



KRAFT

Kultur og kulturarv som Ressurs for Arbeidsplasser, Fortjeneste og Tilhørighet

EU Interreg North Sea Region Programme: Culture Power, inspire to develop rural areas (CUPIDO)

Kort om KRAFT:

KRAFT er et 3-årig internasjonalt prosjekt hvor hensikten er å bruke kultur og kulturarv som en ressurs for å skape arbeidsplasser, fortjeneste og tilhørighet. Målet er 5 nye små og mellomstore bedrifter innenfor kultur og kulturarv, og et etablert salgslodd for kultur og kulturarv, med lokaler i Nome. Prosjektet skal bruke nye, forskningsbaserte metoder for å selge og markedsføre kulturprodukter, slik at produsentene får mer salg og bedre inntjening, og på den måten kan utvikle sine kulturbedrifter på en bærekraftig måte.

Prosjektbeskrivelse:

Kultur definerer verdier som noe annet enn kommersiell suksess. Hvis kultur skal bli en reell ressurs også for økonomisk verdiskaping er det viktig å knekke koden for hvordan kulturlivet skal tjene penger, uten å gå på bekostning av kulturelle verdier. For å selge kultur på en god og bærekraftig måte, må vi sette sammen salgskompetanse og kunnskap om kulturens verdisyn.

De fleste kulturaktører er altfor små til å kunne ha sitt eget salgsapparat. Derfor skal vi etablere profesjonell salgsmetodikk for de små SMB'ene. Prosjektet er en fødselshjelper for et nettverk av kulturbedrifter som går sammen om en salgsorganisasjon. En hovedaktivitet er å forske på og utvikle en effektiv og god forretningsmodell for dette. Salgsleddet og nettverket skal være etablert innen utgangen av 2020, slik at det er klart for ordinær drift i løpet av siste del av prosjektet.

Prosjektet gjennomføres i samarbeid med forskning ved Universitetet i Sørøst-Norge (USN) og to andre universitet / høyskoler i det internasjonale nettverket: HOWEST (Be) og University of St.Andrews (UK). KRAFT-prosjektet skal være med på å utvikle og dele nye salgs- og markedsføringsmetoder innenfor kulturfeltet. I tillegg skal KRAFT og CUPIDO jobbe med nye måter å utveksle kunnskap og kompetanse i Nordsjøregionen.

Aktiv deltakelse vil si å delta på fysiske samlinger, men også knytte kontakter på tvers av landegrensene og bruke digitale løsninger for å utveksle kunnskap. I prosjektet skal vi for eksempel etablere VR (Virtuell Reality) som metode for kunnskapsutveksling og kompetanseheving sammen med samarbeidspartnere i Telemark og i det internasjonale nettverket. Det skal være minst to fysiske møtepunkt i året, og for øvrig digitale møter.

Nome kommune er særlig interessert i kontakten med USN og Høgskolen i West-Vlaanderen HOWEST, som har gode resultater fra sitt entreprenørskapsprogram for studenter. HOWEST er en av partnerne i CUPIDO og har utviklet nye, effektive metoder for oppstartshjelp til bedrifter med unge gründere og studenter, og de benytter VR blant sine metoder.

Mål:

Planlagt resultat:

Innen juli 2021 skal det være etablert 5 nye SMB'er (små og mellomstore bedrifter) eller nye kulturprodukter innenfor bransjer som jobber med kultur, kulturarv og arrangementer i Nome. Bedriftene skal lære å selge produktene sine, og det skal utvikles nye produkter gjennom at bedriftene samarbeider. Prosjektet skal se etter bedrifter som kan selge billetter på vegne av andre. Prosjektet skal se på hvordan man kan jobbe med strukturer rundt støtte og frivillighet slik at Kanalrennet og Sluserock kan utvikle seg.

Forventet effekt:

Profesjonalisering av kulturnæringen i Nome.

Etablert kompetansemiljø for salg og markedsføring av kultur.

Mer salg innen kulturnæring, kulturarvsnæring og opplevelsesnæring i Telemark.

Flere stabile kulturtilbud for lokalbefolkning og turister.

Målgruppe:

Tilbydere av ulike salgbare kulturprodukter som ønsker å oppnå mersalg og knytte seg til et profesjonelt markedsføringsapparat. Fortrinnsvis, men ikke eksklusivt, produsenter og aktører i Nome. (Et salgbart kulturprodukt regnes her som et fysisk eller ikke-fysisk produkt som kan prissettes og omsettes i et marked, innenfor gitte næringskoder).

Forankring:

Prosjektet KRAFT skal særlig bidra til å oppfylle formålet i Forskrift om distrikts- og regionalpolitiske virkemidler § 1b, og «mobilisere til samarbeid mellom bedrifter i næringsmiljø og bedre koblinger mellom bedrifter og relevante utdanningsmiljøer for å møte næringslivets behov for kunnskap og relevant arbeidskraft».

Handlingsplan for Telemark viser til at det er et sterkt behov for arbeidsplassvekst, innovasjon og bærekraftig næringsliv i fylket. Gjennom å profesjonalisere salget i kulturbedriftene, bidrar KRAFT til å dekke disse behovene. Prosjektet har et klart mål om 5 nye, bærekraftige SMB'er i prosjektperioden, hvorav en av disse vil være en ny, selvgående salgsorganisasjon.

Bakgrunn:

Nome kommune er en kommune med ca 6500 innbyggere og en stadig mer krevende demografisk sammensetning. I 2030 vil 35 % av befolkningen være over 60 år. Automatisering og digitalisering gir færre tradisjonelle jobber, og arbeidsmarkedet er i endring. Nome har en rik kulturarv og kulturliv, og flere ønsker å etablere seg innenfor denne retningen. Mange, både unge og eldre, går nye veier for å livnære seg innenfor kultur og opplevelsesindustri. Disse vil Nome satse på. For å lykkes med etablering og verdiskaping må kulturproduktene være tilgjengelig for markedet. Da må det etableres solide salgssledd og riktig markedsføring. Mange kulturbedrifter har sterkt fokus på eget produkt, men lite kapasitet og kunnskap om salg og markedsføring.

I 2012-2014 gjorde Nome kommune positive erfaringer med arbeid med internasjonale prosjekter gjennom Drømmemila / The Dream Mile. Gjennom dette er det etablert kompetanse og nettverk for internasjonalt samarbeid. KRAFT er deltakende partner i nettverket Culture Power, inspire to develop rural areas (CUPIDO). CUPIDO-prosjektet, som kom i stand som et samarbeid mellom steder i Nordsjø-regionen som ligner på Nome: utfordringer med fraflytting og «forgubbing», men med en kulturell ressurs som kan benyttes til å skape nødvendig vekst. Å få etablert, eller styrke, og utvikle bærekraftige, private småbedrifter innenfor kultur og kulturarv er et viktig element for alle partnerne i CUPIDO.

Prosjektet KRAFT går over tre år (01.10.18 – 30.06.21), og har mottatt 150 000 € (Ca 1,5 mill NOK) i tilskudd fra EU Interreg North Sea Region Programme til CUPIDO. KRAFT er et resultat av forarbeid gjort gjennom arbeid med kulturprodukter som Sluserock, Drømmemila-prosjektet (2011-2014), og Ulefos Kulturarv (2014-2016). Videre har kommunen engasjert seg i TelemarksVeka og ønsker å bistå

det lokale idrettslaget Skade IL i profesjonaliseringen av Kanalrennet, som kommunen ser at er i en vippeposisjon hvor de frivillige ikke lenger klarer å håndtere det voksende arrangementet alene.

Disse aktivitetene er ikke lovpålagte oppgaver for kommunen, men ble satt i gang fordi det var sterke ønsker om å utnytte mulighetene som ligger i kulturarven og kulturen i Nome. Mange års erfaring har vist at den aller viktigste suksessfaktoren for kulturbedriftene er å få på plass et organiserende og samlende salgslodd som kan ivareta små aktører. De små klarer ikke å etablere effektivt salg og markedsføring alene, men kan ha gode muligheter i et nettverk med profesjonell salgsledelse. Drømmemila-organisasjonene og andre, eksisterende bedrifter innenfor samme felt, skal få bistand til profesjonalisering og salg gjennom kompetanseheving og kobling av produkter. Prosjektet skal gi fødselshjelp til dette, og det skal etableres en organisasjon som viderefører resultatene, fortrinnsvis et bedriftsnettverk. Underveis vil prosjektet følges av to trainee-stillinger og følgeforskning ved USN, som formidles og forsterkes av CUPIDO. Resultatene vil ha svært stor overføringsverdi til andre fylker, og også internasjonalt. Distriktssenteret er derfor koblet inn og følger prosjektet, samler inn og formidler resultatene fra KRAFT og Cupido, og bidrar med kompetanse fra annen forskning.

Prosjektet inngår i kompetanسهuset på Ulefoss. Telemarkskanalen sine foretak er nylig flyttet inn her. Nome ønsker å nytte kompetansen som Telemarkskanalen sine organisasjoner har bygget opp med sine salg og markedsføringsprosjekter, og på den måten skape større ringvirkninger av at kanalforetakene nå er lokalisert på Ulefoss. Kulturbedriftene som blir med i nettverket vil ha en møteplass i kompetanسهuset. På den måten kan KRAFT selge nye produkter og opplevelser knyttet til Telemarkskanalen.

Prosjektet bygger også på undersøkelser og samarbeid med USN (den gang HiT) om landskap og livskvalitet. Nome kommune har samarbeidet med USN og Distriktssenteret i flere prosjekter hvor fokuset har vært identitetsbygging, tilflytting og bolyst. Erfaringer og resultat fra tidligere forskning og prosjekter vil bli benyttet i KRAFT.

Det er Nome kommune som eier prosjektet, og samarbeidspartnere er CUPIDO-nettverket, Telemark fylkeskommune, USN og Distriktssenteret.

CUPIDO summary:

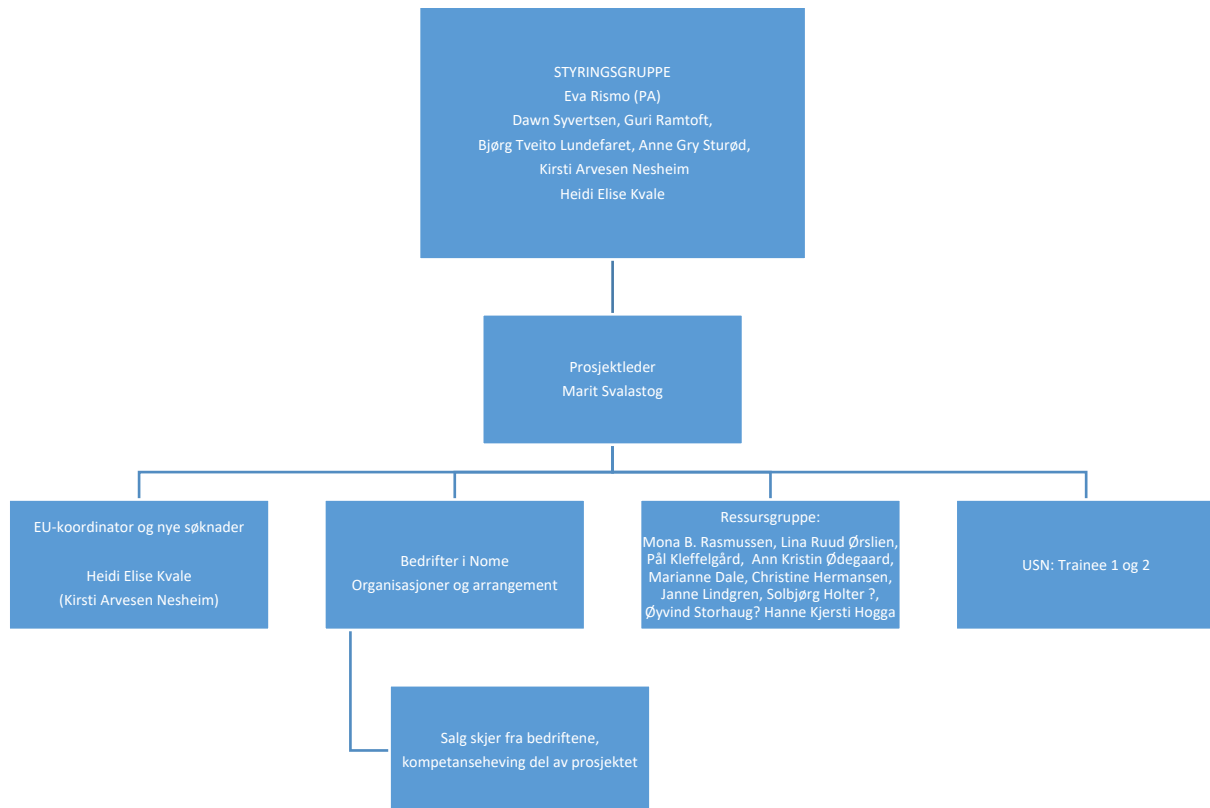
The partnership has 14 partners from 7 regions in 6 countries around the North Sea. All in regions with an ageing population, due to both urbanisation and changing demography, and with municipalities that struggle to maintain a basic level of services and common functions. The new approach is to lift forward culture as a driver in local & regional development policies and to explore its potential. Culture in the context of CUPIDO is cultural activities (art, dance, music) as well as cultural heritage.

The project's overall objective is to develop new business opportunities in the cultural and cultural heritage sector around the North Sea, to reinforce the economic position, competitiveness and social cohesion of local rural communities in areas with a declining population. The project intends to strengthen a viable and sustainable future economy, based on the social historic role and core qualities and values of the involved regions, cities and local communities.

CUPIDO is mainly about commercialisation of the cultural sector that contributes towards creating vibrant, sustainable rural municipalities/communities that attract people to live, work and enjoy life. The project offers its partners an opportunity to jointly share resources, knowledge and expertise to commercialise the cultural sector. It enables insight into new business approaches, stimulates the

development of products and services, and aims at in average five new start-ups per area and support to existing SME's.

Prosjektorganisering:



Prosjekteier (PE): Nome kommune

Prosjektansvarlig (PA): Eva Rismo, ass.rådmann

Prosjektleder (PL): Marit Svalastog, SA-HO as

Styringsgruppe:

- Eva Rismo, PA
- Bjørg Lundefaret Tveito, Ordfører
- Guri Ramtoft, Sparebankstiftelsen
- Dawn Syvertsen, Telemark fylkeskommune internasjonal avdeling
- Anne Gry Sturød, USN
- Heidi Elise Kvale, Nome Kommune
- Kirsti Arvesen Nesheim, Nome kommune

Ressursgruppe:

- Marit Svalastog, PL
- Ann Kristin Ødegaard, Etablererkontoret ved MTNU
- Pål Kleffelgård, Telemarkskanalen regionalpark
- Marianne Dale, Visit Bø
- Mona B Rasmussen, Telemark Fylkeskommune
- Line Ruud Ørslien, Telemark Fylkeskommune
- Christine Hermansen, Telemark Museum

- Solbjørg , Nome Investeringsselskap/ Smakeverket ?
SVARER ETTER PÅSKE
- Øyvind Storhaug, NIRAS/ I. L. Skade/ Skjellaugbakken/ Sluserock/ Grenland Fallskjermklubb ?
SVARER ETTER PÅSKE

- Trainee 1: 1/6 2019 – 1/6 2020
- Trainee 2: 1/6 2020 – 1/6 2021

- ARBEIDSGRUPPE DIGITALT
Trygve Almkvist, droner
Brdr. Gustafsen, VR mm
Nome vgs?
USN?

Samarbeidspartnere:

- MTNU
- Universitetet i Sør-Øst Norge, USN
- Telemark fylkeskommune
- Distriktssenteret
- CUPIDO, Culture Power:
 - Lead partner: Länsstyrelsen Värmland (County Administrative Board)
 - Sweden: Region Värmland. Sunne kommun and Rottneros Park Trädgård AB
 - Norway: Nome kommune and Høgskolen i Sørøst Norge (University College of Southeast Norway)
 - United Kingdom: Highland and Islands Enterprise (HIE), University of St Andrews and Creative Foundation Folkestone
 - Belgium: Gemeente Heuvelland; VZW Festival Dranouter and Hogeschool West Vlaanderen (University of applied sciences HOWEST)
 - The Netherlands: Gemeente Middelburg
 - Germany: Landkreis Wesermarsch

Økonomi:

Aktivitet	2018	2019	2020	2021	Total
Oppfølging (audit) CUPIDO-nettverket	30 000	30 000	30 000		90 000
Andel av felleskostnader CUPIDO	70 000	70 000	70 000		210 000
Trainee-program over 2 år, inkl sosiale kostnader		520 000	520 000		1 040 000
Følgforskning og oppfølging av trainee med USN og Distriktssenteret		52 000	52 000		104 000
Workshop stakeholders, reise	25 000	30 000	32 390	25 000	112 390
Etablere VR-møtelokaler, til benyttelse for kulturaktører og CE		62 530			62 530
Salgsleder 100 % inkl sosiale kostnader	145 000	580 000	580 000	290 000	1 595 000
Etablere lokaler Center of Excellence (CE)	41 550	166 200	166 200	83 100	457 050
Center of Excellence	107 050	200 000	200 000	200 000	707 050
Prosjektledelse	262 080	262 080	262 080	262 080	1 048 320
Sum	680 680	1 972 810	1 912 670	860 180	5 426 340
Finansiering					
Nome kommune egenkapital	100 000	970			100 970
Nome kommune egenkapital Kompetansehus	41 550	166 200	166 200	83 100	457 050
Nome kommune egenandel PL	262 080	262 080	262 080	262 080	1 048 320
EU Interreg North Sea Programme	500 000	500 000	500 000		1 500 000
Sparebankstiftelsen - søker	400 000	400 000	400 000		1 200 000
Telemark fylkeskommune (50% av traineestilling) - søker		260 000	260 000		520 000
Telemark fylkeskommune, regionale utviklingsmidler - søker		200 000	200 000	200 000	600 000
Sum	1 303 630	1 789 250	1 788 280	545 180	5 426 340

EVA: AVKLAR HVA SOM ER REELLE PENGER I PROSJEKTET – HVOR MYE KAN PL DISPONERE TIL TILTAK?

Aktiviteter:

1. Oppfølging (audit) CUPIDO-nettverket
 - a. Felles kostnader for nettverket, prosjektledelse.
2. Andel av felleskostnader CUPIDO
 - a. Felles samlinger, se oversikt i neste avsnitt.
3. Trainee-program over 2 år, inkl sosiale kostnader

- a. 2 x 10 mnd:
- b. Første periode 1/6 2019 – 1/6 2020. Tema:
 - Lage markedsplan for kulturbedriftene i Nome.
 - Lære opp bedrifter i bruk av sosiale medier, lage ukeplaner for bedriftene med fokus på personas og visuell kommunikasjon.
 - Teste ulike tilnærminger.
 - Lage billedplaner.
 - Markedsføring og salg i krysspunktet kommers og kultur, metoder og organisering som fungerer.
 - Utforske om et aktivt kulturliv kan være en metode for å beholde ungdom i et lokalsamfunn.
 - Implementeres i siste prosjektår for videreføring av resultatene i prosjektet. - Sammen med Etablererkontoret undersøke motivasjonsfaktorer for SMB'er innenfor kultur.
- c. Andre periode 1/6 2020 – 1/6 2021. Tema:
 - Lage en VR-plan for markedsføring av kulturopplevelser.
 - Kan planlegging for VR være en case for studentene?
 - Kompetanseoverføring og produktutvikling innenfor kultur og opplevelsesindustri. - Tema settes endelig etter innledende arbeid med VR, se punkt 6.
4. Følgforskning og oppfølging av trainee med USN og Distriktssenteret.
5. Workshop stakeholders, reise.
 - a. WP 3: Power of Culture, DNA of a region.
Arrangere VR-samling for CUPIDO-nettverket i Nome / Telemark i mai/juni 2020.
 - b. WP 4: Visualisation and testing of cultural potentials.
6. Etablere VR, til benyttelse for kulturaktører og Center of Excellence (Kompetanسهuset)
 - a. VR utvikles gjennom samarbeid med lokale og internasjonale aktører og kunnskapsinstitusjoner i 2019.
 - b. Tema for workshop i Telemark mai/juni 2020.
7. Prosjektleder

Lære bedriftene å bli mer synlige og flinkere til å selge
Koble bedrifter sammen for å skape nye produkter.
Skal undersøke om det er potensiale i og interesse for å etablere en organisasjons- og forretningsmodell i samråd med bedriftene etter forskningsbaserte metoder (se pkt 3 b).

 - a. Sammen med Etablererkontoret og kompetanسهuset jobbe med oppfølging og motivasjon til profesjonalisering av kulturbedrifter og arrangementer i regionen.
 - b. Være våken for potensielle arbeidsmetoder og markedskanaler/ -grep som kan øke tilstrømmingen av turister, og øke attraksjonskraften på stedene
8. Etablere lokaler Center of Excellence (CE)
 - a. Kontor for trainee og arrangementskoordinator, i Kompetanسهuset i 3 år, VR-rom, møtested for kulturbedriftsnettverk og nye etablerere.
9. Center of Excellence
 - a. VR-samarbeid, nye modeller for kulturbedriftsnettverk, testsalg og markedsføring. Utarbeidelse av forretningsplan og organisasjonsmodell. Oppfølging av SMB'er med kurs, forskningsbaserte metoder og annen oppfølging.
 - b. Utvikle en arena og møteplass for SMB'er innenfor kultur og kulturarv.
 - c. Undersøke muligheter for å etablere Center of Excellence som næringshage innenfor Proventia, med fokus på kulturbedrifter og deres behov.

Samlinger Interreg North Sea Region:

1. Joint / Start conference / Project Kick-off / Workshop: October 2018. Karlstad, Sweden.
2. Workshop / Project management meeting: May/ June 2019, Sweden.
3. Project management meeting: October 2019, Belgium.
4. Joint / Midterm conference: Q2 2020. Scotland, by HIE.
5. Project management meeting: October 2020. Germany.
6. Joint conference / End conference: Q2 2021. Middleburg.

