

ENERGI I SENTRUM! 2.6 KREATIVE ARBEIDSPLASSER

Kreativ Næringsplan

Vefsn kommune 2021-2025

Mål:

Skape arbeidsplasser og bolyst gjennom å legge til rette for kreative næringer.

Visjon:

I årene etter 2025 har vi et voksende miljø av kreative næringer som tiltrekker seg aktører fra hele verden. Folk flytter hit fordi det er lettere å skape noe her enn andre steder.

Dette har vi fått til fordi vi over tid har lagt til rette kreative fellesskap, stimulerende arenaer og høye ambisjoner.

Strategi:

Vi skal oppfylle visjonen i løpet av fire år ved å bruke byjubileet i 2025 som en plattform for fremtidig vekst.

Mosjøen blir 150 år og det er naturlig å feire dette skikkelig. Vi skal bruke det engasjementet som oppstår til å gi den kreative næringen en flying start etter 2025.

Visjon: Sentrum for kreativ energi

I årene etter 2025 har vi et voksende miljø av kreative næringer som tiltrekker seg aktører fra hele verden. Folk flytter hit fordi det er lettere å skape noe her enn andre steder.

Dette har vi fått til ved å bygge opp tre grunnpilarer:

Kreative fellesskap

Vi har et kreativt miljø som har tett kontakt med hverandre, og som inkluderer de nye som kommer til.

Vi har folk som skaper nettverk på tvers av etablerte miljøer, og sørger for at kreative blir introdusert for mulige samarbeidspartnere, lokalt, regionalt og internasjonalt.

Stimulerende arena

Vi har møteplasser hvor kreative kan henge sammen, lokaler hvor aktørene kan arbeide sammen eller ved siden av hverandre, og arenaer for utstillinger, events og salg.

Vi har alle slags kreative næringer som bruker og utfyller hverandre, gjennom faste avtaler, prosjektarbeid og ved å handle produkter og tjenester av hverandre.

Høye ambisjoner

Vi har arrangementer og aktiviteter som skaper oppmerksomhet utenfor landegrensene.

Vi leder internasjonale klyngenettverk hvor vi er pådrivere, bygger kompetanse og skaper vekst for oss selv og andre.

Strategi: Mosjøen/Motion 2025

Vi skal oppfylle visjonen i løpet av fire år ved å bruke byjubileet i 2025 som en plattform for fremtidig vekst. Mosjøen blir 150 år og det er naturlig å feire dette skikkelig. Vi skal bruke det engasjementet som oppstår til å gi den kreative næringen en flying start etter 2025.

Vi har samtidig en unik mulighet i at Bodø ønsker samarbeid med Vefsn frem mot 2024, da fylkeshovedstaden blir europeisk kulturhovedstad. Ved å jobbe strategisk skal vi bygge nettverk, infrastruktur og ambisjoner som blir stående og som skaper vekst etter jubileet.

Organisering

Prosjektorganisasjon med minimum tre heltidsansatte fra start. Organisasjonen etableres som en selvstendig organisasjon eller del av eksisterende organisasjon/virksomhet, med offentlig grunnfinansiering.

Roller

- Produsent - igangsetter som bidrar til å starte, lede og finansiere prosjekter
- Koordinator - nettverksbygger som har oversikt over aktører, introduserer folk for hverandre og fasiliterer møteplasser
- Prosjektleder - ansvar for å kartlegge lokaler og fasiliteter, avdekke behov, og prosjektere nye bygg eller leiekontrakter.

Ansvar/mandat

- Byjubileet 2025 - planlegging og gjennomføring
- Bodø2024 - være regionalt kontaktpunkt og koordinator
- Utrede internasjonalt klyngenettverk for kreative næringer

Oppgaver og ambisjoner

- Aktivere flest mulig lokale aktører opp mot Bodø2024 og Mosjøen 2025
- Stimulere til samarbeidsprosjekt på tvers av faglige, kulturelle og geografiske grenser
- Lære av Bodø2024 sine suksesser og feil, og sikre at kompetansen utvikles i Vefsn
- Bruke samarbeidet med Bodø2024 til å bygge nettverk lokalt, regionalt og internasjonalt
- Prosjekttere bygninger og lokaler som dekker behovene i 2025 og som kan huse en kreativ næring i vekst i årene etter.
- Identifisere nisjer innen kreative næringer hvor vi kan etablere klyngenettverk på europeisk nivå.

Innholdsliste

Kreativ Næringsplan	1
Visjon: Sentrum for kreativ energi	2
Kreative fellesskap	2
Stimulerende arena	2
Høye ambisjoner	2
Strategi: Mosjøen/Motion 2025	3
Organisering	3
Roller	3
Ansvar/mandat	3
Oppgaver og ambisjoner	3
Innholdsliste	4
Tiltak	6
Produsent	6
Profesjonell festivalorganisasjon	6
Lager	6
Kunsthall	7
Byjubileum 2025	7
Lokaler for kreative	7
Produksjonshall	7
Operahus	8
Vurderinger	9
Lokasjoner / nye byrom	9
Hvordan finansiere planen og tiltakene?	9
Hva gjør de andre steder?	10
Tromsø:	10
Trondheim:	10
Nordfjordeid:	10
Simrishavn i Skåne:	10
Vestfold	11
Skien	11
Hva slags kreative støttespillere trenger vi?	11
Fremtidens kreative næringer	11
Hvordan legge til rette for frilansere?	12
Hva gjør vi med kulturskolen?	12
Opplevelser for tilreisende og innbyggere	12
Kreative trenger møteplasser	13

Hva skjer når vi mister Mjåvatnbrygga?	14
Behov for bygninger og lokaler	14
Vi skaper ikke næringer om vi skal gjøre det på si	14
Alternative for organisering	15
En langsiktig plan bør gjennomføres i faser	15
Bodø2024 gir muligheter for læring	15
Visjon Mosjøen 2025	16
Vi må sette Mosjøen på kartet	16
Hvordan måle fremdrift og suksess?	17
Premisser	18
Arbeidsgruppe og oppdrag	18
Arbeidsform	18
Definisjon kreative næringer	19
Vurdering av dagens status	19
SWOT-analyse	20
Styrker	20
Svakheter	20
Muligheter	20
Trusler	20
Behov	21
Hva har kreative egentlig behov for?	21
Hva kan dekke behovene?	21

Tiltak

Tiltakene er viktige hver for seg, men vil etter arbeidsgruppens vurdering fungere best når de får virke sammen. Dette skaper synergieffektene som løfter de små tiltakene opp til et helhetlig løft for Vefsn kommunes kulturnæring, større enn summen av hvert enkelt tiltak.

Produsent

Det er et stort behov for aktører som får ting til å skje og skaper nettverk, og et stort potensiale for hva en produsent kan stimulere til av aktivitet. En produsent kan også være bindeledd mellom aktører, og mellom offentlig og privat sektor.

- Igangsetter og nettverksskaper
- Bindeledd mellom offentlig og privat

Profesjonell festivalorganisasjon

En profesjonell festivalorganisasjon kan være en hub for kreative næringer ved å sysselsette folk hele året og levere profesjonelle tjenester til øvrige aktører. Nye stillinger for kreative næringer kan plasseres inn en festivalorganisasjon.

En festivalorganisasjon er i en unik posisjon til å hente finansiering fra det offentlige, fra sponsorer og gjennom kommersiell virksomhet. Fordelen med en slik løsning er at de er fri til å samarbeide både offentlig og privat, og har muligheten til å være ukonvensjonelle og disponere ressurser ut fra hva som skjer.

Festspillene Helgeland kan være den organisasjonen som tar en slik rolle i Vefsn.

- Katalysator for annen aktivitet hele året
- Utvikle lokale aktører - bruke folk for å utvikle dem
- Sysselsette og organisere fagfolk for utleie til andre aktører

Lager

Gode og rimelige lagermuligheter legger til rette for kreative næringer, fordi en rekke kreative næringer har et lagringsbehov som overstiger det arealet som det er økonomisk forsvarlig å leie/kjøpe til egen aktivitet.

- Lagring av kulisser, teknisk utstyr, kostymer og rekvisitter

Kunsthall

Suksessen til Galleria Kunstfestival viser at det er et potensiale for kunstutstillinger hele året. Det krever i så fall et bygg som er stort nok og har de rette kvalitetene. Ideelt sett, et bygg som er laget for formålet.

- Kunstutstillinger som helårsaktivitet
- Nordnorsk kunstmuseum som mulig partner

Byjubileum 2025

Et byjubileum er en gylden mulighet til å skape økt engasjement både før og etter jubileumsåret. Mosjøen fyller 150 år i 2025. Det er en anledning som bør brukes til å skape varige kreative næringer.

Et større arrangement skaper også behov for forbedret infrastruktur og fasiliteter, noe som byen, næringene og befolkningen kan ha glede og nytte av i svært lang tid.

- Skape engasjement og driv i befolkningen - vi er patrioter
- Mulighet til å bygge anlegg/infrastruktur for kreative næringer

Lokaler for kreative

Tilgang til gode og egnede lokaler er vesentlig om vi skal tiltrekke oss kreative og stimulere til nye næringer. Her bør det være plass til Kulturskolen og dagens kreative næringer, i tillegg til de vi ønsker skal etablere seg i Vefsn de neste årene.

Slike lokaler bør ideelt sett være samlet, for å stimulere ytterligere til samarbeid og kreativitet. Dersom det ikke er mulig å samle alle på én plass, bør det defineres tydelig hvilke aktiviteter som skal være i hvilke lokaler.

- Møtesteder
- Makerspace, atelier, arbeidsrom, verksted
- Saler for kammermusikk/teater/mindre ensembler
- Øvingsrom

Produksjonshall

En større flerbrukshall for kreative næringer vil bygge opp under filmnæringen i byen og samtidig stimulere til økt kreativ aktivitet. Vi ser for oss filmproduksjoner, konserter for ungdom, blackbox-teater og mye mer.

Vi ser også for oss at en slik hall kan være en hub for utendørs kreativ aktivitet, dersom den blir bygd på industriområdet på Baustein eller Øya. Her kan det skapes rom for street art, steinhuggere og andre.

I dag finnes det ikke egnede lokaler tilgjengelig, bortsett fra Mjåvatnbrygga som museet velvillig leier ut i påvente av den ombyggingen som er planlagt.

- Innendørs anlegg for større kreative produksjoner
- Stort nok for filmsett
- "Blackbox" teaterscene med enkel rigg og klappstoler
- Kafé med skjenkebevilling
- Garderobe/toaletter
- Dobbel garageport stor nok for lastebil

Operahus

Å skape et operahus er et hårete mål som kan stimulere til vekst i andre kreative næringer.

Ved å ha et operahus med planlagte operaforestillinger, vil vi bygge opp lokal kompetanse som kan brukes av andre kreative næringer eller bli kreative næringer i seg selv.

Vi ser for oss at operahuset må ha løpende aktivitet slik at de kan ha ansatte i alle roller, eventuelt kjøpe kompetanse lokalt.

- Et bygg og en organisasjon med folk i alle funksjoner og roller
- Bygge opp kompetanse lokalt
- Fast kjøper av produkter og tjenester fra kreative næringer
- Sette Mosjøen på kartet

Vurderinger

Her oppsummerer vi våre vurderinger. Listen er fragmentert og i ingen spesiell rekkefølge. Samtidig mener vi at vurderingene henger sammen og overlapper hverandre, og danner et godt grunnlag for de tiltakene vi har foreslått og den strategien vi anbefaler.

Lokasjoner / nye byrom

Kreative næringer bør samlokaliseres, enten i større bygg eller på flere lokasjoner som ligger i nærheten av hverandre. Gjennom nær uformell kontakt oppstår nye forbindelser og potensielt nye aktiviteter.

To områder som skiller seg ut er Øya og Nesbruket/bystranda. Her er det plass til en større produksjonshall knyttet sammen med utendørsarealer for produksjon og aktiviteter. Her er det også mulig å bygge skatepark og andre anlegg, og det er mulig å arrangere konserter og spille høy musikk uten å sjenere naboer.

Slik kan vi også skape nye byrom i Mosjøen, steder som folk oppfatter som urbane og kreative.

- Nesbruket/bystranda - synlig fra E6 og nærhet til fjorden
- Øya - mulig samlokalisering med reiselivs- og opplevelsesnæringer
- Kaiområdet (tidligere Flokkmann) - kan komme i konflikt med kaiaktivitet
- Kvartal 10 - bak Kulturverkstedet
- Kvartal 20 - mellom Stensland og Fokusbygget
- Sjøsiden - den gamle delen
- Skjervengan-leiren - god plass, men langt unna sentrum

Hvordan finansiere planen og tiltakene?

Arbeidsgruppen har ikke gått grundig inn i finansieringsformer, men bare noterer noen muligheter.

- Grunnfinansiering fra kommunen
- Mulighet for å søke midler fra andre
- Arena-ordningen
- Innovasjon Norge - på banen i forhold til kulturnæringer
- EU-midler
- Samfunnsløftet
- Mange støtteordninger - noen må skrive søknader
- Filantroper

Hva gjør de andre steder?

Det er mange byer og kommuner som har prøvd å legge til rette for kultur og kreative næringer på forskjellige måter. Her oppsummerer vi kjapt noen av dem.

Tromsø:

- Organisert som fagsenter
- faste stillinger og faste lokaler
- Offentlige midler og prosjektstøtte
- Offentlig stilling - rådgiver/kontaktperson
- Scene: (Rådstua, Kulta) med egne lokaler
- Musikk: Tvibit - gamle brannstasjonen

Trondheim:

- Ikke så strukturert som Tromsø
- Tverrfaglighet
- Dokkhuset/Solsiden (bygd av kommunen - NTNU inn som medeier)
 - Konsertscene som passer til alt
 - Restaurant/pub
 - Kontorer i andre etasje
 - Jazzfestival, Kammermusikkfestival
 - Små aktører
 - Mange folk som jobber på tvers av aktørene
 - Et miljø av folk som kjenner hverandre og jobber godt sammen
- Rotvoll kunstnersenter
 - For alle som har studert og ikke har øvingsplass
 - "Coworking space" for musikere
 - Offentlig grunnfinansiering - aktørene må leie seg inn

Nordfjordeid:

- Eget operahus
 - Fast stab
 - Har alle funksjoner knyttet til et operahus

Simrishavn i Skåne:

- På størrelse med Mosjøen
- Mye aktivitet om sommeren
- Samarbeid mellom reiseliv og kulturnæring

Vestfold

- Stavern/Sandefjord/Larvik
- Reiselivskoordinator ansatt av fylkeskommunen

Skien

- Kunsthall
- Artist in residence

Hva slags kreative støttespillere trenger vi?

Det er et stort behov for kreative næringer som kan levere produkter og tjenester til andre kreative næringsvirksomheter. Dette er ikke en fullstendig liste over typer kompetanse som mange vil ha bruk for, og som det derfor bør være et marked for i en by med voksende kreativt miljø.

- Produsent (igangsetter/rævsparker)
- Kurator
- Utstillingsdesigner
- Scenograf
- Kostymedesigner
- Rekvisttør
- Koordinator for aktiviteter - at de ikke krasjer
- Nettverksbygger - knytte kontakt mellom aktører og til offentlige/frivillige
- Rådgiving - midler/søknadsskriving
- Regissør
- Markedsføringskompetanse
- Sosiale medier
- Innkaster uten hemninger
- Kompetanse på søknadsskriving
- Finansiering
- Kontaktperson mot amatørerne - hvilke prosjekter holder dere på med?
- Grafisk designer

Fremtidens kreative næringer

Det er naturlig at planer tar utgangspunkt i det som er kjent fra før, men vi må ta høyde for at det vil komme næringer som bare er i startgropen nå og næringer vi ikke kan forestille oss ennå.

- Blir livestreaming så stort at vi vil slutte med live-forestillinger?
- Kan streamingformatet bidra til økt finansiering?
- Kan spillutvikling flyttes eller etableres i en kreativ småby?
- Hva kommer etter de appene vi kjenner i dag?
- Vil original digital kunst bli viktigere enn det som er håndfast? (NFT - non fungible tokens)
- Hvilke kreative næringer kan vi knytte til e-sport?
- Kan vi lage nye, kreative kombinasjoner? Kulturidrett?

Hvordan legge til rette for frilansere?

Frilansere, enkeltpersonforetak og små bedrifter utgjør en vesentlig del av dagens kulturnæringer, og vil trolig gjøre det i fremtiden også. Hvis vi skal tiltrekke oss nye frilansere må vi legge til rette for at de kan lykkes med å ha en base i Mosjøen for oppdrag hvor som helst.

- Styrke de miljøene og fagmiljøene som allerede eksisterer
- Faste oppdrag i løpet av året danner en grunnfinansiering/grunnlønn
 - Kommunen og aktørene leier inn mange i løpet av et år
 - Helgeland Sinfonietta sysselsetter 40-50 forskjellige musikere i løpet av et år
 - Oppdragene kan organiseres bedre og formaliseres med betingelse om base her
- Artist in residence - støtte til kunstnere som vil bo her en periode
- Ensemble-støtte (statlig, fylkes, kommunen)
- Nettverk mot resten av Helgeland, slik at det blir nok oppdrag

Hva gjør vi med kulturskolen?

Det har vært et ønske lenge om å samle kulturskolen i ett eller få bygg, slik at elever og lærere kan møtes oftere og utvikle et godt miljø sammen. Dette bør ses i sammenheng med øvrig satsing på kultur- og kreative næringer.

- Eget bygg (helst på tomten ved siden av kulturhuset)
- Gjøre dagens lokaler tilgjengelig for kulturhuset
- Skal være rom for rot/kreativitet - ikke bare for utstilling/besøk

Opplevelser for tilreisende og innbyggere

Kreative næringer er opplevelser i seg selv, både under produksjon og når vi ser de ferdige produkt. Det er derfor naturlig å tenke at en næringspark for kreative også kan inneholde eller ligge inntil andre typer opplevelser.

- Gravity/trampolinepark
- Skatepark

- Zipline/via Ferrata

Kreative trenger møteplasser

Det kreative miljøet i Vefsn er ikke større enn at de fleste vet av hverandre. Samtidig er det sjelden de møter hverandre utenfor de faste vennegjengene eller fagmiljøene. Dermed har vi også mindre kunnskap om hva slags kompetanse de andre aktørene besitter.

Formelle og uformelle møteplasser er avgjørende for å skape flere forbindelser mellom aktørene innenfor kreative næringer, og vi tror at flere forbindelser skaper mer aktivitet. Utfordringen er at noen må ta seg tid til å planlegge, invitere og arrangere, og der har de fleste aktørene lite tid å avse.

Potensiale kan forløses ved å ansette en koordinator, en nettverksbygger som har som oppgave å legge til rette for møteplasser og sørge for at folk knytter kontakt med potensielle samarbeidspartnere.

- Bruke de arenaene vi har - "Møtes på Gilles"
- Foredrag/egne utstillinger for grupper/nettverk
- TEDx-vinkling - med lokal vri
- Mat og kulturopplevelser med mingling
- "Rare kombigreier" - sette sammen svært forskjellige aktører
- Kulturnæringsforening?
- Velkomstkommité - introdusere nye folk for de som er her
- Dele ideer med hverandre for å utvikle nye ideer
- Treffpunktene må være nyttige - en tanke bak
- Verdi utover det konkrete som diskuteres
- Koordinator som hører på alle - ikke bare opptatt av egne prosjekter
- Konkret opplegg
 - En gang i måneden - fast dag og tidspunkt
 - Korte presentasjoner
 - Invitere noen utenfra for invitasjon
 - Noe som er i gang
 - Noe som er helt på idestadiet
 - Mingling - åpen diskusjon
 - En times program - superintensiv
 - Lage noe folk ikke gang gå glipp av

Hva skjer når vi mister Mjåvatnbrygga?

Det er svært få lokaler som er tilgjengelige for større produksjoner som utstillinger og filmsett. Filmmiljøet og Galleria er avhengig av å få låne Mjåvatnbrygga av museet, og får store utfordringer den dagen bygningen skal tas i bruk av museet.

Dette er behov som må dekkes. Dersom slike lokaler ikke finnes i Vefsn, tvinges aktørene til å søke seg ut av byen.

- Mangel på lokaler til lager og større produksjoner
- Galleria mister 10-15 utstillingsplasser
- Redusert fleksibilitet

Behov for bygninger og lokaler

I prinsippet kan man si at en næringsvirksomhet kan og bør finne egnede lokaler selv, ut fra egne behov og virksomhetens økonomi. Men vi bygger ikke gode fellesskap ved å overlate ansvaret for bygninger til den enkelte. Tilrettelegging i form av haller for produksjon og utstilling kan brukes av mange og bidra til å skape nye arbeidsplasser, men det er få enkeltaktører som vil ha økonomi til å bygge eller drifte en slik hall alene.

- Behov for lagringsplass
- Kunsthall/utstillinger
- Flerbruks produksjonshall for filmsett og andre større produksjoner
- Nybygg bør ses i sammenheng med kulturskolens behov
- Bygninger kan gi resultater i seg selv - stort behov allerede
- Hver type lokale kan gi resultater
 - Møteplass
 - Lager
 - Produksjon
 - Utstilling
 - Arrangement

Vi skaper ikke næringer om vi skal gjøre det på si

Utfordringene med alle planer, er at de er lite verdt om ingen har ansvar, tid og ressurser til å gjennomføre dem. Derfor bør planen følges opp med dedikerte mennesker over et lengre tidsrom.

- Minimum treårig - skal man prøve dette holder det ikke med ett år
- Stillinger kan legges til Festspillene Helgeland - prosjektstillinger
- Ansvar for å bygge det kreative miljøet
- Selge inn og videreutvikle de enkelte tiltakene som kan få oss videre
- Oversikt over det som skjer, folk, lokaler - koordinator

- Tre stillinger
 - Prosjektleder bygg, oversikt over lokaler, utvikling av nye
 - Kreativ konsulent/koordinator - nettverksbygging, oversikt over ressurser/kompetanse
 - Produsent - kunstneriske produksjoner, igangsetting, ekstern finansiering
- Vi skaper ikke næringer om vi skal gjøre det på si

Alternative for organisering

Arbeidet med planer for kreative næringer bør organiseres på en slik måte at mandatet er tydelig og at oppgavene ikke blandes sammen med andre. Ideelt sett bør det etableres en selvstendig organisasjon som kan samarbeide med, og hente finansiering fra, både det offentlige og det private næringsliv.

- Kommunalt foretak KF - har vært brukt andre steder
- Interkommunalt arbeidsfellesskap - mer fritt enn et KF
- Enhet i kommunen - slik kulturhuset er i dag.
- Festspillene Helgeland AS - eid av tre organisasjoner som igjen er eid av flere
- Studiesenteret RKK - eies av fire kommuner men deler av virksomheten er AS som eies sammen med næringslivet (grunnlønnen finansieres av kommunene)

En langsiktig plan bør gjennomføres i faser

Det er tilnærmet umulig å løse alt samtidig. Derfor er det viktig at vi ikke låser oss til tiltak eller organisasjonsform i starten. Kreative næringer er også stadig i endring. Det krever fleksibilitet og evne til å tilpasse seg. Det er også avgjørende at arbeidet starter i rett ende.

- Etablere prosjektorganisasjon
- Kartlegge behov og hvilke tiltak som gir best resultat
- Iverksette tiltak

Bodø2024 gir muligheter for læring

Bodø er i gang med planleggingen av 2024, som er året byen blir europeisk kulturhovedstad. I den forbindelse er Vefsn bedt om å være regionsenter med ansvar for Grane og Hattfjelldal. Dette arbeidet har ikke kommet i gang ennå. Det gir en gylden mulighet for å etablere en organisasjon som kan jobbe opp mot Bodø, lære og bruke kunnskapen til å legge til rette for kreative næringer i Vefsn.

- Nettverksdannelse/samfunnsutvikling

- varige nettverk lokalt/regionalt og ut i Europa
- Samle henvendelsene på vegne av regionen
- Festspillene Helgeland er hovedprosjekt for regionrådet opp mot Bodø2024
 - Festspillene kan koordinere opp mot Bodø2024
- Nye prosjektstillinger kan legges til festspillene
- Vi må danne nettverk og en konkret organisasjon for kontakt med Bodø2024

Visjon Mosjøen 2025

Byjubileet i 2025, når Mosjøen er 150 år, er en mulighet til å skape engasjement rundt kreative næringer. Når alle gode krefter drar sammen, for å lage en stor fest for byen, har vi også muligheten til å lage varige strukturer som vi kan ha nytte av i tiden etterpå.

Vi må sette Mosjøen på kartet

Hvor høyt skal vi legge listen for en kreativ næringsplan? Skal vi ta posisjon som kreativt sentrum på Helgeland? Er vi det nye Nasjonalteateret? Skal vi bygge det nordnorske operahuset?

Trolig bør vi legge listen enda høyere. Skal vi trekke til oss dyktige folk og næringsetableringer må vi være mer enn på høyden med andre. Vi må være en plass som andre ser til som et eksempel på noe skikkelig bra.

- Klyngenettverk - Mosjøen kan bli knutepunkt og kompetansesenter
 - Klyngestrategi ligger allerede i næringsplanen
 - Arktisk mat - matklynge
- EU-midler: Ikke snakk om hva man kan lage men hva man har - få frem kulturen
- Kompetanse og synliggjort kompetanse tiltrekker seg kompetanse.
- Skaperbyen (Innotown)
- Mosjøen/Motion - by i bevegelse (Hollywood-bokstaver)
- Unesco - verdensarvstatus
- Lokal produksjon - internasjonal oppmerksomhet
- Lage så gode prosjekter at vi får internasjonalt publikum
- Internasjonalt samarbeid - kunstnere fra utlandet
- Digital produksjon - Få Mosjøen ut - uante muligheter til å nå publikum
- Fylkets internasjonale kontor: avdeling i Mosjøen
 - kultur og kreative næringer, promotering av hele Nordland internasjonalt
 - Har et delmål å få opp volumet på Europeiske søknader

Hvordan måle fremdrift og suksess?

Hvordan vet vi hvor langt vi har kommet, og hvordan måler vi hvor nært målet vi er? En næringsplan bør ha helt konkrete, målbare enheter som viser om vi oppnår den veksten vi jobber for.

- Målbart tall for kulturnæringer - hvor mye penger klarer kulturen å få inn
- Ambisjon: Mosjøen skal få innvilget 500 søknader om statlige midler
- Antallet som lever av kunst og kultur (kulturbarometer Telemarksforskning)

Premisser

Her oppsummerer vi premissene som ligger til for grunn for arbeidet med den kreative næringsplanen og for visjonen, strategien og tiltakene vi foreslår.

Arbeidsgruppe og oppdrag

Mosjøen og Omegn Næringssselskap KF (MON) inviterte følgende personer til å utgjøre en arbeidsgruppe for å lage en strategi for flere arbeidsplasser innen kreative næringer:

- Marit Thrana
- Ida Marie Granmo
- Fred Endresen
- Carl Ninian Wika
- Katrine Remmen Wiken
- Alexander Nordaas
- Tom Duesund

Oppdraget som ble gitt, var "å legge en plan sammen med oss for å legge en strategi for flere arbeidsplasser innenfor kreative næringer i Vefsn."

Dette er en del av den nye næringsplanen og ligger under mål "2.6 Flere arbeidsplasser innenfor kreative næringer", under satsingsområde "Attraktivt felleskap."

I næringsplanen er punktet fulgt opp med følgende todelte strategi:

"a) Tiltrekke oss nødvendig kompetanse som kan bistå i videreutvikling av kreative næringer i Vefsn.

b) Bistå i videreutvikling av Mosjøen by og Vefsn kommune som kreativt sentrum på Helgeland."

Arbeidsform

Gruppen har jobbet med oppdraget over tre halvdagssamlinger. Hver samling har vært gjennomført som diskusjoner med moderat møteledelse, hvor vi har gått gjennom følgende steg:

1. Avklare status og ambisjoner
2. Idémyldring over mulige tiltak
3. Konkretisering av våre forslag

Gruppens medlemmer har tatt utgangspunkt i sine egne erfaringer innenfor kreative næringer. Vi har bakgrunn fra forskjellige virksomheter. Både offentlige og private, kommersielle og ideelle. Det har ført til nyttige samtaler hvor vi har lært mye av hverandre, og vi har utfordret

hverandre til å jobbe med helhetlige løsninger som kan gagne andre kreative næringer enn de som var representert.

Gjennom diskusjonene har vi kommet frem til en rekke tiltak som vi mener er avgjørende for å skape vekst innen kreative næringer, og sentralt i dette er behovet for lokaler, arenaer og møteplasser. Samtidig ser vi at det blir vanskelig å opparbeide tilstrekkelig engasjement og dermed finansiering, om vi ikke gjør ting i rett rekkefølge.

Arbeidsgruppen har hatt fire møter, hvorav tre var lengre arbeidsmøter. Et innledende møte 24. februar, deretter arbeidsmøter 15. mars, 22. mars og 28. april.

Resultatet er dette dokumentet. En "kreativ næringsplan" hvor vi er veldig konkret på hvordan vi skal komme i gang og hvem som skal lede arbeidet, og mindre konkret på hvilke lokaler, arenaer og møteplasser vi trenger.

Vi har ikke gjennomført noen form for kartlegging eller undersøkelser utover diskusjonene på samlingene.

Definisjon kreative næringer

"Kulturell og kreativ næring er en samlebetegnelse på næringsvirksomhet basert på fremstilling av kulturelle uttrykk som primært kommuniserer gjennom estetiske virkemidler som symboler, tegn, bilder, farger, bevegelser, former, lyder og fortellinger."

- *Kulturdepartementet*

"Næringsvirksomhet basert på fremstilling av kulturelle uttrykk som arkitektur, dataspill, design, film, litteratur, musikk, reklame, trykte medier, TV og radio, visuell kunst og utøvende kunst."

- *Innovasjon Norge*

Vurdering av dagens status

Vi har svært mange aktører innenfor definisjonen kreative næringer er bra, men det er kun én eller svært få aktører på hvert felt. Det betyr at vi ikke har de store fagmiljøene.

Det er ensomt å være privat kulturaktør og veldig trygt å være i det offentlige. Vi har et potensiale for å bli større, også innenfor de offentlige.

I forhold til rekruttering betyr det at det ikke er lukrativt å flytte hjem. Samtidig er folk utenfor Mosjøen ikke klar over hvor mye det er å hente her.

Kreative næringer er fortsatt ikke en del av satsingsområdet kommunalt.

SWOT-analyse

<p>Styrker</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Etablerte institusjoner <ul style="list-style-type: none"> ○ Toppen ○ Kulturskole ○ Mosjøen VGS ○ Helgeland museum ● Stort potensialet, spesielt innenfor samarbeid ● Kort vei til alt og alle (sju-minutters-byen) ● Sterk kulturidentitet (eldste by på Helgeland) ● Lave etablerings- og driftskostnader ● Lokal kompetanse ● Arbeide "lokalglobalt" ● Profesjonalitet ● Rennomé ● Stor vilje 	<p>Svakheter</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Uoversiktlig. <ul style="list-style-type: none"> ○ Hva, hvor og når skjer ting? ○ Hvilken kompetanse befinner seg lokalt? ● Tradisjonelt har kulturnæring vært dårlig forankret politisk ● Hemmelighold – lukkede nettverk ● Mangler utdanningstilbud ● Mangler utdanningstilbud ● Mangel på møteplasser ● Publikumsutvikling ● Bruke lokale profesjonelle ● Liten kultur for å skryte av hverandre og seg selv ● Kommunikasjon og markedsføring ● Nettverk
<p>Muligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Vefsn som location ● Utnytte virkemiddelapparatet bedre ● Multikulturelle Mosjøen ● Styrke ressursene for langvarige virkninger ● Internt samarbeid ● Ungdom 13-17 år ● Mye "upløyd mark" - uforløst potensiale ● Muligheter for å jobbe digitalt ● Benytte de lukkede nettverk 	<p>Trusler</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sentralisering (topptungt i Bodø) ● Hobby- og amatørvirksomheten er stor - utkonkurrerer oss selv ● Janteloven ● Konkurransen med de store byene ● Økonomi ● Blir ikke relevante for det lokale publikum ● Liten form for delingskultur ● Demografi/befolkningsutvikling ● Infrastruktur

Behov

Hva har kreative egentlig behov for?

Vår vurdering er at kreative har behov for å møte, samarbeide med og jobbe ved siden av andre kreative, og at vi kan tiltrekke og beholde kreative ved å legge til rette for arbeidsfellesskap og møteplasser.

- Dytt i ryggen - at noen har troen på det man gjør
- Søknadsskriving og finansiering
- Kreative fellesskap
- Åndelig møteplass - uformelle treffsteder for kreative
- Kompetansedeling
- Nettverk - oversikt over hvem som kan hva
- Rådgiving - en plass du vet du får svar
- Lokaler for å arrangere aktiviteter
- Produksjonslokaler og lager

Hva kan dekke behovene?

Vi mener fysiske lokaler er avgjørende for å skape de fellesskapene som kreative trenger. Samtidig er det et stort behov for et støtteapparat i form av mennesker som introduserer kreative for hverandre og sørger for at nødvendig kompetanse er tilgjengelig.

- Kunstnerstyrte senter har fungert andre plasser
- Fysisk plass og lokal ledelse er nøkkel til suksess
- Hall som er stor nok for filmsett og utstillinger
- Felles kafé/kantine
- Kontorplasser til kulturaktører
- Kontorplasser for offentlige stillinger
 - "Helsesøster" for kreative næringer