

Hordaland Fylkeskommune  
Agnes Mowinckels gate 5  
PB 7900  
5020 Bergen

Brak  
Georgernes Verft 12  
5011 Bergen

26.09.2014

BERGEN

## Innspill til Regional kulturplan for Hordaland 2015-2025

Under følger noen innspill fra Brak til regional kulturplan.

Brak jobber for musikkmiljøet i Hordaland og Sogn og Fjordane og våre medlemmer er både artister, arrangører og øvrige bransjeaktører. Brak er opptatt av hele verdikjeden innen musikkfeltet – fra infrastruktur for amatører til forretningsutvikling for næringsaktører, og er fornøyd med hvordan kulturpolitikken regionalt og nasjonalt også har reflektert en forståelse av samspillet mellom de ulike aktørene og nivåene innen feltet.

### Brak

Brak startet opp i 1997 som BRAK - Bergen Rock aktører, men endret i 2009 navn til Brak (som et egennavn) da vi jobber for musikkmiljøet i hele Hordaland – på tvers av sjangre. Fra 2010 har vi utvidet til å også jobbe for Sogn og Fjordane. Dette er en presisering til det som står nevnt om oss i kulturplanen.

### Visjon og målsettinger

Vi synes at visjonen er god og ambisiøs, men at tiltakene som skisseres innen enkelte områder ikke er ambisiøse nok for å realisere visjonen innen 2025.

Brak ser at innen musikkfeltet fungerer Bergen i mange tilfeller som et lokomotiv for Hordaland – da særlig innen det profesjonelle feltet. Utfordringen slik vi ser det er å bygge opp Bergen som kulturelt kraftsentrum i Norge Europa, samtidig som man sørger for at det regionalt bygges opp sterke aktører og miljø innen musikkfeltet.

I regionen utenfor Bergen finnes enkeltmiljø og enkeltaktører, samt mange solide festivaler. Disse er ofte prisgitt enkelte ildsjeler og det er behov for å bygge opp en struktur som sikrer

både amatører og profesjonelle aktører innen musikkfeltet stabile vilkår og utviklingsmuligheter.

Prioritering av innsatsområdet og tiltak bør reflektere en balanse mellom å styrke infrastruktur og frivillighet samtidig med næringsutvikling og vekst. Et enda større fokus kunne med fordel blitt lagt på teknologiske utfordringer og muligheter da dette vil være avgjørende for utviklingen av kulturlivet de neste ti årene – både regionalt og globalt.

Kulturlivet generelt, og i mange tilfeller musikkmiljøet spesielt, er viktige identitetsbærere og identitetsskapere som næringslivet kan dra nytte av. Den merkevaren kulturaktørene i regionen bygger opp er også avgjørende for å oppfylle målene om internasjonalisering og en økt eksport av kulturprodukter fra regionen. Her kan vi sette oss enda høyere mål om hva som skal utrettes innen 2025.

### **Fylkeskommunal driftsstøtte**

Brak mottar årlig tilskudd fra Hordaland fylkeskommune. For Brak er forutsigbarhet i bevilgningene avgjørende, og vi ser derfor positivt på treårige søknader. Vi antar at det fremdeles vil være årlig rapportering. I dag søker vi også Bergen kommune, Kulturrådet og Sogn og Fjordane fylkeskommune om støtte årlig. I søknaden skisserer vi opp planer og satsingsområder for det kommende året. Brak har en strategi og handlingsplan som strekker seg over en lengre tidsperiode. Det vil derfor være uproblematisk for oss å skrive en søknad som skisserer våre planer for musikkmiljøet og utvikling for de neste årene.

### **Presisering av begrep**

I planen savner vi en tydeligere presisering av begrepene og hva som omfattes når man snakker om *kunst- og kultur* og når man omtaler *kulturnæringer*. Vår erfaring er at media, spill og design ofte ikke regnes med når man omtaler kunstfeltet, mens visuell kunst og scenekunst ofte ikke anses som kulturnæringer. Dette bør defineres bedre på side 37 i kulturplanen.

Vi synes at både planen og programmet i flere tilfeller er litt for generelt i formuleringene – ofte nevnes *kulturnæringer* og *kunst- og kulturlivet* uten å nevne hvilke felt man da omtaler. Musikk er ikke nevnt spesifikt et eneste sted (foruten folkemusikk) i handlingsprogrammet, men går under samlebetegnelsen kunst- og kultur eller kulturnæringer. Vi skulle gjerne sett at noen av punktene i handlingsprogrammet hadde ambisjoner for musikklivet spesielt.

Når det i handlingsprogrammet står kunst- og kulturorganisasjoner kunne dette gjerne i flere tilfeller blitt spesifisert med navn på organisasjonene. Da ville det vært lettere å se om vi var medregnet som en av organisasjonene som skulle samarbeide for å oppnå de konkrete målene.

Brak ønsker å spesielt ta del i det videre arbeidet med:

- **5.3.8.A Utvikling av kulturnæringer.** Her har Brak mange erfaringer og innspill vi gjerne vil bidra med.

- *5.3.8.F Markedsføring av kulturbasert reiseliv.* Her må også kulturaktørene selv være med som partnere. Musikkfestivaler i regionen sitter på svært god kompetanse. Brak er gjerne med på å komme med innspill til aktører.
- *5.7.27.B Kunstproduksjon, synergieffekter og kompetanseoverføring.* Her gjør vi mye arbeid allerede, men ser muligheter for å systematisere denne kompetanseoverføringen på et mer omfattende nivå.
- *5.7.27.D Formidling og arrangørkompetanse*
- *5.7.28.B Samarbeid mellom amatørkulturfeltet og det profesjonelle kunst- og kulturlivet.* Her har vi mye erfaring gjennom rådgivning og kursvirksomhet og bidrar gjerne i det videre arbeidet.

### **Tilskuddsordninger og friske midler**

Vi synes det er bra at planen løfter fram at det vil tilpasses eller opprettes nye tilskuddsordninger til å passe med målsetningene i planen. Da er det også behov for friske midler som følger med disse målene og tiltakene. Vi håper særlig at en økning i midler kan komme det frie, profesjonelle feltet til gode, samt bidra til internasjonalisering.

### **Generelle innspill**

Under følger noen generelle innspill til ulike tema vi mener at planen burde omtale mer konkret. Dette går på innsatsområde nummer 2, 8, 14 og 26 og dreier seg om infrastruktur, kompetanseheving, utdanningsmuligheter, bransjeutvikling, reiseliv, næringspotensial, samt å rette fokus mot fremtidens kulturkonsumenter.

## **Innsatsområde 2:**

### **Infrastruktur**

En solid infrastruktur er nødvendig for at aktørene i fylket kan fortsette å produsere gode kunstuttrykk. Dette innebærer i vår definisjon både fysisk infrastruktur som øvingslokaler, kulturkontor, visningsarenaer, konsertlokaler av ulik størrelse og med ulik pris, samt kommunikasjonskanaler som plakatvegger der kulturaktørene kan nå ut til publikum med informasjon om sine arrangement.

En annen form for nødvendig infrastruktur er bransjeapparat som kan løfte fram og bistå nye artister. Musikkbransjen er en verdikjede der flere aktører må spille på lag for at musikken skal nå sitt publikum. Øvingslokaler, scener og ulike arrangører er en viktig del av dette bildet, men plateselskap, bookingbyrå, management, produsenter, teknikere og musikkforlag er også viktige ledd i denne verdikjeden dersom man skal beholde verdiskapningen i regionen.

Utvikling av en sterkere spisskompetanse innen arrangementsavvikling er også en viktig del av infrastrukturen som skal til for å planlegge og gjennomføre kulturarrangement. USF Verftet er en viktig arena for musikk- og kunstproduksjon. Vi støtter deres forslag om å styrke

USF Verftets rolle for kompetanseutvikling innen felt som arrangement, sceneteknikk og lydlysteknikk. Dette er felt der Brak allerede gjør flere tiltak i form av kurs, men som kan styrkes dersom USF Verftet får anledning til å trappe opp denne satsingen.

Kontorlokaler for bransjen er også en viktig del av en infrastruktur for en region som ønsker profesjonelle kulturnæringsaktører.

Forslag til nytt mål under 5.1.2 eller 5.3.8:

- *Det skal etableres et kontorfellesskap for kreative næringer i Bergen som skal utnytte synergieffekter med andre næringer og bli ledende i landet.*

Hordaland er en av de regionene som har flest musikkbinge i landet. Dette er et lavterskeltilbud som bidrar til at ungdom får et sted å utvikle talent.

Forslag til nytt mål under 5.1.2:

- *Alle kommuner skal ha tilbud om egnede øvingslokaler for band og artister.*

## Innsatsområde 14 (evt 27):

### Kompetanseheving

Brak jobber med kompetanseheving innen flere områder og arrangerer kurs, møteplasser og større prosjekter med hensikt om å profesjonalisere feltet. Innen flere områder hvor det er relevant samarbeider vi med nasjonale musikkorganisasjoner og regionale nettverksorganisasjoner innen andre kulturfelt. utfordringene og kompetansen er i noen tilfeller spesifikk for musikkfeltet, men på enkelte områder er det felles for hele kulturfeltet. Her er samarbeidsstrukturene på plass og kan videreutvikles for å få gode synergieffekter på tvers av kulturområdene og næringsaktørene i ulike bransjer.

Gjennom kursing og en økt satsing på mentortjenester vil det være mulig å i enda større grad enn i dag kunne fange opp og løfte talent bosatt i hele regionen. Det er flere prosjekter og samarbeidsstrukturer på plass som kan bidra til å muliggjøre dette.

I vår medlemsmasse finnes det en betydelig kompetanse innen musikkfeltet og disse aktørene deler gjerne av sin kunnskap dersom det blir tilrettelagt for det.

Forslag til 5.4.14 eller 5.7.27:

- *Det skal etableres mentorordninger og mulighet for internships hos organisasjoner og bedrifter innen kulturfeltet for å styrke kompetansen hos enkeltaktører og bidra til kompetanseoverføring.*

### Utdanningsmuligheter

Et tema som nevnes flere ganger i kulturplanen men er ikke nevnt i handlingsprogrammet er kompetanseheving og utdanningsmuligheter for kulturnæringsaktører. Det mangler tiltak i

både innsatsområde 27 (Kunstløft - det profesjonelle kunstfeltet) og 14 (Kompetanse) innen det som går på kompetanseheving hos kulturaktørene selv.

Det er et behov for utdanningsmuligheter/videreutdanning for administrasjon og ledelse innen kreative næringer med følgende mål:

- Etablere et fast videreutdanningstilbud som tilfører kompetanse til aktører som allerede jobber i kulturfeltet, samt gi grunnlaget for at nye gründere har forutsetninger for å etablere bedrifter innen kulturnæringen.

Det finnes flere gode kunstfaglige studier i Bergen, og i kommuner som Voss, Stord og Kvam. Disse kan i samarbeid med nettverksorganisasjonene gi studentene grunnleggende bransjekompetanse (økonomi, markedsføring, bedriftsetablering) og nettverk som gjør at de kan forvalte sitt kunstneriske virke som freelancer etter endt studie.

- Et samarbeid mellom kompetansesenter, utdanningsinstitusjoner og kulturlivet kan gi studenter en forståelse for hvilken kompetanse som er nødvendig for å være aktør i musikkbransjen/kunstutøver.

#### **Utdanning for næringsaktører – fag på HiB høsten 2014**

Vi vil i denne sammenhengen nevne at Brak har tatt initiativ til det nye faget Bedriftsutvikling og forretningsforståelse for kulturnæringen (15 studiepoeng) som startet opp på Høgskolen i Bergen i september 2014.

Målgruppen for faget er personer som allerede har en fot innenfor musikkbransjen eller en annen kreativ næring. Mange som jobber her har veldig mye kompetanse, men uten at denne nødvendigvis kommer fra å sitte på skolebenken. Ved å tilby et fag som dette får disse aktørene mulighet til å formalisere og bygge videre på sin kompetanse innen:

- Forretningsplanlegging og markedsføring
- Regnskapsforståelse
- Praktisk økonomi
- Avtalerett og forhandling

Dette ser vi på som veldig verdifullt - både for studentene selv og fordi med et slikt tilbud øker kompetansen til kulturlivet i regionen som helhet. Vi håper og tror oppstarten av et slikt fag i Bergen kan være begynnelsen på et større fagtilbud rettet mot denne målgruppen.

#### **Innsatsområde 8:**

##### **Profesjonalisering og bransjeutvikling**

Vi ønsker at Bergen og regionen skal ha det ledende musikkmiljøet i landet. Vi har ryktet og talentet, men trenger en sterkere bransje. Musikkbransjen er en bransje med mye idealisme og ofte lave inntekter og består i stor grad av små selskap og enkeltpersoner. Dette gjør næringen sårbar.

En bevisst, langsiktig og solid satsing på kultur i regionen, og særlig hos Bergen kommune, har bidratt til et mangfold og sterkt miljø innen det frie musikkfeltet – og vi ser at aktørene her får en god andel av de statlige støttekronene. Vi trenger også å bygge opp flere sterke bedrifter som kan ha inntjening på det kommersielle markedet. Det bør være et mål om at flere skal få sterke nok økonomiske muskler til å satse på nye ideer og drive fram prosjekter som ikke er avhengige av støttemidler.

- Her støtter vi oss til punkt 5.3.8.B *Samordne næringspolitiske og kulturpolitiske virkemidler og støtteordninger*, men vil understreke at det er viktig at man her har et ekstra tydelig fokus på nyetablerte selskap med vekstpotensiale, og har en forståelse for at flere av disse selskapene innen kulturfeltet ikke produserer innovative produkter.

Vi vil også trekke fram viktigheten av:

- Synliggjøring av fordeler og synergieffekter ved samlokalisering og kanskje også konsolidering av flere av disse mindre bransjeaktørene.
- Kurs, kompetanseutveksling og mentorordninger som kan bidra til økt innovasjon og utvikling av nye forretningsmodeller
- Prosjektstøtte og stipend til næringsaktører

### Næringspotensialet

I Strategisk næringsplan for Bergensregionen (2010-2014) er det framhevet en særlig satsing på å utvikle næringene media, design, film og musikk for å utnytte vekstpotensialet. For å få det til må man øke kompetansen og profesjonalisere bransjen.

*Bergensregionen har et spennende og voksende næringsliv innen media og kulturbasert næringsliv, og er landets største miljø utenfor Osloregionen. Gjennom økt samarbeid i og på tvers av bransjer kan næringen bli enda sterkere og tydeligere.*  
(...)

- *Sørge for tilgang på næringsrelevant kompetanse fra utdanningsinstitusjonene og styrke samarbeidet mellom regionens forskningsmiljø og næringsaktører.*
- *Fokusere på videreutdanning spesielt innenfor management, ledelse, finans og forretningsdrift*

Her finnes det store muligheter for å utnytte de mulighetene som finnes for samarbeid på tvers av de sterke miljøene vi har innen kreative næringer. Nå har vi fått DesignArena til regionen og MediArena har fått NCE-status. Vi ønsker å se på muligheten for å bruke den kompetansen disse har opparbeidet seg til å satse på en arena-status for musikknæringen i løpet av planperioden.

Forslag til nye punkt under 5.3.8:

- Etablere et Arena-prosjekt for musikknæringen i regionen.
- Utvikle virkemidler som kan legge til rette for å finne nye marked og nye behov som kan oppstå i samarbeid mellom kulturaktører og teknologibedrifter

## Reiseliv

Musikk er en viktig merkevarebygger for Bergen og Hordaland – ikke bare at Rhianna eller Rolling Stones spiller på Koengen, men fordi det vokser fram utrolig mange spennende nye talent i øvingslokalene og på de ulike scenene og festivalene. Den lokalproduserte kulturen må vi fortsette å bygge opp om, gjøre byens innbyggere oppmerksomme på og benytte i reiselivssammenhenger.

Innspill til 5.3.8:

- Kultur- og opplevelsesnæringene kan skape arbeidsplasser som også kan bidra til å bygge opp sterkere bransjeaktører innen de kreative næringene ved å gi dem oppdrag og bruke deres kompetanse.
- Reiselivets samarbeid med kulturaktører fokuserer ofte på de store institusjonene eller store kommersielle festivaler og arrangementer. I det frie feltet og hos de mindre aktørene ligger det et stort potensiale for å nå en større målgruppe dersom man i samarbeid kommuniserer ut dette tilbudet og gjør det tilgjengelig.

## Studentorganisasjoner som utdanningsinstitusjoner

I Hordaland finnes det ingen utdanningsretninger med konkret fokus på å drive kultur nærings. Den arenaen som kanskje i størst grad tilfører kompetanse og gir motivasjon til å jobbe som kulturarbeidere blir da i tydelig grad studentkulturen – da særlig i Bergen, men også miljøer på Voss og Stord. Mange sentrale kulturarbeidere har bygget en solid grunnkompetanse innen alt fra økonomi, prosjektarbeid, markedsføring, booking og konsertavvikling hos en studentorganisasjon som for eksempel Hulen, Kvarteret, ASF, RF eller Studentradioen.

Disse studentorganisasjonene er svært viktige og står for en høy verdiskapning og en stor del av kompetansebyggingen til aktører som senere vil jobbe innen kulturlivet. Dette bør man synliggjøre viktigheten av og inkludere i videre planer under både 5.3.7 Frivillighet og 5.3.8 og kulturbasert næringsutvikling.

Nytt punkt under 5.3.8:

- *Tilrettelegge for rekruttering til kultur- og næringsliv ved synliggjøring av studentarrangørenes kompetanse og verdi.*

## Innsatsområde 26:

### Barn og unge og publikumsbygging

En utfordring for flere av våre medlemmer å nå ut til ungdom og få en større dialog med denne publikumsgruppen. Med flere møteplasser eller forum for å nå ungdom kan man sette i gang nye prosjekt eller tiltak som er tilpasset denne målgruppens ønsker. Man kan også

legge felles planer for hvordan man kan nå bedre ut til barn og unge. Brak ønsker å støtte opp om prosjekter rettet mot unge og bygge kompetanse hos unge arrangører.

Forslag til nye punkt under 5.7.26:

- *Et samarbeid mellom kulturskoler, UKM og organisasjoner som AKKS og Brak for å utvikle og samarbeide om å følge opp talent innen både utøvende musikk og fremtidige arrangører.*
- *Legge til rette for flere møteplasser der amatører møter profesjonelle og der ungdom kan møte spennende rollemodeller*

Takk for at dere lytter til oss og musikkmiljøet – og for det gode strategiarbeidet som er lagt og tiltakene som skal gjøres i fremtiden!

Med vennlig hilsen

Karen Sofie Sørensen

Daglig leder Brak

e-post: [karensofie@brak.no](mailto:karensofie@brak.no)

mobil: 99562373

[www.brak.no](http://www.brak.no)