



*Regional kartläggning av  
kulturella och kreativa näringar*



## METOD

Regional kartläggning av kulturella och kreativa näringar

## SYFTE

Att skapa en översikt av och förståelse för regionens situation och dess kreativa näringar för att kunna ta ett strategiskt beslut kring vilken satsning du ska göra.

## INTRO

De första frågorna du bör ställa dig, som representant för en region som ska starta en satsning på kreativa näringar är: Vilka är vi? Vilka trender påverkar oss i vår omvärld och hur påverkar det hur vi vill forma vår framtid? Vilka kreativa näringar har vi inom räckhåll som kan passa in i den framtidsvisionen och dess möjligheter? Detta är stora frågor som måste sammanfattas och diskuteras för att utmytna i en gemensam bild av vilken satsning man ska genomföra. Hur kan vi finna vår nisch som låter oss bli musikens Manchester (eller Hultsfred), filmens Hollywood (eller Trollhättan) eller modets Paris (eller Stockholm)?

## STEG-FÖR-STEG

1. Samla en relevant grupp som är en blandning av näringsliv, akademi, of-fentlighet och framför allt entreprenörer inom kreativa näringar (ge dem gärna en symbolisk betalning för att dyka upp).
2. Tänk igenom hur du vill strukturera mallen nedan. Kanske vill du ändra några överskrifter och fokusera på vissa. Printa dem i storformat så de kan sättas upp på väggar eller ligga på bord. Skriv namnet på platsen ni arbetar på i mitten av kartan.
  - Externa trender – vilka påverkar oss i vår omvärld?
  - Styrkeområden – Hitta er nisch.
  - Bubblare – vart bubblar det redan?
  - Subkulturer – vilka subkulturer finns, organiserade eller oorganiserade.
  - Infrastruktur – vad finns, byggnader, vägar, internet, mediacenter, nätverk.
  - Centrala spelare inom ekonomi och politik. Gärna namn på personer.
  - Utmaningar – Vad står vi inför?
3. Vid själva mötet så är det en bra idé att dela in gruppen i uppblandade smågrupper som får fylla i och diskutera kring mallen nedan.
4. Samlas i plenum och diskutera igenom era resultat och vad som kan vara relevant att fokusera på i er region. Vad är styrkorna och vilka nischer har mest potential för tillväxt?

## TID

Cirka en halvdag.

## PLATS

En inspirerande plats med flera rum så att man kan utföra mindre grupparbeten.

## ANTAL DELTAGARE

Minst 5 och kanske max 15.

## MATERIAL

Posters i storformat.

## RESULTAT

En genomarbetad kartläggning baserad på viktiga spelares åsikter och en slags inledande dialog med viktiga partners kring satsningens innehåll och framtid.

CENTRALA SPELARE/PÅVERKARE  
(EKONOMI/POLITIK)

UTMANINGAR

EXTERNA TRENDER

INFRASTRUKTUR

KKN I:

---

STYRKEOMRÅDEN

SUBKULTURER

BUBBLARE