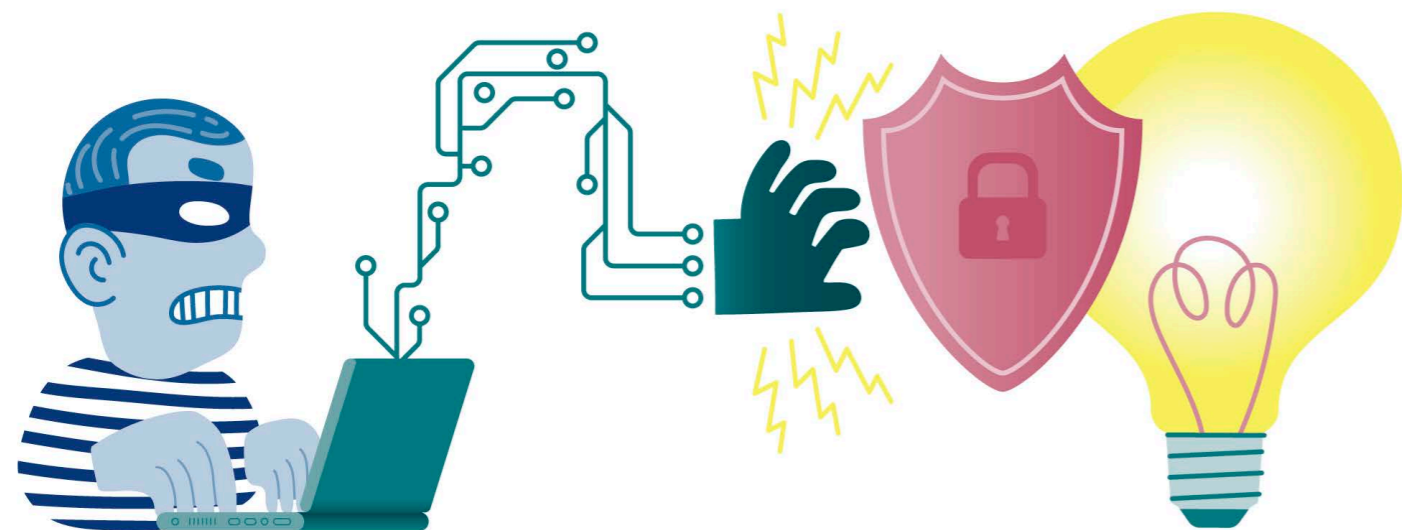
- igangsætte en indsats i samarbejde med Partnerskab for Bedre Udbud for at udbrede gode eksempler på innovative udbud, hvor der i udbudsmaterialets krav er skabt mulighed for, at tilbudsgiverne kan byde ind med egne løsningsforslag og idéer og dermed fremme innovative løsninger. Til brug for denne indsats skal der udarbejdes en eksempelsamling, der også gøres tilgængelig gennem [bedreudbud.dk](http://bedreudbud.dk).
- gennemføre en ekstern evaluering af [bedreudbud.dk](http://bedreudbud.dk), med henblik på at der udvikles konkrete anbefalinger til, at informationen gøres lettere tilgængelig, så der skabes en forbedret brugerrejse for målgruppen.
- afprøve nye samarbejdsformer mellem byggeriets aktører, som kan gøre det lettere for dem at udnytte digitale værktøjer til at udvikle innovative løsninger i fællesskab. Arbejdet gennemføres som led i Strategi for digitalt byggeri.

Regeringen har allerede stort fokus på, hvordan de offentlige myndigheder og private virksomheders omkostninger ved offentlige udbud kan bringes ned på et minimum. Det er blandt andet sket i samarbejde med en lang række interesse- og brancheorganisationer, der har bidraget til udarbejdelsen af konkrete gode råd og håndgribelige eksempler, der er formidlet via [bedreudbud.dk](http://bedreudbud.dk). Som en del af Strategi for cirkulær økonomi vil regeringen desuden arbejde for, at totalomkostninger og livscyklusvurderinger i højere grad indgår i beslutningsgrundlaget for offentlige indkøb og byggeri, så den offentlige indkøber og bygherre træffer beslutning ud fra de samlede omkostninger i stedet for indkøbsprisen alene. I januar 2019 lancerede Transport-, Bygge- og Boligministeriet Strategi for digitalt byggeri, der skal understøtte byggebranchens udnyttelse af digitale værktøjer til at skabe bedre samarbejde og produktivitet i byggeriet.

For at sikre en bedre udnyttelse af kreativitet i offentlige udbud vil regeringen gøre det lettere for både private og offentlige ordregivere at finde inspiration og information om, hvordan udbuddene tilrettelægges, så de giver virksomhederne plads til at udvikle innovative og bæredygtige løsninger. Derudover skal der skabes rum for at afprøve andre samarbejdsmodeller i byggeriet, der kan understøtte, at værdikæden bringes tættere sammen, så mulighederne i de digitale værktøjer kan udnyttes bedre til at skabe et mere produktivt og innovativt byggeri.



# Gode vilkår for at håndhæve ophavsrettigheder



De kreative erhverv, såsom musik-, film- og spilbranchen, udgør en betydningsfuld del af dansk økonomi. Ophavsrettigheder til de værker, der skabes i de kreative erhverv, er af helt afgørende betydning for, at der fortsat er vækst, da de sikrer rettighedshaverne betaling for deres værker.

Internettet og danskernes brug af online indholdstjenester har gjort det lovlige udbud af ophavsretligt beskyttet materiale, som film og musik, mere udbredt end nogensinde. Det er positivt, men den teknologiske udvikling har samtidig ført til, at det er nemmere at udbyde og dele ulovligt indhold, for eksempel via ulovlige streamingtjenester. Med den øgede tilgængelighed af internettet kombineret med stigende bredbåndshastigheder er onlinekrænkelser af blandt andet ophavsrettigheder blevet mere udbredt som overordnet forretningsmodel. Det er derfor afgørende, at håndhævelsen af ophavsrettigheder er effektiv, og at det har klare konsekvenser, hvis ophavsrettigheder krænkes.

Danskere besøgte hjemmesider med ulovligt materiale 325 millioner gange i 2018. Det høje antal besøg kan skyldes, at de ulovlige hjemmesider nu i højere grad understøtter mobile enheder, og at det derfor er nemmere for brugerne at tilgå det ulovlige materiale.

Ulovlig tjenester er ofte lavet professionelt, og derfor kan brugerne i stigende grad opleve at være i tvivl om, hvorvidt en tjeneste er lovlig. Samtidig ses der en tendens til, at brugere i højere grad er tilbøjelige til at benytte ulovlige hjemmesider, hvis der ikke er lovlige og tilstrækkeligt billige alternativer.

Digitalisering har også gjort det meget lettere for kunstnere og virksomheder at lade sig inspirere, dele og samarbejde om at udvikle nyt indhold og nye produkter, hvilket er gavnligt for den kreative proces. I visse tilfælde kan inspiration dog gå for langt og blive til en ulovlig efterligning, hvilket

skader incitamentet til at udvikle nye kreative produkter. For at sikre virksomhedernes incitament til at idéudvikle og skabe nye kreative koncepter, illustrationer, spil mv. skal der startes en dialog i erhvervet om principper for grænsen mellem inspiration og efterligning af kreative værker.

Regeringen har allerede taget en række initiativer i forhold til at styrke håndhævelsen af immaterielle rettigheder. I Danmark er der skabt et effektivt blokeringsystem, hvor ulovlige hjemmesider blokeres af teleselskaberne, når en domstol har dømt hjemmesiden ulovlig. Dele af erhvervet har imidlertid givet udtryk for, at de oplever, at der kan gå lang tid, fra en rettighedshaver opdager en hjemmeside med ulovligt indhold, til hjemmesiden blokeres.

Regeringen styrkede i 2018 bekæmpelsen af ophavsretskrænkelser ved at samle efterforskningen og den strafferetlige behandling af immaterielle rettigheder hos IPR-enheden under Statsadvokaten for Særlig Økonomisk og International Kriminalitet (SØIK) og tilføre flere ressourcer til området. Alle sager om immaterielle krænkelser, som for eksempel ophavsretskrænkelser, efterforskes derfor nu

som udgangspunkt ved SØIK. De indledende erfaringer fra ordningen viser, at samlingen af sagerne har ledt til væsentlig fremdrift i sagernes behandling. Der opleves dog fortsat en efterspørgsel i forhold til styrket håndhævelse fra rettighedshaverne på området, blandt andet med inspiration i retstilstanden i andre lande.

Regeringen har også videre fokus på frivillige håndhævelsesforanstaltninger, hvor aktører fra internettets fødekæde bidrager til et mere lovligt internet, ligesom regeringen deltager i initiativer, der har til formål at flytte borgerne fra ulovlige tjenester til lovlige. Her kan særligt nævnes ShareWithCare, som er et initiativ, der har til formål at skabe et mere lovligt internet ved at flytte brugere fra ulovlige tjenester til tjenester med lovligt indhold.

For at sikre at rettighedshaverne også fremover har gode muligheder for at håndhæve deres rettigheder, er der brug for fortsat at understøtte håndhævelsen fra myndighedernes side. Der er desuden brug for at udvikle og forbedre mulighederne for at håndhæve ophavsrettigheder på internettet, blandt andet i samarbejde med virksomhederne.

## Regeringen vil

- sikre, at IPR-enheden, som en del af dens generelle virke, vil have fokus på efter en konkret politifaglig vurdering at retsforfølge personer, der under skærpene omstændigheder krænker ophavsretsloven – herunder eksempelvis brugere af fildelingstjenester, der systematisk foretager ulovlig deling af ophavsretsbeskyttet materiale. Regeringen vil endvidere i forlængelse heraf gennemføre en undersøgelse af mulige tiltag på området ved at undersøge retstilstanden på området i andre lande.
- igangsætte en præventiv indsats, blandt andet med deltagelse af myndigheder, som for eksempel SØIK, der har til formål at oplyse den generelle befolkning om, at det er ulovligt at streame og downloade musik, film mv. uden rettighedshavernes samtykke. Oplysningskampagnen varetages som udgangspunkt af private aktører, men relevante myndigheder vil stå som afsender på dele af kampagnen.
- iværksætte en analyse af mulighederne for at effektivisere den civile adgang til med retens bistand at blokere hjemmesider med henblik på at reducere tiden, fra en rettighedshaver opdager en hjemmeside med ulovligt indhold, til hjemmesiden blokeres af teledbydere ved afgørelse af domstolene. Regeringen vil samtidig undersøge mulighederne for at indføre et system med troværdige meddelere, som kendes fra andre lande, med henblik på at lette domstolenes sagsbehandling i de pågældende sager.
- nedsætte en arbejdsgruppe med henblik på at drøfte mulige løsningsmodeller for at effektivisere domstolssystemets sagsbehandling af blokeringer af fuphjemmesider.
- gøre det nemmere for forbrugere at skelne mellem lovlige og ulovlige tjenester via ShareWithCare-plattformen.
- styrke samarbejdet mellem rettighedshaverne og internettets mellemmand, eksempelvis i regi af Kulturministeriets Dialogforum, for at gøre internettet til en mere lovlig indgang til kreativt materiale.
- gennem dialog med erhvervet sætte fokus på, hvordan der kan skabes klarhed over de principper, der kan anvendes i forbindelse med tvister om efterligning af digitale interaktive produktioner.

# Øget international synlighed og eksport

Nye globale megatrends, teknologier og markeder skaber både muligheder og potentielle udfordringer for kreative danske virksomheders eksport. Det gælder blandt andet inden for e-handel og globale, digitale markedspladser, hvor vækstraten langt overstiger væksten i detailsalget. Derudover åbner opfyldelsen af FN's verdensmål op for store forretningsmuligheder for danske virksomheder. Hvis de danske kreative erhverv skal få del i de globale vækstmuligheder, er det vigtigt, at der skabes en øget international synlighed omkring dansk kreativitet, og at flere danske kreative virksomheder kommer i gang med at eksportere.

Den danske tradition for at sætte mennesket i centrum giver et særligt kreativt dansk DNA, der går igen i udviklingen af produkter og services på tværs af brancher. Det danske kreative DNA er

svært at kopiere og udgør derfor et konkurrenceparameter, som er værd at synliggøre.

I dag er markedsføringsindsatsen for de danske kreative erhverv sammensat af en række gode indsats i for eksempel Dansk Arkitektur Center, BLOXHUB, Design Society, Udenrigsministeriet, Kulturministeriet og Det Internationale Kulturpanel, men der er ikke en samlet, stærk ramme for markedsføringen og en samlet indsats til håndteringen af internationale delegationer med interesse i dansk kreativitet. Da dansk kreativitet bruges bredt i dansk erhvervsliv til at differentiere virksomhedernes produkter og ydelser positivt internationalt, favner potentialet for en samlet indsats vidt. For eksempel bruger mange industri- og virksomheder designkompetencer til at udvikle både brugerrettede, æstetiske og funktionelle produkter, og det danske kreative DNA er derfor



en del af fortællingen om, hvorfor virksomhedens produkt udmærker sig. Samtidig viser erfaringer fra markedsføringskonsortier som State of Green og Healthcare DENMARK, at en kollektiv indsats forankret i et offentligt privat partnerskab kan skabe værdi på tværs af virksomhedsstørrelser, fordi der er flere muligheder for at skabe synlighed gennem en bredere fortælling løftet af en ekstern aktør.

De nye vækstmuligheder skaber behov for, at de kreative virksomheder kan navigere i en digital og mere socialt ansvarlig verden, hvor produkterne afsættes på nye måder, og hvor der er stor efterspørgsel efter bæredygtige løsninger. For at udnytte eksportmulighederne i for eksempel streaming og e-handel har de kreative virksomheder derfor brug for viden og vejledning om, hvordan de får adgang til de nye markeder og handelsplatforme.

De kreative erhverv består primært af små og mellemstore virksomheder, og nogle dele af de kreative erhverv har traditionelt rettet sig mere mod hjemmemarkedet og har derfor lille eller ingen erfaring med eksport. Derfor er det vigtigt, at de har adgang til viden om konkrete markedsmuligheder og til sparring om at eksportere. Andre kreative virksomheder er "born global", og for dem kan adgangen til nye markeder i høj grad handle om at have de rette kontakter og kunne lære af andres erfaringer.

Det er samtidig vigtigt, at virksomhederne har gode vilkår for at konkurrere internationalt med andre virksomheder. Her oplever den danske audiovisuelle industri en særlig udfordring, da Danmark, i modsætning til de fleste andre EU-lande, ikke giver offentlig produktionsstøtte via en incitamentsordning, som gør det mere attraktivt for udenlandske selskaber at placere opgaver og produktion i Danmark. En incitamentsordning er oftest en produktionsrabat, hvor staten tilbagebetaler en fastsat procentdel af produktionens køb af varer og tjenesteydelser i landet.

Regeringen har allerede iværksat en række initiativer for at sætte øget fokus på de kreative erhverv på den internationale bane, blandt andet ved at styrke brandingindsatsen via ambassaderne samt repræsentationerne i udlandet og ved at støtte et innovativt eksportsamarbejde rettet mod kreative iværksættere og kunstnere.

Regeringen og relevante brancheorganisationer har i dag et godt samarbejde mellem internationale kulturfremstød og erhvervsfremstød på udvalgte markeder, som koordineres i Det Internationale Kulturpanel. De relevante ministerier vil fortsat styrke samarbejdet og udforske nye muligheder herfor. Samtidig støtter regeringen i 2019-2022 op om Music Export Denmark i arbejdet med at sikre eksport af dansk musik, ligesom regeringen har nedsat en taskforce til at se på de udfordringer

og muligheder, som et streamingbaseret internationalt marked rummer for danskproduceret musik. Regeringen har også med film- og medieaftalerne for 2019-2023 sikret en fortsat finansiering af audiovisuel produktion i Danmark, herunder ved at forøge støtten til private selskabers produktion af tv-serier mv. Det betyder, at Danmark fortsat er et af de lande i Europa med den højeste direkte filmstøtte i Europa. Copenhagen Fashion Week arbejder desuden fremadrettet på at udvikle modeugerne, så de i højere grad understøtter eksport af bæredygtig mode, ligesom bæredygtig mode er et tema i den midlertidige strategi for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Regeringen har også med programmet SMV:Digital fra Strategi for Danmarks Digitale Vækst oprettet E-handelscentret, hvorfra der blandt andet ydes tilskud til indkøb af privat rådgivning om afklaring og udvikling af e-handelsløsninger til små og

mellemstore virksomheder. Det skal blandt andet sikre, at virksomhederne har kapaciteten til at eksportere online.

For at understøtte eksporten yderligere vil regeringen iværksætte en samlet international markedsføring af dansk kreativitet og en samlet indsats for at koordinere og afvikle besøgsture for udenlandske kommercielle og politiske beslutningstagere og medier med interesse i dansk kreativitet. For at få endnu flere virksomheder ud på eksportmarkederne er det vigtigt, at virksomhederne har adgang til specialiseret viden om de konkrete markeder, markedsmuligheder og lokale netværk. Samtidig skal der ses på mulighederne for at skabe mere fair og lige konkurrencevilkår for Danmarks audiovisuelle industri.

## Regeringen vil

- etablere et markedsføringskonsortium for dansk kreativitet i et offentligt-privat samarbejde med Dansk Industri, Dansk Erhverv og Realdania.
- placere kreative vækstboostere på udvalgte eksportmarkeder med anker i Danmark, som skal styrke erfaringsdeling og netværk på markederne for at øge eksporten.
- sikre, at eksisterende initiativer inden for e-handel også er relevante for de kreative erhverv.
- gennemføre en analyse af de samfundsøkonomiske konsekvenser af en incitamentsordning med særligt fokus på konkurrenceudsatte erhverv som spiludvikling, animation og computerskabte visuelle effekter mv., der kun i begrænset omfang modtager filmstøtte i dag.



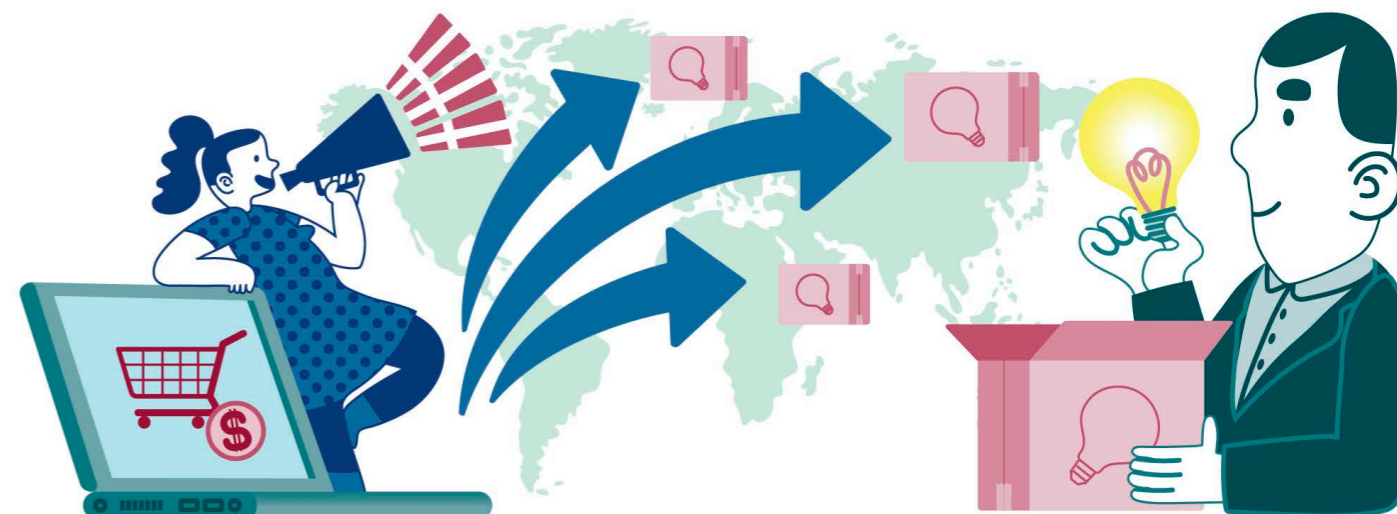
### Boks 3

#### Markedsføringskonsortium for dansk kreativitet

Det nye markedsføringskonsortium for dansk kreativitet har til formål at markedsføre dansk kreativitet for at bidrage til en øget eksport af danske produkter og services. Hovedopgaverne bliver at udvikle en fælles fortælling om det danske kreative DNA og koordinere markedsføringen af de kreative erhverv i tæt samarbejde med eksisterende aktører, som Det Internationale Kulturpanel, Design Society, Dansk Arkitektur Center, BLOXHUB og relevante private aktører, samt at koordinere og afvikle besøgsture for udenlandske kommercielle og politiske beslutningstagere og arrangere besøg for udenlandske medier i Danmark.

Målgruppen for konsortiet er de kreative erhverv, samt virksomheder, der bruger kreativitet til at differentiere deres produkter eller ydelser internationalt. Det kan for eksempel være virksomheder, der gør brug af audiovisuelle elementer og spil-

dynamikker, eller arbejder designrevet i deres produkt-, service- eller forretningsudvikling. Markedsføringskonsortiets opgaver baseres på det aktuelle behov hos virksomhederne og kan foruden hovedopgaverne for eksempel bestå i at producere materiale til brug ved internationale fremstød og understøtte ambassaderne og repræsentationerne i deres arbejde med at formidle danske styrker i tæt dialog med Udenrigsministeriet og Kulturministeriet. Samtidig kan konsortiet samarbejde med eksisterende aktører om at aktivere fortællingen ved internationale events i Danmark (for eksempel i forbindelse med arkitekternes verdenskongres UIA i 2023) og bidrage til at skabe større synergi mellem eksisterende events på området.





# Økonomioversigt

I forbindelse med finanslovsaftalen for 2019 afsatte regeringen sammen med Dansk Folkeparti en reserve på samlet 205 mio. kr. fordelt over perioden 2019-2022 til opfølgning på anbefalinger fra fire vækstteams, herunder vækstteam for kreative erhverv. Med vækstplanen fremlægger regeringen

sit bud på udmøntningen af ca. 30 pct. af puljen – i alt 62,5 mio. kr. – til opfølgning på anbefalingerne fra vækstteam for kreative erhverv. Derudover er der en række initiativer i vækstplanen, der finansieres inden for ministeriernes egne rammer.

Indsatsområder og initiativer	2019	2020	2021	2022	I alt 2019-2022
<b>Styrkede kompetencer til fremtidens jobs</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>10,0</b>	<b>10,0</b>	<b>26,0</b>
Nyt iværksætter- og innovationsmiljø	0,0	5,0	7,5	7,5	20,0
Øget tilskud til målrettede efter- og videreuddannelsesaktiviteter	0,0	1,0	2,5	2,5	6,0
<b>Bedre vilkår for investeringer og crowdbaseret finansiering</b>	<b>10,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>10,0</b>
Styrkelse af matchfinansieringsordningen	10,0	0,0	0,0	0,0	10,0
<b>Flere kreative iværksættere skal skabe bæredygtige forretninger</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>1,5</b>
Styrket matchmaking mellem erhvervslivet og kunst- og kulturlivet	0,5	0,5	0,5	0,0	1,5
<b>Mere kreativitet og innovation i offentlige udbud</b>	<b>1,5</b>	<b>1,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>2,5</b>
Indsats for at udbrede gode eksempler på innovative udbud samt ekstern evaluering af bedreudbud.dk	0,5	0,0	0,0	0,0	0,5
Afprøvning af nye samarbejdsformer mellem byggeriets aktører	1,0	1,0	0,0	0,0	2,0
<b>Gode vilkår for at håndhæve ophavsrettigheder</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>2,5</b>
Præventiv oplysning af befolkningen	0,0	0,5	0,5	0,0	1,0
Styrket samarbejde mellem rettighedshaverne og internettets mellemænd	0,5	0,5	0,0	0,0	1,0
Mere klarhed over de principper, der kan anvendes i forbindelse med tvister om efterligning	0,5	0,0	0,0	0,0	0,5
<b>Øget international synlighed og eksport</b>	<b>1,0</b>	<b>5,0</b>	<b>7,0</b>	<b>7,0</b>	<b>20,0</b>
Markedsføringskonsortium for dansk kreativitet	1,0	3,0	3,0	3,0	10,0
Kreative vækstboostere på udvalgte eksportmarkeder	0,0	2,0	4,0	4,0	10,0
<b>I alt</b>	<b>14,0</b>	<b>13,5</b>	<b>18,0</b>	<b>17,0</b>	<b>62,5</b>

2018/19:23

Maj 2019

Erhvervsministeriet  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K  
Tlf. +45 3392 3350  
E-mail: em@em.dk

ISBN digital: 978-87-93823-17-4 (pdf version)  
ISBN tryk: 978-87-93823-16-7 (trykt version)

Design: e-Types  
Illustrationer: Line Høj Høstrup  
Tryk: Rosendahls

Publikationen kan hentes på  
[www.em.dk](http://www.em.dk)



Erhvervsministeriet  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K  
Tlf. +45 3392 3350