

Orientering fra nettverket Norwegian Arts Abroad (NAA) om situasjonen i kunstfeltene og de kreative næringene som følge av koronapandemien

Innledning

De kreative næringene er i vekst og har et enormt potensial knyttet til eksportinntekter, sysselsetting og omdømmebygging. Flere av de kulturelle- og kreative næringene er nå hardt rammet av følgene av den pågående viruspandemien, og eksportvirksomheten er begrenset som følge av reiserestriksjoner og nedstengninger internasjonalt. Men Norge har potensiale til å oppnå et konkurransefortrinn i normaliseringsprosessen om vi mobiliserer nå og evner å gi norsk kulturliv det nødvendige handlingsrommet fremover.

Den siste tiden har organisasjonene i tatt pulsen på feltene vi har ansvar for gjennom innspillmøter, spørreundersøkelser, og direkte dialog med enkeltaktører. Når vi i felleskap har oppsummert innspillene som har kommet har vi funnet en rekke fellesnevnerer som faller inn under våre tre sentrale virkemiddelsøyler: nettverk, kompetanse og kapital.

Nettverk

I NAAs spørreundersøkelse om konsekvensene av COVID-19 kommer det frem at flere har benyttet seg av digitale møteplasser for å gjennomføre salgsmøter, samarbeid om kunstproduksjon og lignende. Samtidig sier 67% av respondentene at de har behov for å utvikle nettverket sitt i sine kjernemarkeder. I tiden med reiserestriksjoner er det viktig at det utvikles gode digitale samarbeidsarenaer. Det er også viktig for våre aktører at myndighetene sikrer så god reiseinformasjon som mulig så lenge krisen vedvarer. NAA-organisasjonene bidrar ved å legge til rette for digitale besøksprogrammer til norske og internasjonale arenaer og til å mobilisere relevante internasjonale kjøpere til å komme i kontakt med norske eksportvirksomheter (både utøvende-, produsent- og salgs-/agentledd). Samtidig utvikler NAA våre nettverk på organisasjonsnivå slik at vi møter aktørene i våre felt med et oppdatert og relevant nettverk, situasjonen tatt i betraktning. Et sentralt element i dette som nevnes av aktørene i innspillsarbeidet er samarbeid om pressearbeid. Dette gjøres nå gjennom et samarbeid mellom bransjeaktørene, organisasjonene i NAA og norske utenriksstasjoner, og er viktig i et eksportfremstøt.

Kompetanse

Innsikt i markedstrender, kundeinnsikt, og kunnskap om egen merkevare er sentrale for å sikre økt eksport. Det må være en kobling mellom kompetanse og tilskudd, og hvor i modningsprosessen den enkelte virksomhet er. Det blir sentralt å formidle oppdatert kunnskap gjennom kompetanseprogrammer og andre kompetansehevende tiltak etterhvert som ny kunnskap om markedsutviklingen kommer på plass. NAA-organisasjonene skaper og tilgjengeliggjør arenaer for kompetanseutveksling for aktørene i feltene, og har tilpasset våre tilskuddsordninger deretter. Flere av organisasjonene i NAA har utarbeidet veikart til ulike markeder som et lavterskeltilbud som sikrer en aktør som vurderer å gjøre et fremstøt i et marked muligheten til å orientere seg i markedet. Med den raske utviklingstakten vi ser i flere markeder rapporterer aktører at de trenger oppdatert informasjon om markedene, noe organisasjonene følger opp. Samtidig melder flere om at de har behov for å utvikle sin digitale kompetanse som følge av at fysiske arenaer har blitt digitalisert, og at digitale salgskanaler blir stadig viktigere, dette er en viktig del av det pågående kompetanseutviklingsarbeidet.

Kapital

NAA-organisasjonene har justert våre tilskuddsordninger for å møte et kulturliv i endring. Eksempler på dette er vridning fra reisetilskudd til markedsføringstilskudd, transport av visuell

kunst, eller tilskudd til å dekke deltakeravgifter på internasjonale digitale arenaer. Samtidig melder feltene om et behov for garanti- låne- og forsikringsordninger som kan hjelpe disse næringene gjennom en kritisk fase. Kunst- og kulturproduksjoner tar ofte lang tid å utvikle og produsere og inntektene kommer først når produktene selges i markedet. Det er dermed en stor risiko for at aktørene blir sittende med store investeringer uten muligheter til inntekter. Internasjonale distributører, arrangører og kulturarenaer kvier seg nå for å investere i nye produksjoner som konserter, turneer og bestillingsverk. Det betyr at norske aktører ikke får finansiert nye produksjoner. Norske film og tv-produksjoner er for eksempel svært kapitalintensive med budsjetter på opp mot 150 millioner kroner. Når forsikringsselskapene i tillegg ikke vil forsikre disse produksjonene mot Covid-19 utbrudd, er risikoen ved gjennomføring av slike produksjoner svært høy.

Avslutning

Norske kunstnere og de kreative næringene trenger verden som arbeidsmarked. Det norske markedet alene er ikke stort nok til å sysselsette det rike kulturlivet vi ser i Norge. Det vil være behov for å satse på kunsten og de kreative næringene i fremtiden, og styrke det frie feltet. Med den endringstakten vi ser i våre felt er det sentralt at aktørene tilføres nettverk, kapital og kompetanse til riktig tid. Det kan sikre at norsk kulturliv kommer styrket ut av krisen det står i.

Nettverket Norwegian Arts Abroad består av Design og arkitektur Norge (DOGA), Music Norway, NORLA, Norwegian Crafts, Danse og teatersentrum, Office of Contemporary Art Norway (OCA) og Norsk filminstitutt.

Organisasjonene bidrar til eksport av norsk kunst og kultur gjennom tilskuddsordninger, kompetanse- og nettverkstiltak. Organisasjonene mottar driftstilskudd fra Kulturdepartementet, med unntak av DOGA som mottar driftstilskudd fra Nærings- og fiskeridepartementet. Organisasjonene forvalter tilskuddsordninger på vegne av Utenriksdepartementet og arbeider tett med departementet og norske utenriksstasjoner om ulike prosjekter, internasjonalisering, og eksportfremstøt.