

De kreative erhverv - det kreative arbejdsmarked

-- / Kreativitet som værdiskaber





-- / **Redaktion og analyse:**
Region Syddanmark
Regional Udvikling, Strategi & Analyse
Damhaven 12
7100 Vejle

-- / **Datakilder:**
Danmarks Statistik,
bearbejdet af e-statistik.dk

-- / **Foto:**
Hyldager Fotografi

November 2017

Baggrund

De kreative erhverv omfatter brancher, der bygger på individuel kreativitet, evner og talent - hvis potentiale for vækst og jobskabelse bunder i skabelse og udnyttelse af intellektuelle rettigheder. De kreative erhverv skaber nyt medieindhold, smukt design, lyd og billeder. De bygger stole, tegner huse og giver os oplevelser bag en skærm eller med en god bog i hånden.

De senere år har udfordret de kreative erhverv verdensomt og sammenlignet med de øvrige erhverv i Danmark, har de kreative erhverv

tabt job. De kreative erhverv har brugt krisen til at øge produktiviteten og nogle af de kreative erhverv er begyndt at vinde det tabte terræn tilbage, mens andre fortsat er udfordret. Og udviklingen er uens fordelt mellem regionerne.

Analysen viser udviklingen i beskæftigelse og økonomi i de kreative erhverv. Hvor der skabes job og arbejdspladser, og hvor der indskrænkes. Udviklingen bliver kortlagt nationalt, regionalt og i kommunerne i Region Syddanmark. Et særligt tema i analysen er digitalisering

og disruption i erhvervene bøger og presse og reklame. Temaet belyser drivkræfterne for forandring og deres konsekvenser.

De kreative erhverv afgrænses i denne analyse til erhvervene arkitektur, bøger og presse, design, film og video, indholdsproduktion og computere, kunst og kunsthåndværk, musik, mode, møbler og interiør, radio og tv samt reklame.

Indhold

s.2
Baggrund

s.21
Beskæftigelse i de kreative erhverv

s.45
Værdiskabelse gennem design

s.3
Erhverv under omstilling

s.31
Beskæftigelse i Syddanmark

s.47
Disruption i de kreative erhverv

s.9
Firmaer i de kreative erhverv

s.37
Kreative erhverv vs. kreativ beskæftigelse

s.53
Definitioner, begreber og metode

Erhverv under omstilling

De kreative erhverv har mistet beskæftigelse de senere år og nogle af erhvervene også omsætning. Udviklingen bunder i, at stadig flere tjenesteydelser og forretningsgange digitaliseres, at erhvervene undergår strukturelle forandringer samt effekten af en langvarig lavkonjunktur. De kreative erhverv koncentrerer sig i stigende grad i de store byer, særligt i København. I modsætning til de kreative erhverv, er det kreative arbejdsmarked i vækst. Flertallet af de kreativt uddannede og medarbejdere i kreative stillinger arbejder uden for de kreative erhverv - og både andel og antal er i vækst. Kreative kompetencer nyttiggøres i stigende grad af virksomheder uden for de kreative erhverv og det er derfor gavnligt at fokusere på, hvordan kreativitet skaber værdi og hvordan den bringes i spil forretningsmæssigt.

De kreative erhverv: Et kort overblik

De kreative erhverv beskæftiger 118.145 personer (79.911 årsværk) i Danmark fordelt på 22.166 firmaer i 11 kreative brancher. Det svarer til 4,3 pct. af det samlede antal beskæftigede set over alle brancher i Danmark (5,6 pct. af årsværkene). Samlet omsætter de kreative erhverv for 231 mia. kr., og omsættningen er stigende.

Danmarks fem største byer står for 46,8 pct. af de beskæftigede i de kreative erhverv, sammenholdt med 28,8 pct. af de beskæftigede i alle andre erhverv. De kreative erhverv er altså udprægede byerhverv. Løftes blikket til det regionale niveau, er næsten tre fjerdedele af den samlede beskæftigelse i Hovedstaden og Midtjylland. Knap halvdelen af den samlede beskæftigelse i de kreative erhverv er i Hovedstaden, mens Region Midtjylland står for knap en fjerdedel af beskæftigelsen.

Erhvervene er udfordrede og har tabt 16,7 pct. af alle job i de kreative brancher i perioden 2008-2015 mod et samlet jobtab på 2,3 pct. i alle øvrige erhverv. Der er særlig tabt job for personer uden uddannelse ud over grundskole i de kreative erhverv. I reklamebranchen er der

forsvundet 90 pct. af de job, der blev besat af personer med grundskolebaggrund.

På den positive side, udviser de kreative erhverv en stærkere vækst i produktivitet end de øvrige erhverv. Det er især erhvervene møbler (og interiør) og mode, der driver denne udvikling.

Jobvæksten i de kreative erhverv sker for personer med universitetsuddannelse, men væksten er størst i Hovedstaden. I modsætning hertil mister personer med erhvervs- og grundskoleuddannelse job i de kreative erhverv over hele landet.

I modsætning til de kreative erhverv, er det kreative arbejdsmarked i vækst. I alt 283.708 personer er beskæftiget i det kreative arbejdsmarked, heraf arbejder 58,4 pct. uden for de kreative erhverv i kreative stillinger eller har en kreativ uddannelse. Væksten i det kreative arbejdsmarked er tegn på, at kreative kompetencer skaber værdi og ikke er bundet til de kreative erhverv.

De kreative specialister, dem med både kreative uddannelser og stillinger, er mest

produktive, når de arbejder inden for de kreative erhverv. Omvendt er medarbejdere i kreative stillinger mere produktive, når de arbejder uden for de kreative erhverv. Det kan tyde på, at medarbejdere i kreative stillinger spiller en vigtig rolle, når virksomheder skal drage nytte af forskellige former for kreativitet.

Med 17.372 beskæftigede er 15 pct. af alle, der arbejder inden for de kreative erhverv i Danmark, beskæftigede i Region Syddanmark. De to erhverv møbler og interiør samt mode er regionale styrkepositioner i Syddanmark og med en betydelig produktivitetsvækst er branchen indholdsproduktion og computere en mulig kommende styrkeposition.

Digitalisering giver udfordringer for især erhvervene bøger og presse" samt reklame. Indtægterne fra trykte annoncer og omdelte tryksager er faldet til det halve siden 2007, mens indtægter fra annoncer på internettet er mere end fordoblet i perioden. For de virksomheder, der er mest påvirket af digital disruption, er det vigtigt at tilegne sig nye digitale kompetencer og få disse integreret i deres forretningsmodel.



- **22.166 kreative firmaer, med 118.145 job**
- **Det kreative arbejdsmarked beskæftiger 283.708**
- **231 mia. kr. i omsætning**
- **46,8 pct. arbejder i en af Danmarks 5 største byer**





Trends i de kreative erhverv

Forbedrer produktiviteten

Taber arbejdspladser

Koncentreres i de største byer

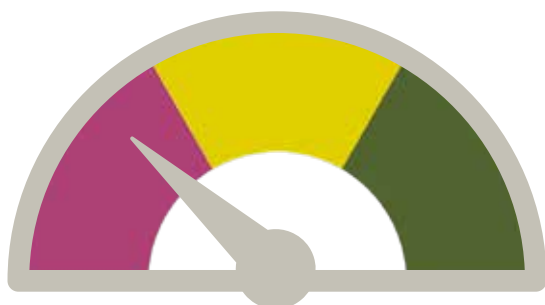
Udsat for disruption af ny teknologi

Voksende kreativt arbejdsmarked

Kreative medarbejdere skaber værdi

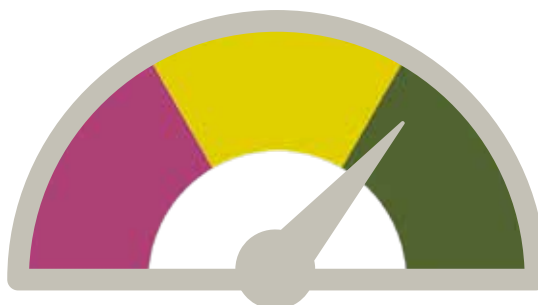


Status for beskæftigelse i Syddanmark



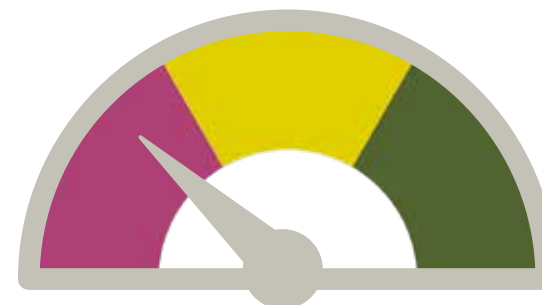
Job for universitets- uddannede

Andelen af universitetsuddannede i de syddanske virksomheder er 53 pct. af andelen på landsplan



Job for erhvervs- uddannede

Andelen af erhvervsuddannede i de syddanske virksomheder er 135 pct. af andelen på landsplan

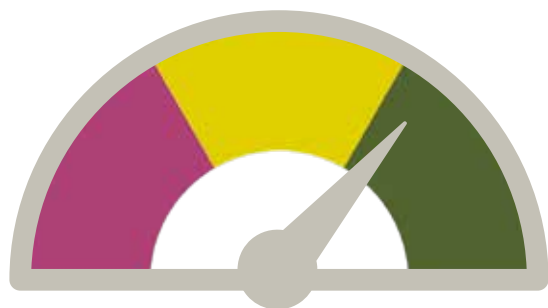


Jobskabelse

De syddanske virksomheder har tabt 16,6 pct. af alle job fra 2008-2015

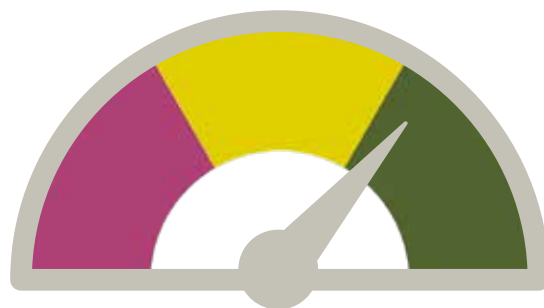


Status for vækst og produktivitet i Syddanmark



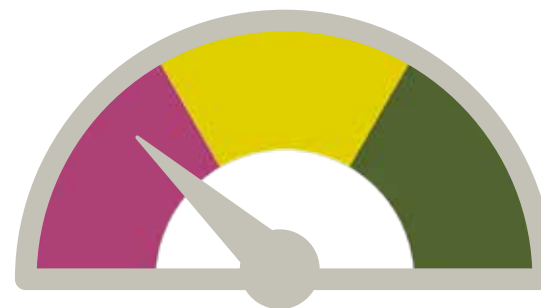
Vækst i Produktivitet

De syddanske virksomheder formår at øge produktiviteten med 34,4 pct. fra 2012-2015



Produktivitet

De syddanske virksomheder har høj værditilvækst: 1,2 mio. kr. per årsværk i gennemsnit



Etablering af nye firmaer

Etableringsraten er faldende i Syddanmark: Et fald fra 8,4 pct. til 7,6 pct. fra 2012-2014





Firmaer i de kreative erhverv

Firmaer i regionerne

I 2015 var der alt i alt 20.166 firmaer i de kreative erhverv fordelt over hele landet. Disse firmaer beskæftiger i alt 79.911 årsværk, svarende til en gennemsnitlig firmastørrelse på 3,6 årsværk. Det gennemsnitlige antal årsværk har ikke ændret sig siden 2012. De øvrige branchers 230.037 firmaer beskæftiger 5 årsværk i gennemsnit.

Der er flest firmaer i de kreative erhverv i Hovedstaden med 49,3 pct. af alle firmaer i 2015, svarende til 10.920 firmaer. Midtjylland har 3.847 firmaer i de kreative erhverv eller 17,4 pct. af totalen.

Region Syddanmark var hjemsted for i alt 2.589 firmaer i de kreative erhverv i 2015, hvilket svarer til 11,7 pct. af det samlede antal firmaer i de kreative erhverv.

I perioden 2012-2015 er der sket en nettotilvækst i bestanden på samlet set 161

firmaer. Hovedstaden står for den største andel af tilvæksten: bestanden er øget med 362 firmaer siden 2012. I de øvrige regioner var der tilbagegang i antal firmaer.

I Syddanmark var der i perioden en netto tilbagegang i bestanden på 58 firmaer, svarende til et fald i antal firmaer på 2,2 pct.

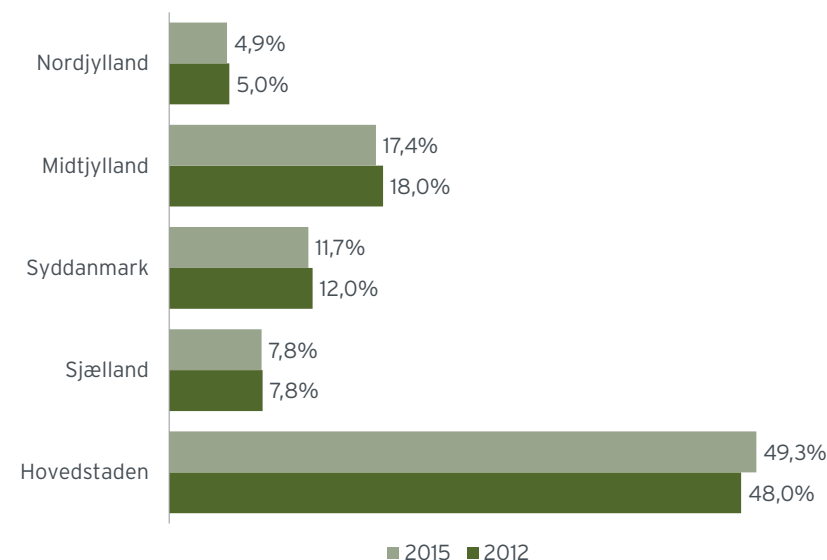
Netto-tallene for firmabestanden beskriver ikke dynamikken i erhvervsudviklingen, dvs. udskiftningen i bestanden af firmaer. Nogle brancher har større udskiftning af firmaer end andre, fx fordi adgangsbarrierer er forskellige. En mere dækkende beskrivelse af dynamikken må derfor omfatte forskelle i etableringsrater i de enkelte kreative erhverv og regioner, dvs. antal nyetablerede virksomheder set i forhold til den samlede bestand.

Antal firmaer i de kreative erhverv 2012-2015

	2012	2013	2014	2015	Ændring 2012-2015	Ændring i pct.
Hovedstaden	10.558	10.593	10.954	10.920	362	3,4%
Sjælland	1.724	1.706	1.699	1.719	-5	-0,3%
Syddanmark	2.647	2.618	2.662	2.589	-58	-2,2%
Midtjylland	3.950	3.901	3.921	3.847	-103	-2,6%
Nordjylland	1.111	1.115	1.103	1.076	-35	-3,2%
Total	22.002	21.946	22.353	22.166	161	0,7%

Kilde: Region Syddanmark & Danmarks Statistik

Fordeling af firmaer i de kreative erhverv i 2012-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Etablering af nye firmaer

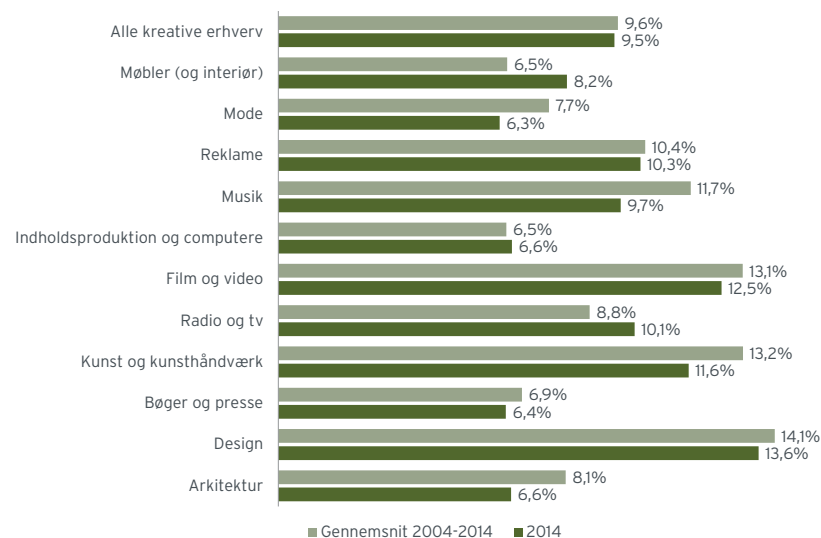
Der etableres flere firmaer i de kreative erhverv, og tilbøjeligheden til at etablere ny virksomhed i de kreative erhverv er samlet set uforandret, når 2004 sammenlignes med 2014. Etableringsraten er i begge år 9,5 pct. nye firmaer set i forhold til bestanden af firmaer i de kreative erhverv.

Etableringsraten i de kreative erhverv er øget i Hovedstaden, fra 10,1 pct. til 10,7 pct., mens raten er faldet i de øvrige 4 regioner. Med andre ord er der en tendens til, at de kreative erhverv koncentrerer sig i Hovedstaden. I Midtjylland er etableringsraten 9 pct., mens de 3 resterende regioner har etableringsrater mellem 7,5 pct. og 7,7 pct.

I de øvrige erhverv er etableringsraten faldet fra 9,4 pct. til 7,6 pct. i perioden, så der er altså en større tilbøjelighed til at etablere et nyt firma i de kreative erhverv sammenlignet med de øvrige erhverv.

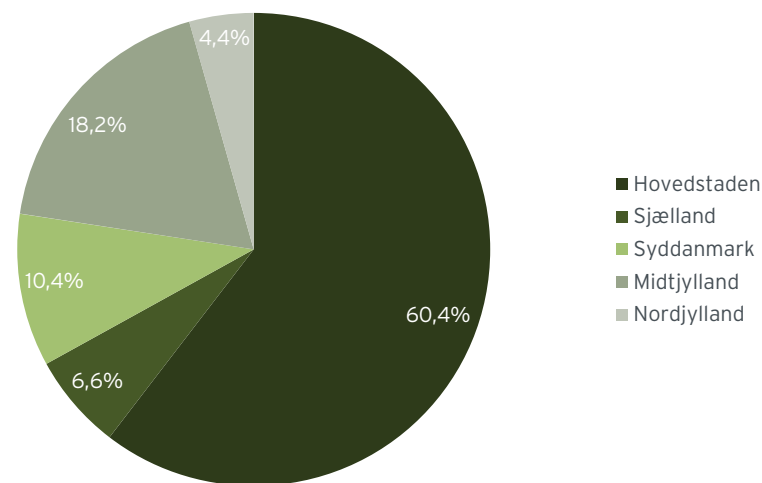
Der er betydelig forskel på etableringsraterne blandt de enkelte kreative erhverv. Design, kunst og kunsthåndværk samt film og video ligger generelt højt - både set over en årrække og i 2014. Produktionserhverv som møbler og interiør samt bøger og presse ligger generelt lavt. Dette antyder, at etableringsraterne er lavest i de kreative erhverv, hvor der skal investeres i et kapitalapparat (møbelproduktion samt bøger og presse) eller kræver en særlig teknisk ekspertise (indholdsproduktion og computere).

Etableringsrater i de kreative erhverv 2004 og 2014



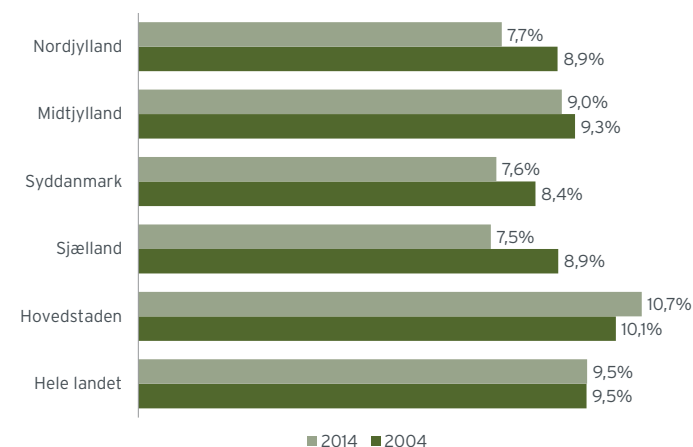
Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Regionernes andel af nyetablerede firmaer i de kreative erhverv i 2014



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Etableringsrate i de kreative erhverv 2004 og 2014 opdelt på regioner



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Firmaer i Syddanmark

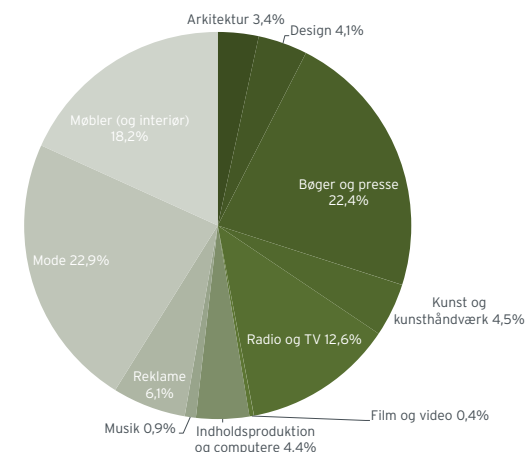
De tre kreative erhverv hvor Region Syddanmark har størst national andel af firmaerne er møbler og interiør med 20,1 pct. af firmaerne, mode med 16 pct. af firmaerne og reklame med 15,3 pct. af firmaerne. I erhvervet film og video er regionen lavest repræsenteret med 6 pct. af firmaerne. 12,8 pct. af firmaerne i de kreative erhverv er hjemmehørende i Syddanmark. Der er flest firmaer inden for bøger og presse, samt reklame og design. Færrest inden for musik samt radio og TV.

Måles beskæftigelsen på antal årsværk, giver det et mere nuanceret billede af de enkelte kreative erhverv. Syddanmark står for 15,8 pct. af årsværkene i de kreative erhverv, men andelen varierer betydeligt mellem de enkelte kreative erhverv. Inden for film og video er andelen lavest med 2,6 pct. mens den er højest inden for møbler og interiør med 23,7 pct. Udover sidstnævnte erhverv, er Syddanmarks andel af beskæftigelsen høj inden for radio og TV, hvilket hænger sammen med TV2's beliggenhed i Odense. Beskæftigelsesandelen svarer omtrent til andelen i øvrige erhverv

inden for mode (18 pct.), design (18,2 pct.) samt kunst og kunsthåndværk (17,6 pct.). De øvrige kreative erhverv i Syddanmark har en beskæftigelsesandel, der ligger 2,1 - 15,4 procentpoint lavere end beskæftigelsesandelen i de øvrige erhverv. Fire erhverv står for 76,1 pct. af de samlede årsværk i Syddanmark: Mode (22,9 pct.), bøger og presse (22,4 pct.), møbler og interiør (18,2 pct.) samt radio og TV (12,6 pct.).

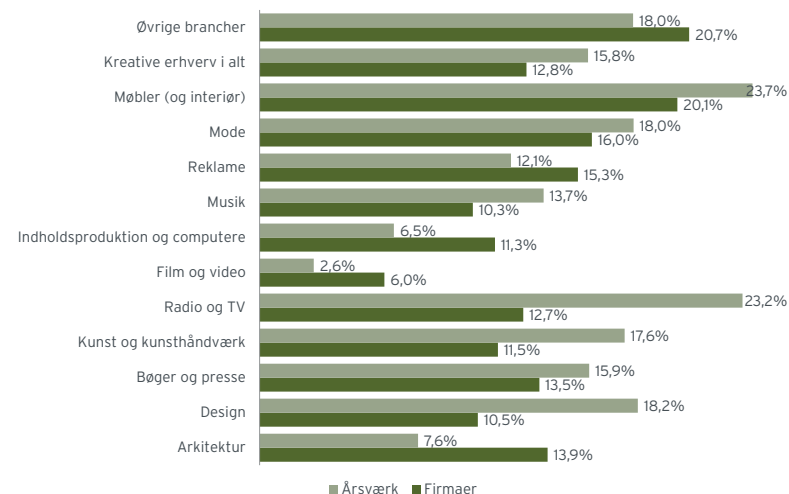
Forskellene i andelene af firmaer og andelene af beskæftigelsen skyldes variation i virksomhedsstørrelse. I erhvervene film og video, beskæftiger firmaerne 0,5 årsværk i gennemsnit i Syddanmark mod 1,2 årsværk på landsplan. Modsætningen hertil er Radio og TV med 17,5 årsværk i Syddanmark samt møbler og interiør med 10,3 årsværk i Syddanmark. Forskellen i firmastørrelse afspejler sandsynligvis, at adgangsbarrierer til brancher som fx film og video er beskedne, mens de er højere inden for i de erhverv, hvor firmaerne er større, fx fordi kapitalbehovet er større i brancher som møbelindustri.

Fordeling af firmaer i de kreative erhverv i Syddanmark i 2015



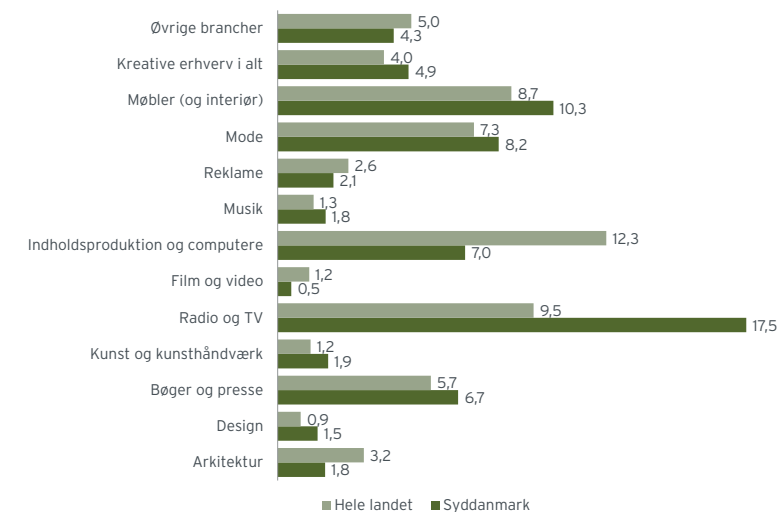
Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Syddanmarks andel af firmaer og årsværk i de kreative erhverv 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Gennemsnitligt antal årsværk i de kreative erhverv i 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

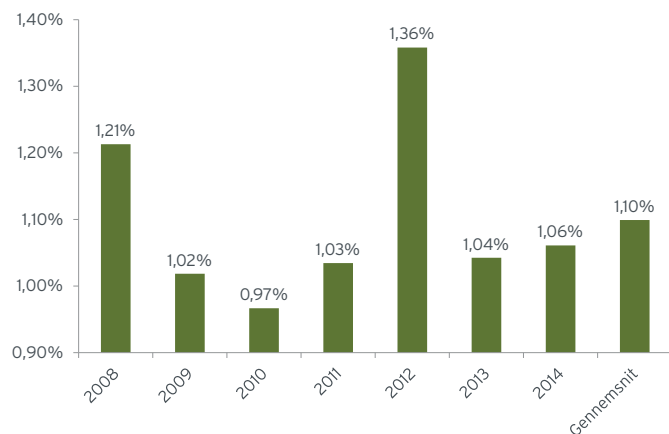
Iværksætteres jobskabelse

Iværksættervirksomheder i Syddanmark skabte i alt 178 job i det første år efter opstart. Faldet på 97 job sammenlignet med 2008 svarer til et fald på 35,3 pct. Iværksætternes jobskabelse er nedadgående i Syddanmark siden 2008, med undtagelse af 2012. Bemærk at opgørelsen af job er registerbaseret og et job ikke er lig et årsværk, men fx kan være deltidsjob. Derfor er der flere job end årsværk.

Set i relation til den samlede jobskabelse i iværksætterbrancherne i Syddanmark, skabes der relativt få nye job i de kreative erhverv. Set over perioden 2008-2014 udgør de kreative erhvervs andel af nye job i virksomhedens første leveår 1,1 pct. Dette skal sammenholdes med, at

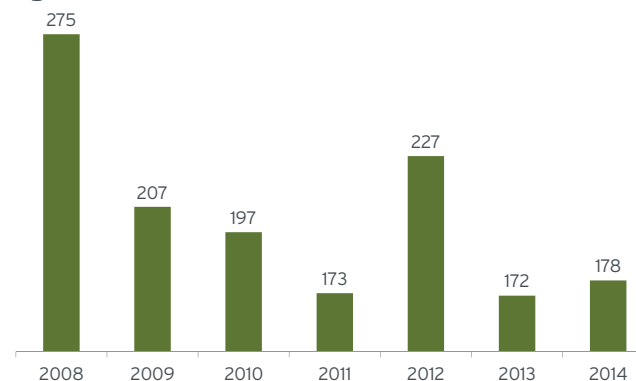
de kreative erhverv udgør mellem 3,9 pct. og 3,1 pct. af den samlede beskæftigelse i regionen fra 2008 til 2014. Trods en høj etableringsrate er de kreative erhverv underrepræsenteret i forhold til den samlede jobskabelse. Desuden skaber de jysk-fynske regioner relativt set færre job i de kreative erhverv, end der skabes i Hovedstaden og Sjælland. I Hovedstaden udgør de kreative erhverv 2,13 pct. af job skabt i nyetablerede virksomheders første leveår. Den rate er næsten det dobbelte af jobskabelsesraten i de jysk-fynske regioner.

Nye job i kreative erhverv som andel af alle nye job i iværksætterbrancher 2008-2014 i Syddanmark



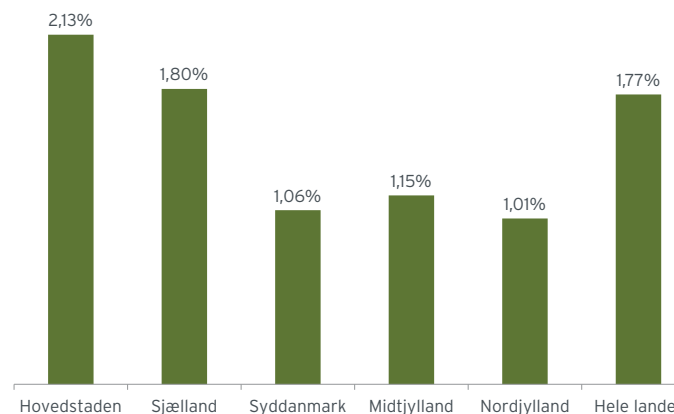
Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Nye job i de kreative erhverv 2008-2014 i Syddanmark



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Nye job i kreative erhverv som andel af alle nye job i iværksætterbrancher 2014 opdelt på regioner



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Faldende Syddansk andel af de nye job

I 2008 blev 14 pct. af de nye job i de kreative erhverv skabt i Syddanmark. Den andel er faldet til 10 pct. i 2014. Midtjylland og Sjælland har ligeledes tabt andele af jobskabelsen, dog i mindre omfang end Syddanmark, mens Nordjylland har fastholdt andelen af jobskabelsen, men på et lavt niveau.

Hovedstaden har øget sin andel af jobskabelsen fra 53 pct. til 61 pct. i perioden

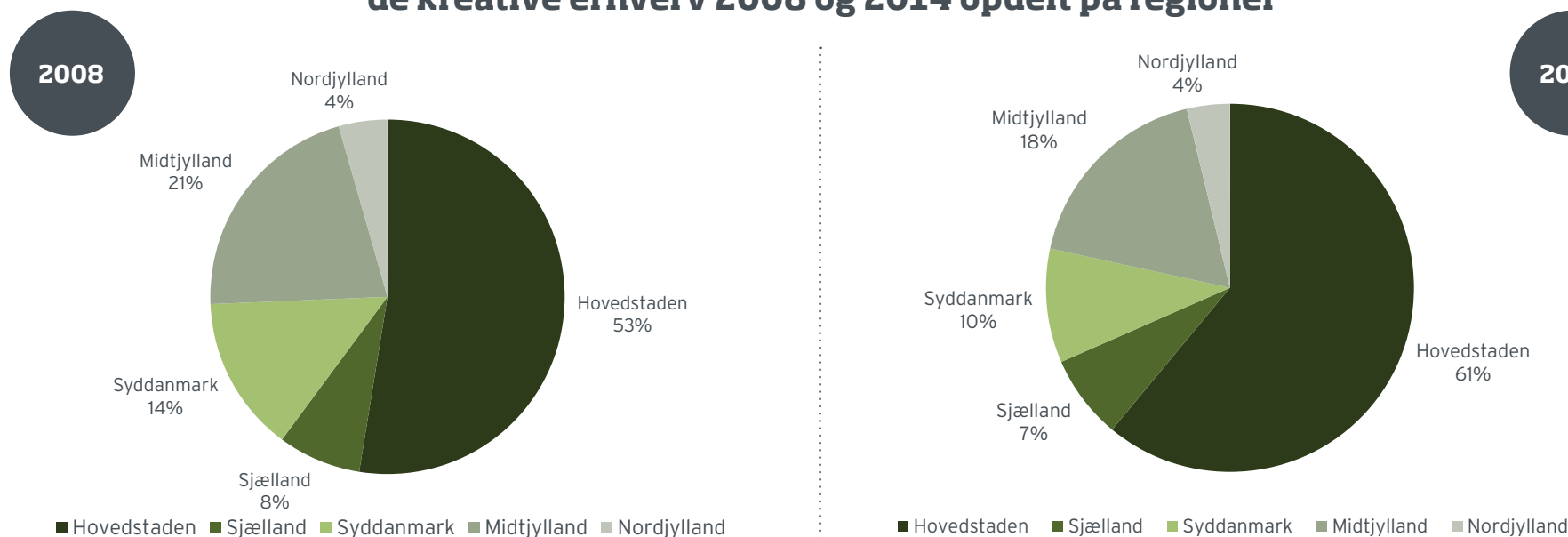
2008 til 2014, noget der bidrager til en øget koncentration af de kreative erhverv i Hovedstaden.

Tallene er udtryk for en udvikling hen mod en stigende koncentration af de kreative erhverv i de større byer, herunder at medarbejdersammensætningen i de kreative erhverv er under forandring.

I nogle erhverv, fx bøger og presse, be-

tyder digitaliseringen, at der trykkes færre aviser, magasiner og tryksager. Det skaber overkapacitet blandt trykkerier, og mindsker behovet for grafiske medarbejdere såsom typografer. Desuden er efterspørgslen efter omdeling af tryksager og gratisaviser reduceret og mange af de job, der varetager den funktion er forsvundet. Disse problemstillinger beskrives i denne analyses afsnit om beskæftigelsesudviklingen i de kreative erhverv.

Fordeling af job i nystartede virksomheder i de kreative erhverv 2008 og 2014 opdelt på regioner



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Højere vækst i Syddanmark

De kreative erhverv omsatte sammenlagt for 231.093 mio. kr. i 2015, en stigning på knap 25 mia. kr. eller 12,1 pct. siden 2012. En del af denne stigning skyldes en ændring af Danmarks Statistiks opgørelser, hvor virksomheder inden for radio og TV nu inkluderes i regnskabsstatistikken. Ses der bort fra erhvervet radio og TV er den samlede vækst 10,1 pct. på landsplan og 12,5 pct. i Syddanmark.

Med 50 pct. af de kreative erhvervs omsætning, har Hovedstaden den største andel af omsætningen i de kreative erhverv. Midtjylland har 26,1 pct. af omsætningen, mens Syddanmark står for 15,1 pct. af omsætningen. Nordjylland har 4,4 pct. og Sjælland har 3,5 pct. af omsætningen.

Virksomhederne i Syddanmark har 15,1 pct. af den samlede omsætning i de kreative erhverv og samlet set stiger omsætningen i de kreative erhverv mere i Syddanmark end sammenlignet med landsplan. Med 37,2 pct. af omsætningen i regionens kreative erhverv, er mode det største af de kreative erhverv i regionen, efterfulgt af møbler og interiør (18,5 pct.), radio og TV (16,5

pct.) samt indholdsproduktion og computere (7,5 pct.). Sidstnævnte erhverv er kendetegnet ved den største vækst blandt regionens kreative erhverv med en omsætningsvækst på 83,4 pct. i perioden 2012-2015.

Højdespringeren i samlet omsætningsvækst er erhvervet mode, der er vokset med 10,9 mia. kr. 2012-2014. Her tegner Hovedstaden sig for 66 pct. af væksten og Midtjylland for 29 pct. af væksten - i alt 95 pct.

Erhvervet reklame har været presset på landsplan, med en tilbagegang på 2,8 mia. kr. i omsætning, men i Syddanmark har de syddanske virksomheder fastholdt deres omsætning med en stigning på 27 mio. kr. (2,4 pct. vækst).

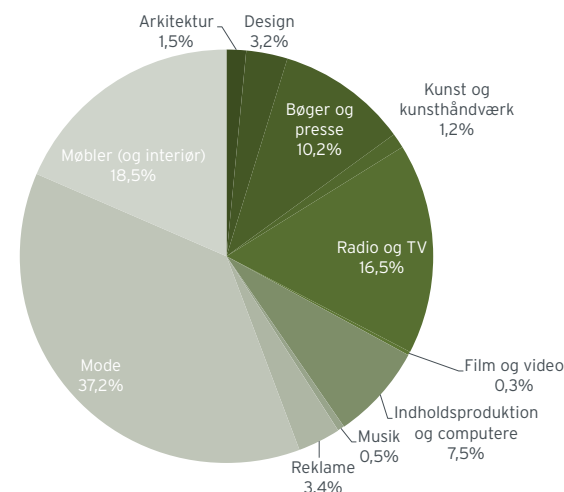
Den beregnede omsætning tager udgangspunkt i hovedsædets beliggenhed også selvom et firma har filialer i flere regioner. Omsætningsandelen afspejler derfor ikke præcist den geografiske fordeling af virksomhedernes økonomiske aktivitet.

Omsætning i de kreative erhverv 2012-2015 (mio. kr.)

	2012	2013	2014	2015	Ændring 2012-2015	Ændring i pct.	Andel 2015
Hovedstaden	104.079	107.914	109.664	115.483	11.404	11,0%	50,0%
Sjælland	8.684	8.306	8.487	8.061	-623	-7,2%	3,5%
Syddanmark	29.701	31.147	31.540	34.993	5.292	17,8%	15,1%
Midtjylland	52.445	55.143	58.638	60.410	7.965	15,2%	26,1%
Nordjylland	9.230	9.185	8.786	10.131	900	9,8%	4,4%
Hele landet	206.153	213.708	219.130	231.093	24.940	12,1%	100,0%

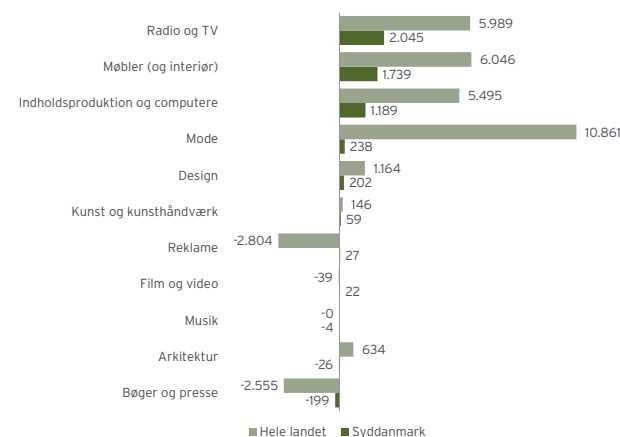
Kilde: Region Syddanmark & Danmarks Statistik

Omsætningsfordeling i de kreative erhverv i Syddanmark 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Omsætningsvækst i de kreative erhverv i Syddanmark og hele landet 2012-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Mere eksport end øvrige erhverv

Med en eksport på 39,1 pct. af omsætningen, eksporterer de kreative erhverv mere end øvrige erhverv, hvor eksportandelen er 28,9 pct. Den samlede eksportandel er lavere i Syddanmark, hvor øvrige erhverv eksporterer 23,9 pct. af omsætningen og de kreative erhverv eksporterer 32,8 pct. af omsætningen.

Eksportandelen varierer dog betragteligt i de enkelte kreative erhverv. Møbler og interiør,

mode, samt indholdsproduktion og computere har en betydelig eksportaktivitet med eksportandele på 45 pct. eller derover på landsplan.

Blandt de store kreative erhverv har de syddanske virksomheder en større eksportandel inden for møbler og interiør, indholdsproduktion og computere, design samt bøger og presse, hvor eksportandelen er højere end landsgennem-

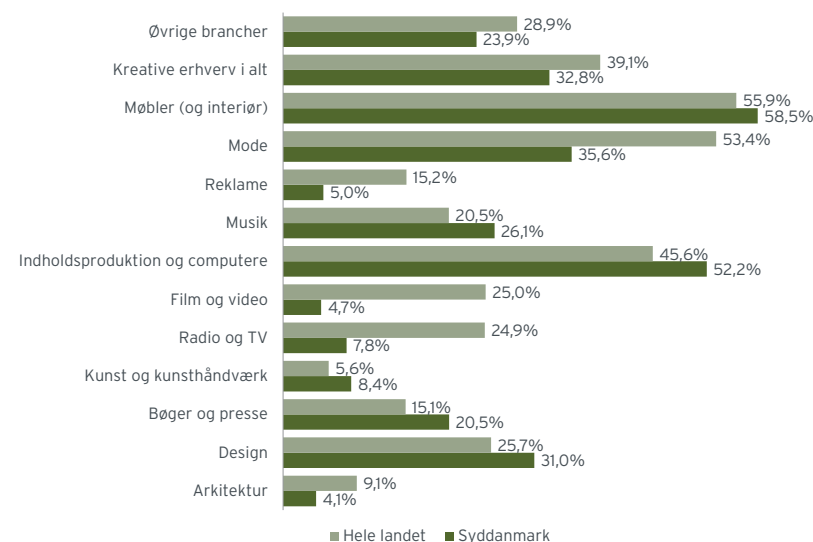
snittet. Til gengæld er syddanske virksomheder inden for mode mindre internationaliserede, med en eksportandel på 35,6 pct. mod et landsgennemsnit på 53,4 pct.

Samlet set vokser eksporten i de kreative erhverv mere i Syddanmark end det øvrige land. I perioden er eksporten steget med 30 pct. i Syddanmark mod 16,2 pct. på landsplan. Det er især et fald i modeeksporten i det øvrige land,

koblet med en stigning i Syddanmark, der giver denne forskel.

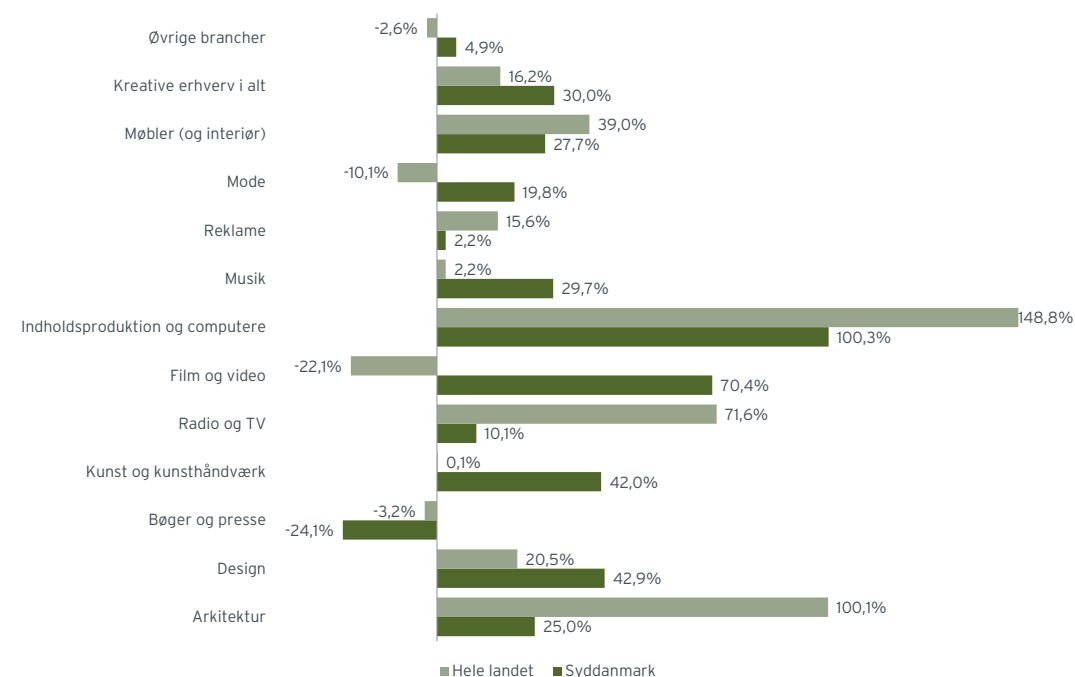
Eksportvæksten inden for indholdsproduktion og computere distancerer væksten i de øvrige kreative erhverv. På landsplan er der sket en stigning på 148,8 pct. i perioden 2012-2015, mens eksporten er fordoblet i Syddanmark.

Eksportandele i de kreative erhverv 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

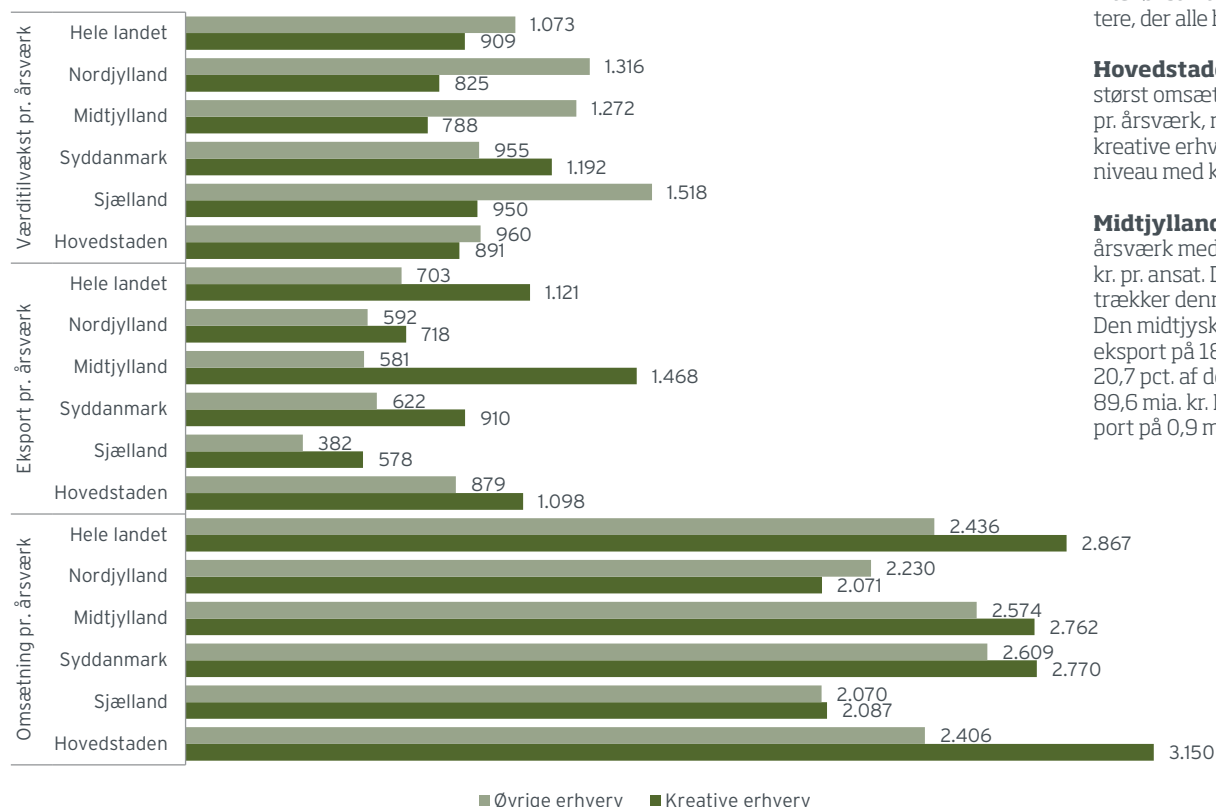
Eksportvækst i de kreative erhverv 2012-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Høj produktivitet i Syddanmark

De kreative erhvervs produktivitet i 2015 opdelt på regioner (tusinde kr. pr. årsværk)



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

De kreative erhverv 15 pct. større omsætning pr. ansat og 37,3 pct. større eksport pr. årsværk end de øvrige erhverv. Flere kreative erhverv er udprægede eksporterhverv, hvilket særlig gælder for mode, møbler og interiør samt indholdsproduktion og computere, der alle har høje eksportkvoter.

Hovedstadens kreative erhverv har størst omsætning pr. årsværk, 3,15 mio. kr. pr. årsværk, mens midtjyske og syddanske kreative erhverv ligger på omtrent samme niveau med knap 2,8 mio. kr. pr. årsværk.

Midtjylland har den højeste eksport pr. årsværk med en eksport på knap 1,5 mio. kr. pr. ansat. Det er især modebranchen, der trækker denne region opad i opgørelsen. Den midtjyske modebranche har en samlet eksport på 18,5 mia. kr., hvilket svarer til 20,7 pct. af den samlede kreative eksport på 89,6 mia. kr. Den syddanske kreative eksport på 0,9 mio. kr. pr. årsværk er lidt under

landsgennemsnittet, men stadig mere end de øvrige brancher i Syddanmark.

Produktive virksomheder bidrager mere til samfundsudviklingen - de betaler højere lønninger, skaber større overskud til ejerne, og betaler mere skat. Værditilvæksten pr. medarbejder er et godt mål for produktivitet¹. Samlet set har de kreative erhverv en 18 pct. lavere værditilvækst pr. årsværk, og altså en lavere produktivitet end øvrige erhverv.

De kreative erhverv i Syddanmark udmærker sig ved at have den højeste produktivitet sammenlignet med de øvrige regioner. Værditilvæksten i Syddanmark er 1,2 mio. kr. pr. årsværk - 31,1 pct. højere end gennemsnittet for hele landet. Til sammenligning er værditilvæksten pr. årsværk i øvrige erhverv i Syddanmark 11 pct. lavere end landsgennemsnittet.

¹ Værditilvæksten, udtrykker forskellen mellem virksomhedens omsætning og de omkostninger den har til leverandører af maskineri, materialer, energi og serviceydelser. Produktivitet måles i denne erhvervsanalyse som arbejdsproduktivitet, hvor værditilvækst sættes i forhold til antal årsværk. Arbejdsproduktivitet tager ikke hensyn til virksomhedens investeringer i øvrige produktionsfaktorer, fx produktionsapparat og it-systemer. Når arbejdskraft kan erstattes af andre produktionsfaktorer, fører det som hovedregel til forøgelse af arbejdsproduktiviteten, fx når virksomheden investerer i automatisering.

Størst produktivitetstsvækst i Hovedstaden og Syddanmark

Produktivitetstsvækst er afgørende for en virksomheds udvikling og et erhvervs konkurrenceevne. I perioden 2012-2015 er produktiviteten, målt som værditilvækst pr. årsværk, øget med 31,1 pct. i de kreative erhverv. Til sammenligning øgede de øvrige erhverv værditilvæksten pr. årsværk med blot 1,3 pct. i samme periode. Udviklingen tyder på, at de kreative erhverv har brugt den økonomiske krise på at effektivisere. De kreative erhverv har øget den samlede værditilvækst med 32,8 pct. 2012-2015, mens antal årsværk blot er steget 1,3 pct.

Det er især virksomhederne i Hovedstaden og Syddanmark, der har formået af øge produktiviteten. I Hovedstaden er produktiviteten øget med 46,4 pct. og i Syddanmark med 34,4 pct. Produktivitetstsvæksten afspejler sig dels i en forøgelse af omsætningen pr. årsværk og dels i en stigning i eksporten pr. årsværk. I Hovedstaden er eksporten pr. årsværk således steget med 44,5 pct. 2012-2015.

Produktivitetstsvækst i de kreative erhverv 2012-2015 (mio. kr.)

	Omsætning pr. årsværk	Eksport pr. årsværk	Værditilvækst pr. årsværk
Hovedstaden	11,0%	44,5%	46,4%
Sjælland	-1,5%	14,9%	-6,7%
Syddanmark	13,5%	12,0%	34,4%
Midtjylland	12,8%	21,0%	18,3%
Nordjylland	2,5%	5,1%	18,7%
Hele landet	10,8%	28,4%	31,1%

Kilde: Region Syddanmark & Danmarks Statistik

Der er betydelige produktivitetstsvækkelse mellem de enkelte kreative erhverv. Kunst og kunsthåndværk ligger i bunden med en værditilvækst pr. årsværk på 322 tusinde kr. (258 i Syddanmark). Dette afspejler dels, at der ikke er væsentlige adgangsbarrierer til de kunstneriske erhverv og måske også, at mange udøvere motiveres af glæden ved at skabe mere end erhvervets økonomiske udbytte.

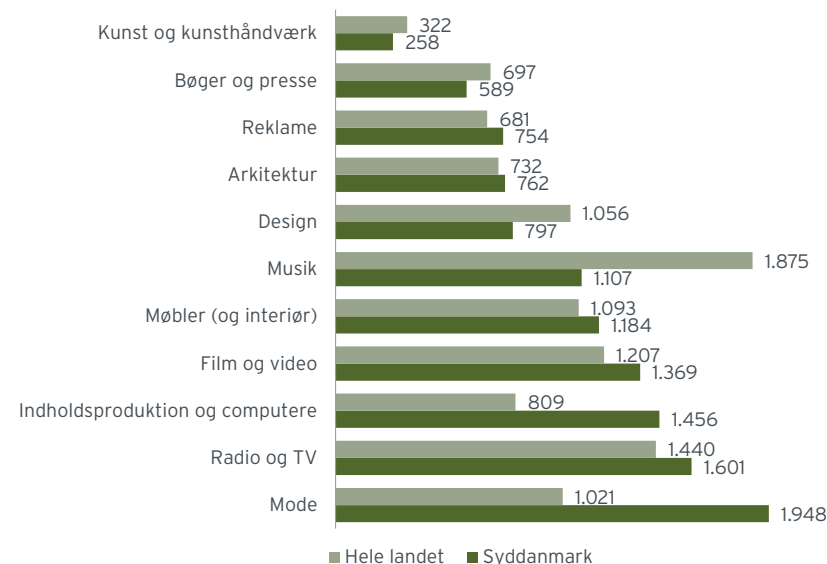
De mest produktive af de kreative erhverv i Syddanmark er indholdsproduktion og computere, radio og TV samt mode. Den højeste værditilvækst pr. årsværk findes i erhvervet mode i Syddanmark, hvor virksomhederne skaber en værditilvækst på 1,9 mio. kr. pr. årsværk - 91 pct. mere end landsgennemsnittet for erhvervet mode.

Med undtagelse af erhvervet bøger og presse, der har 15,4 pct. lavere produktivitet end landsgennemsnittet, har de beskæftigelsesmæssigt-

betydende kreative erhverv i Syddanmark haft en produktivitet, der er højere end landsgennemsnittet. Det gælder møbler og interiør med 8,4 pct. højere produktivitet, radio og TV med 11,4 pct. højere produktivitet samt mode med 90,8 pct. højere produktivitet. Derudover har indholdsproduktion og computere 80 pct. højere produktivitet og udgør 4,4 pct. af de syddanske kreative årsværk.

Erhvervet bøger og presse har særlige udfordringer, idet store dele af den grafiske branche er udsat for teknologisk disruption, hvor mange af deres produkter og ydelser erstattes af online ydelser. Det er fx tilfældet med husstandsdelte reklamer og annoncer i aviser og blade, der erstattes af gratis nyhedsmedier, Googlesøgninger og målrettet Facebook-annoncering. Denne udvikling behandles særskilt senere i denne analyse.

Produktivitet i de kreative erhverv 2015 (værditilvækst pr. årsværk i 1.000'er kr.)



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Færre overlever i Syddanmark

De syddanske iværksættervirksomheder er bedre til at overleve, sammenlignet med landet som helhed. Ser man på iværksætterårgangen 2008 - dvs. firmaer, der er etableret i 2008, så er 47,3 pct. i live i 2016 i Syddanmark, mens tallet på landsplan er 45,1 pct.

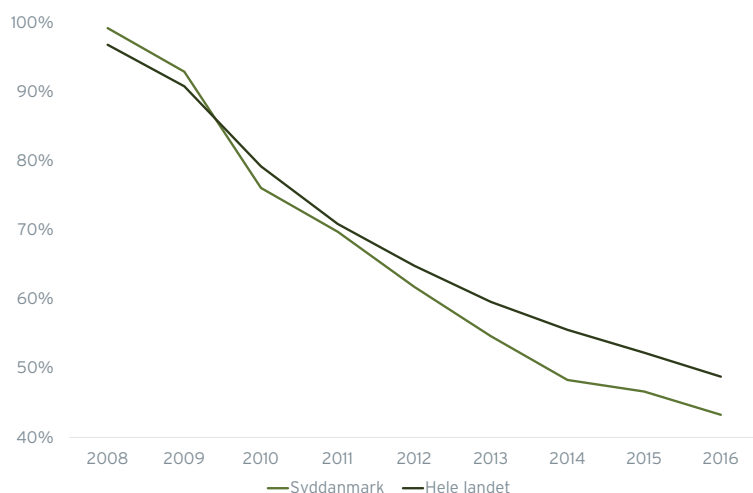
I de kreative erhverv er det omvendt. Her er de syddanske iværksættervirksomheder kendetegnet ved en lavere overlevelsesrate, end virksomheder i landet som helhed. For iværk-

sætterårgangen 2008 var 48,8 pct. af virksomheder stadig i live i 2016 på landsplan, mens 43,3 pct. af virksomhederne i Syddanmark var i live i 2016.

Virksomheder i de kreative erhverv i Syddanmark overlever altså ikke i samme omfang, som i resten af landet, hvilket kan hænge sammen med tendenserne til øget koncentration i Hovedstaden samt den digitale udvikling.

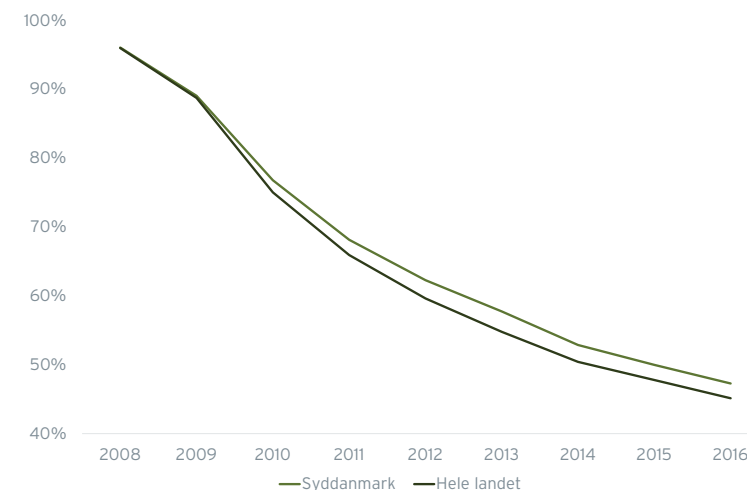
I Syddanmark overlever **43 pct.** af de nye kreative virksomheder mindst 9 år mod **49 pct.** på landsplan

Overlevelsesrater for firmaer stiftet i 2008 i de kreative erhverv



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Overlevelsesrater for firmaer stiftet i 2008 i andre erhverv



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik





Beskæftigelse i de kreative erhverv

Beskæftigelse i de kreative erhverv

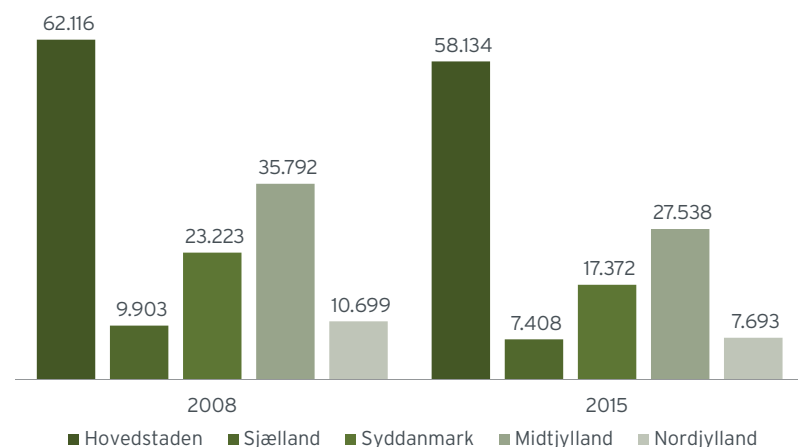
De kreative erhverv beskæftiger i alt 118.145 personer målt ud fra den registerbaserede arbejdsstyrkestatistik. Der er flest job i Hovedstaden og næstflest i Midtjylland. Samlet er beskæftigelsen i de kreative erhverv faldet med 16,6 pct. i perioden 2008 til 2015. Denne udvikling skal ses i relation til et beskæftigelsesfald på 2,3 pct. i de øvrige erhverv. De kreative erhverv har således været betydeligt hårdere ramt af beskæftigelsesnedgang, end landets øvrige erhverv i denne periode.

Alle regionerne har været ramt af tilbagegang, men de kreative erhverv i Region Hovedstaden har tabt færrest arbejdspladser i de kreative erhverv, 6,4 pct. i forhold til niveauet i 2015. De øvrige regioner har mistet mellem 23,1 pct. og 28,1 pct. af alle job i de kreative erhverv i samme periode.

Det er vigtigt at understrege, at job er opgjort ved hjælp af den registerbaserede arbejdsstyrke og at der ikke skelnes mellem fuld- og deltidsansatte i opgørelsen af de

beskæftigede. Årsværk og antal job kan ikke umiddelbart sammenlignes, da årsværk er målt som antal fuldtidsstillinger over et helt år, mens de registerbaserede job opgøres som antal beskæftigede ved udgangen af november. Udviklingen i antal årsværk og antal job følger dog hinanden og er for 2012-2015 ens, nemlig en vækst på 1,3 pct.

Antal beskæftigede i de kreative erhverv opdelt på regioner 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Udvikling i antal beskæftigede i de kreative erhverv opdelt på regioner 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

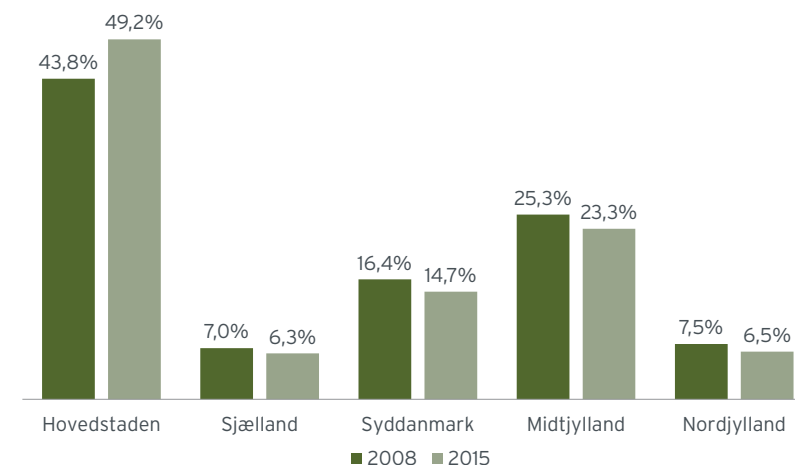
Højere andel beskæftigede i Hovedstaden

Næsten halvdelen af beskæftigelsen i de kreative erhverv i 2015 er i Hovedstaden, svarende til 49,2 pct. Den andel er steget siden 2008, mens de øvrige regioner alle har tabt andele. De næste 23,3 pct. er beskæftiget i Midtjylland, hvor det er Herning, Ikast-Brande, Silkeborg, Skanderborg og Århus, der alle har en relativt høj andel af beskæftigelsen. Region Syddanmark har 14,7 pct. af beskæftigelsen, mens Sjælland og Nordjylland deles om de resterende 12,8 pct.

Syddanmark under landsgennemsnittet

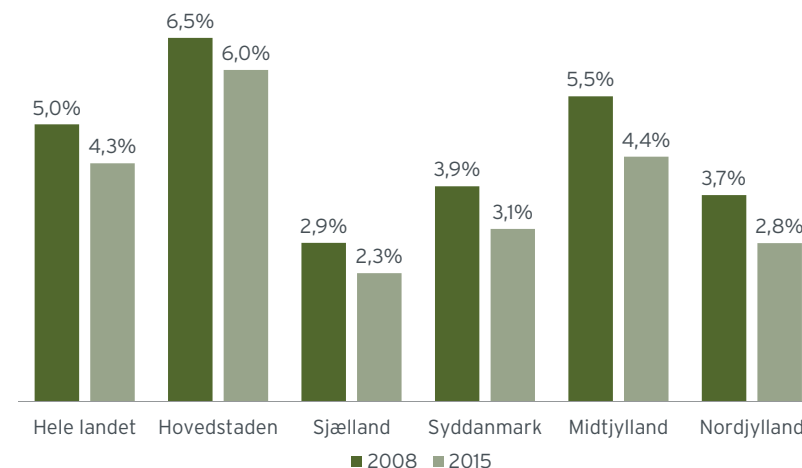
De kreative erhverv har en beskedne andel af den samlede beskæftigelse - i gennemsnit 4,3 pct. på landsplan i 2015. Region Hovedstaden er mere specialiseret inden for de kreative erhverv end de øvrige regioner, med 6 pct. af den samlede beskæftigelse inden for de kreative erhverv. Midtjylland er næstmest specialiseret i de kreative erhverv med 4,4 pct. af de beskæftigede. Region Syddanmark har 3,1 pct. beskæftigede i de kreative erhverv, et fald fra 3,9 pct. i 2008. Det bør bemærkes, at beskæftigelsesandelen er faldet i samtlige regioner, men mest i Region Midtjylland, hvor faldet er 1,1 pct. Siden 2008 har de kreative erhverv altså mistet en del af deres beskæftigelsesmæssige betydning.

Regionernes andel af de beskæftigede i de kreative erhverv 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Andel beskæftigede i de kreative erhverv opdelt på regioner 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Få "kreative" kommuner

Relativt få kommuner er specialiseret inden for de kreative erhverv og i langt de fleste kommuner udgør de kreative erhverv en beskeden andel af den samlede beskæftigelse. I 56 af de 99 kommuner er andelen af beskæftigede i de kreative erhverv lavere end 3 pct. af det samlede antal beskæftigede.

Danmarkskortet til højre afbilder kommunerne efter deres andel af beskæftigede i de kreative erhverv. Jo mørkere farve, jo større andel af beskæftigelsen i de kreative erhverv.

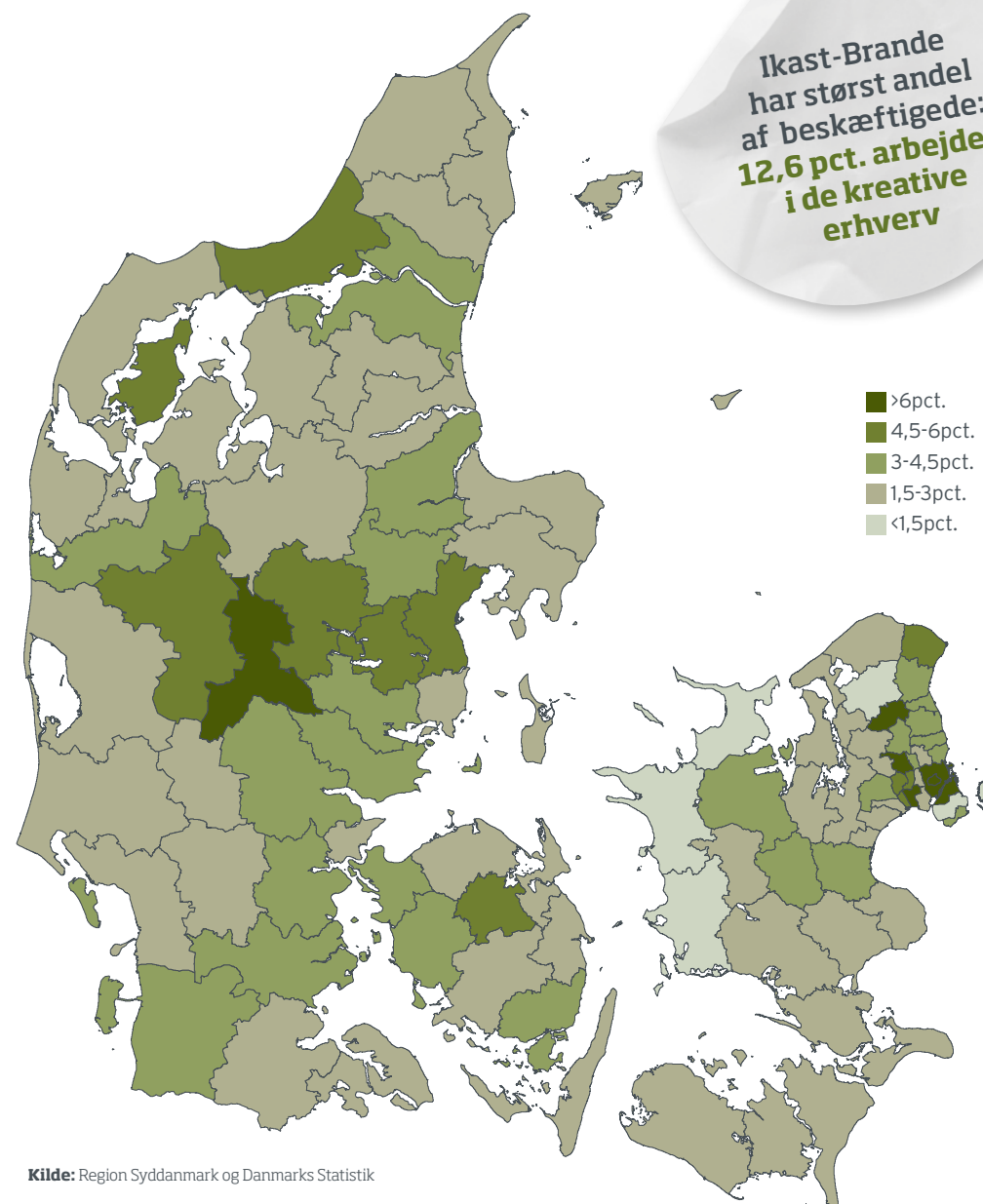
Ikast-Brande skiller sig ud fra de øvrige kommuner med en andel på 12,6 pct. af de beskæftigede inden for de kreative erhverv. Dette skyldes primært tilstedeværelsen af nogle af landets største modekoncerner i kommunen, fx Bestseller, BTX Group og Thygesen Textile Group.

I Jylland er de kreative erhverv vigtigst i fire kommuner i Region Midtjylland. I kommunerne Herning, Ikast-Brande, Silkeborg, Skanderborg og Århus er der en beskæftigelsesandel højere end 4,5 pct.

I Syddanmark er Odense den eneste kommune med en beskæftigelsesandel højere end 4,5 pct. i de kreative erhverv.

De kreative erhverv i København er beskæftigelsesmæssigt vigtige og udgør 9,1 pct. af de beskæftigede. Nogle omegnskommuner har en høj andel af deres beskæftigelse i de kreative erhverv. Det gælder især Allerød med 10,3 pct. og Brøndby med 8,1 pct. af kommunernes beskæftigelse i de kreative erhverv.

Andel beskæftigede i de kreative erhverv opdelt på kommuner 2015



Koncentreret i de store byer

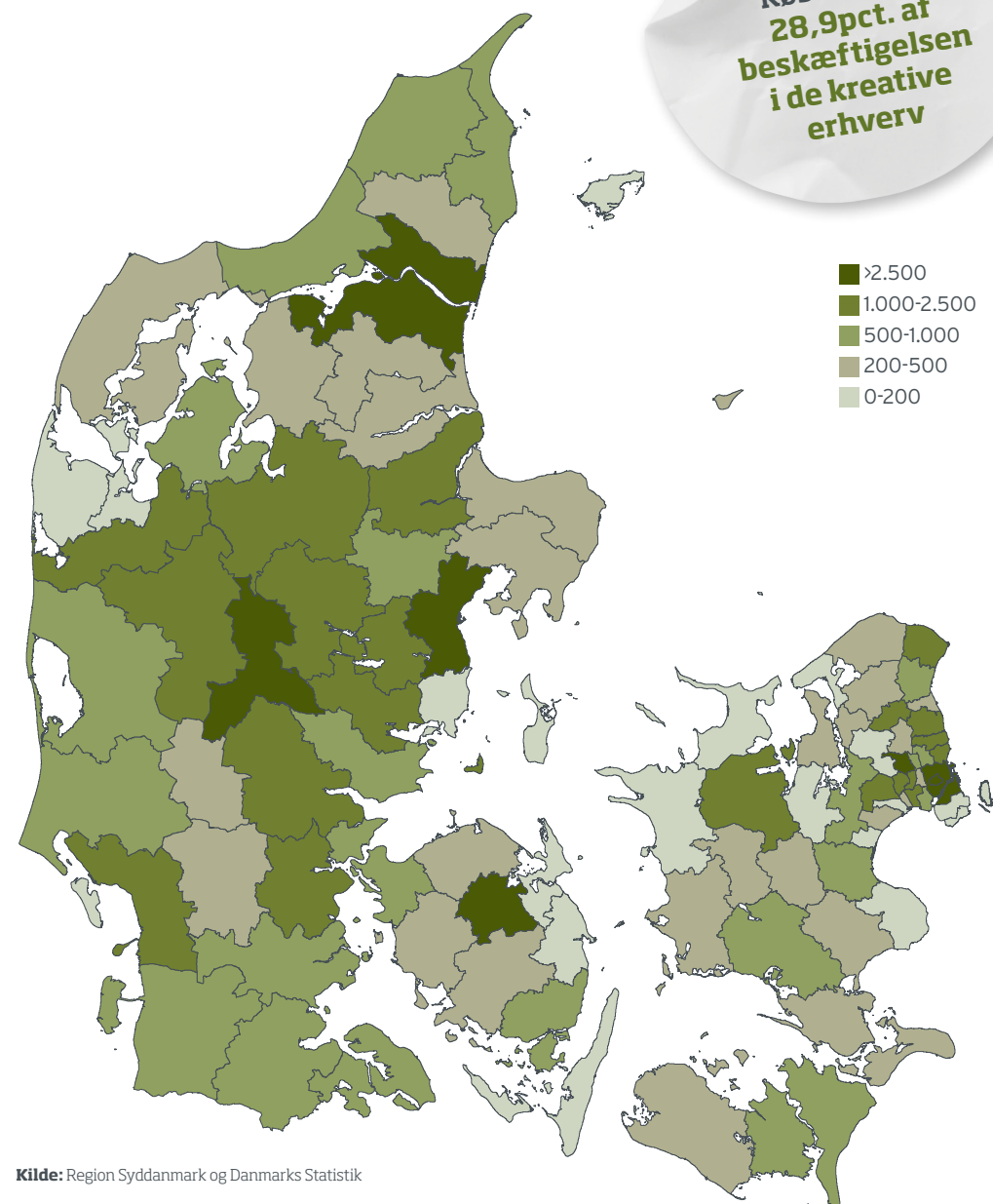
De kreative erhverv er udprægede byerhverv. Danmarkskortet til højre viser de enkelte kommuners antal af beskæftigede i de kreative erhverv opdelt på fem størrelsesgrupper. Jo mørkere farve, jo flere beskæftigede i de kreative erhverv. De mørkeste felter findes omkring de store byer i Danmark. ses ved, at beskæftigelsen er koncentreret omkring de store byer i Danmark. Undtagelsen fra reglen er Ikast-Brande kommune, der har femte-flest beskæftigede i de kreative erhverv med 2.891 beskæftigede.

I alt seks kommuner står for halvdelen af den samlede beskæftigelse inden for de kreative erhverv i Danmark: København har flest med 34.161 beskæftigede i de kreative erhverv. I de kreative erhverv beskæftiger Århus 10.346, Odense 4.500, Aalborg 3.626, Ikast-Brande 2.891, Frederiksberg 2.673 og Ballerup 2.629. 20 kommuner står for de næste 25 pct. af beskæftigelsen og har hver mellem 500 - 1.000 beskæftigede. 72 kommuner med mindre end 500 beskæftigede i de kreative erhverv, står for de resterende 25 pct.

I Region Syddanmark er det de befolkningsmæssigt store kommuner, der har flest beskæftigede i de kreative erhverv. Odense med 4.500 har flest, efterfulgt af Kolding med 1.964, Vejle med 1.614 og Esbjerg med 1.375.

Det er måske overraskende, at Billund kommune beskæftiger forholdsvis få inden for de kreative erhverv, da kommunen er hjemsted for en af Danmarks mest designtunge virksomheder, LEGO. Trods en nylig kåring som verdens mest værdifulde brand, involvering i filmhits som Lego Movie 1 og 2 er LEGO ikke en del af de kreative brancher. Men virksomheden beskæftiger mange med jobfunktion inden for fx design og reklame. Dette afspejler et mere generelt problem, idet mange virksomheder har in-sourcet opgaver som design og reklame og derfor ikke vil opgøres som en del af de kreative erhverv, selvom kreativitet er særdeles vigtigt for disse virksomheder. Det er således vigtigt at skelne mellem det kreative arbejdsmarked og de kreative erhverv

Kommunernes antal beskæftigede i de kreative erhverv 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

De kreative erhverv er byerhverv

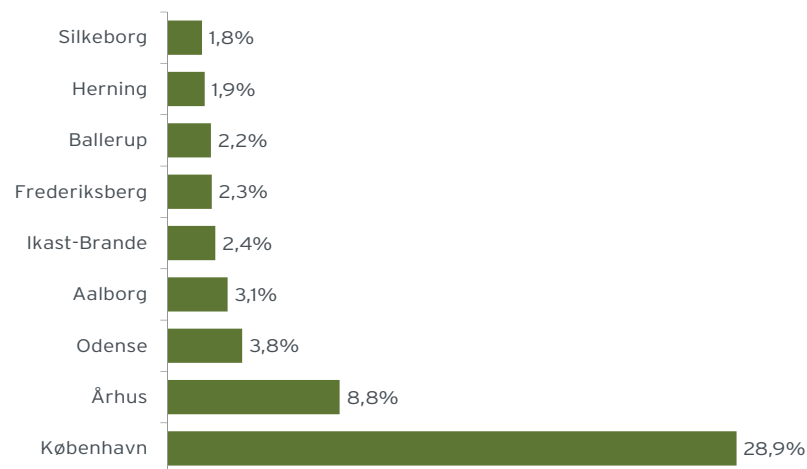
De største kommuner beskæftiger flest inden for de kreative erhverv. 46,8 pct. af de beskæftigede i de kreative erhverv arbejder i en af de fem største kommuner - og disse kommuner er bykommuner. København står for en stor andel af beskæftigelsen i de kreative erhverv, 28,9 pct. af de kreative erhvervs samlede beskæftigelse er i København. Århus indtager en forholdsvis sikker andenplads med 8,8 pct. af den samlede beskæftigelse.

Undtagelsen fra mønstret er Ikast-Brande kommune, der sniger sig ind foran Frederiksberg i forhold til antal beskæftigede i de kreative

erhverv. Ikast-Brande er således også den kommune, hvor de kreative erhverv beskæftiger den største andel af samtlige beskæftigede - 12,6 pct. i 2015. Den høje andel af beskæftigede i de kreative erhverv er en afspejling af den historiske koncentration af tekstil og modevirksomheder i den del af Midtjylland.

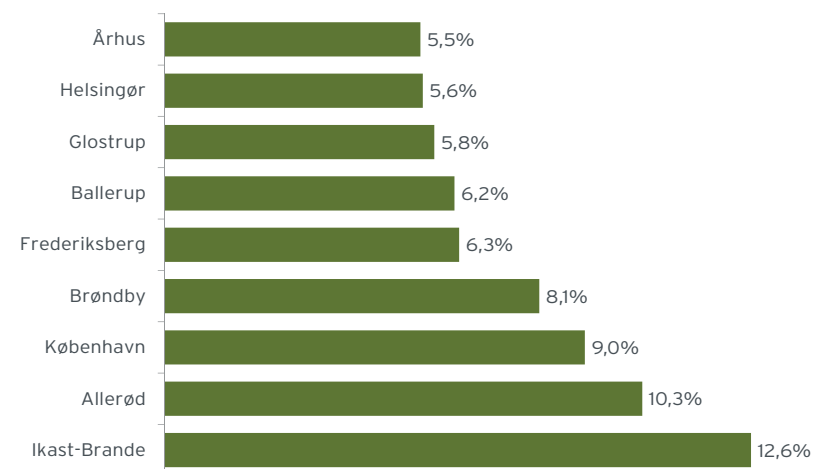
Kommunerne i Hovedstaden har den største andel af de beskæftigede inden for de kreative erhverv set i forhold til den samlede beskæftigelse. De eneste kommuner uden for Region Hovedstaden blandt top 10 i er Århus, landets næststørste kommune og Ikast-Brande.

De 10 kommuner med størst andel af den samlede beskæftigelse i de kreative erhverv i Danmark 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

De 10 kommuner med flest beskæftigede i de kreative erhverv i forhold til samtlige erhverv 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik



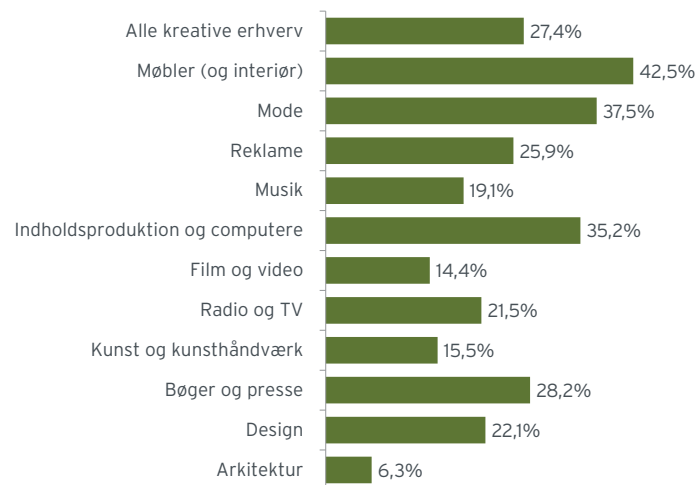
Forskel på produktion og service

Kreative erhverv med produktion har større betydning for beskæftigelse af erhvervsuddannede, mens serviceerhverv har størst betydning for beskæftigelse af universitetsuddannede.

Arkitektur (53,6 pct.) og design (28,7 pct.) er de kreative erhverv, der beskæftiger flest med universitetsuddannede, mens møbler og interiør (7,5 pct.) samt mode (11,1 pct.), beskæftiger færrest. Tilsvarende beskæftiger arkitektur relativt set færrest erhvervsuddannede (6,3 pct.), mens møbler og interiør (42,5 pct.) og mode (37,5 pct.) beskæftiger flest erhvervsuddannede.

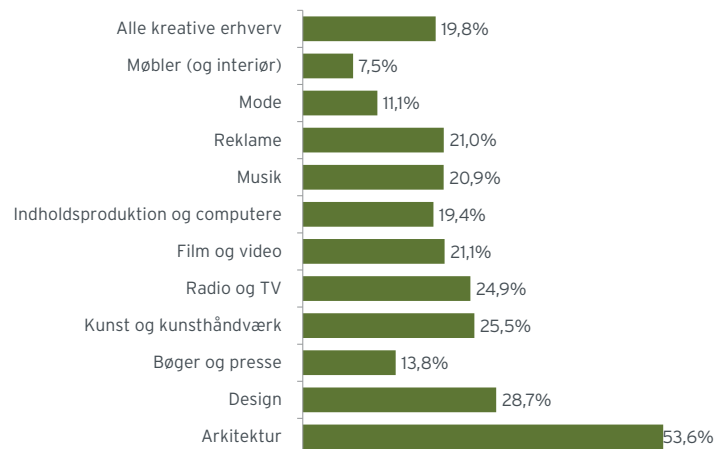
Regionerne varierer i forhold til, hvilken type medarbejdere, der beskæftiges. Hovedstaden har markant flere universitetsuddannede i de kreative erhverv, end de øvrige regioner. 27,3 pct. af de beskæftigede i de kreative erhverv i Hovedstaden besidder en universitetsuddannelse. De tilsvarende andele er 14,6 pct. for Midtjylland, 12 pct. for Nordjylland, 10,5 pct. for Syddanmark og 9 pct. for Sjælland.

Andel erhvervsuddannede i de kreative erhverv i hele landet 2015



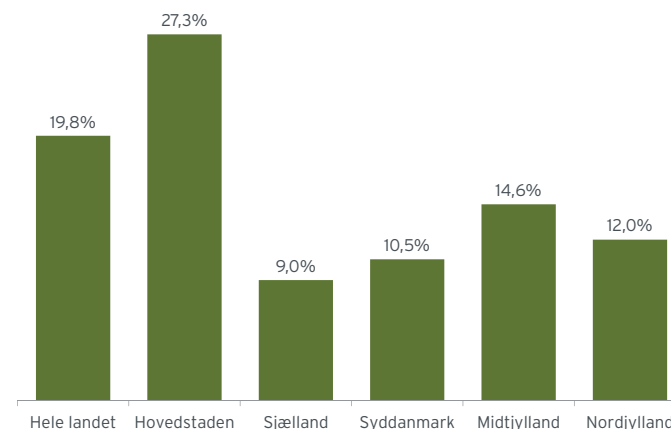
Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Andel universitetsuddannede (bachelor, kandidat, Ph.D.) i de kreative erhverv i hele landet 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Andel universitetsuddannede (bachelor, kandidat, Ph.D.) i de kreative erhverv i regionerne 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Vækst i uddannelsesniveau

Samlet set er beskæftigelsen af universitetsuddannede i perioden 2008-2015 steget 19,8 pct. i de kreative erhverv, mens beskæftigelsen af erhvervsuddannede er faldet 22,7 pct.

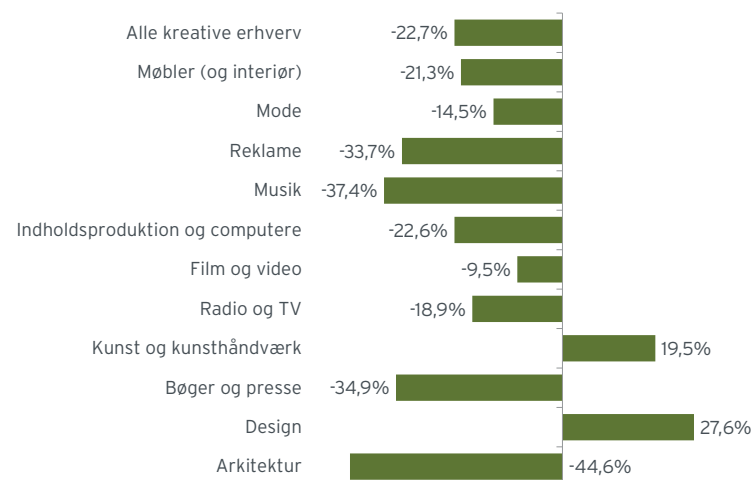
I erhvervene reklame og arkitektur er der små fald i beskæftigelsen af universitetsuddannede. I de øvrige erhverv har der været stigninger.

Erhvervet kunst og kunsthåndværk har øget beskæftigelsen af erhvervsuddannede med 19,5 pct., mens erhvervet design beskæftiger 27,6 pct. flere erhvervsuddannede i 2015 sammenlignet med

2008. Alle de øvrige kreative erhverv har oplevet fald i beskæftigelsen af erhvervsuddannede siden 2008.

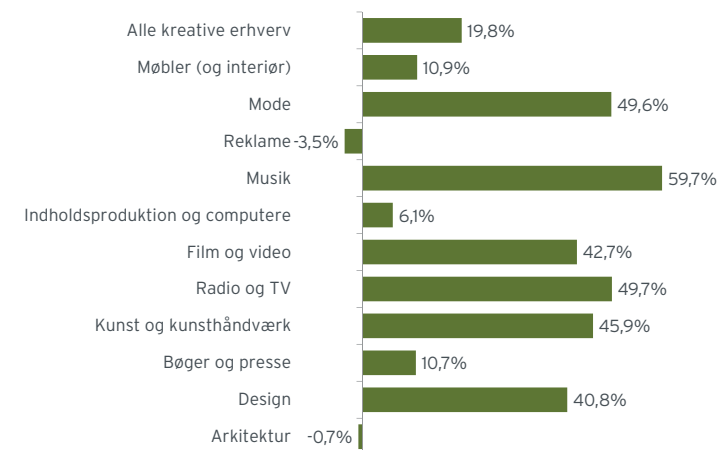
Hovedstaden har siden 2008 øget antallet af beskæftigede med universitetsuddannelser i de kreative erhverv med 26,2 pct., en tilvækst i antal universitetsuddannede, der er mere end dobbelt så stor som det er tilfældet i Midtjylland og næsten fire gange tilvæksten i Syddanmark. En forsigtig konklusion er således, at de kreative erhverv i Hovedstaden bliver mere videnstunge - og i et højere tempo, end de øvrige regioner.

Vækst i antal erhvervsuddannede i de kreative erhverv i hele landet 2008-2015



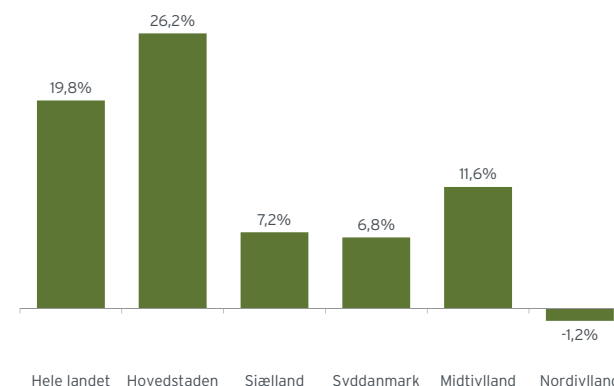
Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Vækst i antal universitetsuddannede (bachelor, kandidat, Ph.D.) i de kreative erhverv i hele landet 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Vækst i antal universitetsuddannede (bachelor, kandidat, Ph.D.) i de kreative erhverv i regionerne 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Vækst og tilbagegang

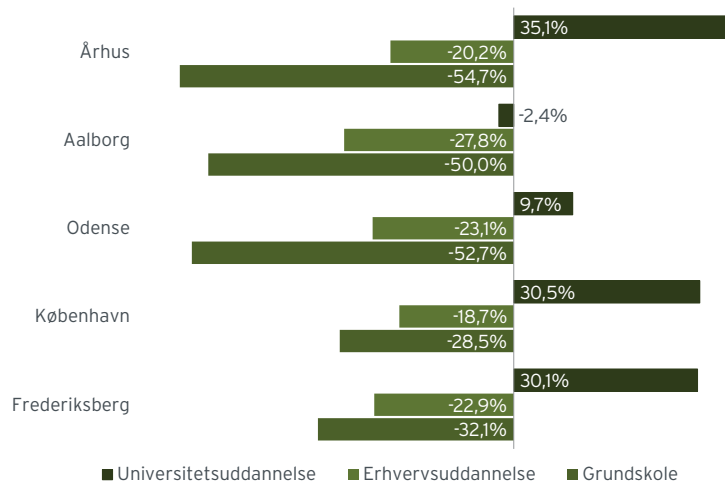
I landets 5 største kommuner tegner der sig et forskelligt billede af beskæftigelsesudviklingen i de kreative erhverv. Netto bliver der skabt job i København og Frederiksberg, mens der netto forsvinder job i Odense, Aalborg og Århus inden for de kreative erhverv i perioden 2008-2015.

I alle kommuner forsvinder der faglærte og ufaglærte job, men udviklingen rammer Odense, Aalborg og Århus hårdere, end København og Frederiksberg, især for grundskoleuddannede.

Frederiksberg, København og Århus skaber højere vækst i job for universitetsuddannede end Odense, mens Aalborg mister et beskedent antal job i de kreative erhverv. Der er stor forskel på de kreative erhverv, der skaber flest job - de to højdespringere er radio og tv i København og mode i Århus.

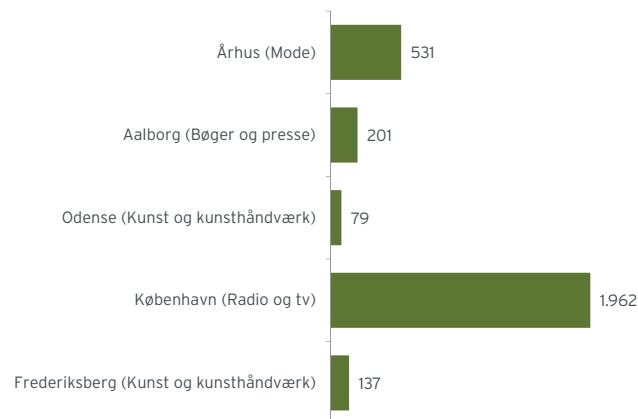
I Odense, Aalborg og Århus er det erhvervet reklame, der er i markant tilbagegang. Sammenlagt taber de tre kommuner 2.433 job inden for reklame.

Jobskabelse og -tab i de kreative erhverv opdelt på uddannelse 2008-2015 i de 5 største kommuner



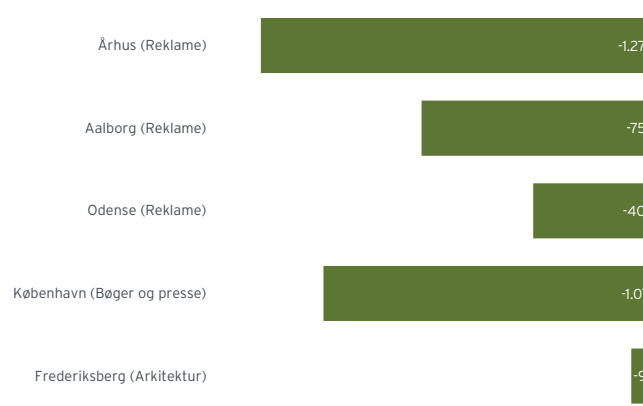
Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Kreative erhverv med størst fremgang 2008-2015 i de 5 største kommuner



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Kreative erhverv med størst tilbagegang 2008-2015 i de 5 største kommuner



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik





Beskæftigelse i Syddanmark

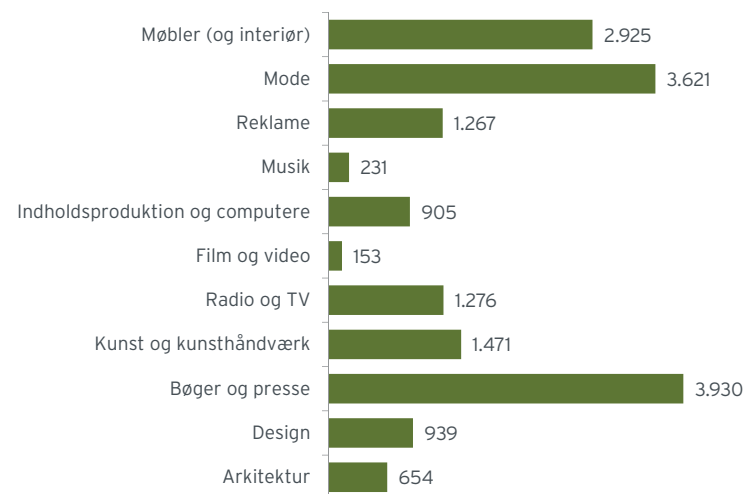
Beskæftigelse i Syddanmark

De 3 vigtigste kreative erhverv i Syddanmark er bøger og presse, mode samt møbler og interiør, der sammenlagt beskæftiger 10.476 personer, svarende til 60,3 pct. af beskæftigelsen inden for de kreative erhverv i regionen.

Den relative specialisering er højest inden for møbler og interiør samt mode, hvor regionen beskæftiger forholdsvis flere, end

landet som helhed. Regionens beskæftigelse inden for bøger og presse, kunst og kunsthåndværk, og musik svarer beskæftigelsesfordelingen nogenlunde til fordelingen på landsplan. Inden for indholdsproduktion og computere, radio og TV samt arkitektur ligger regionen noget under fordelingen på landsplan.

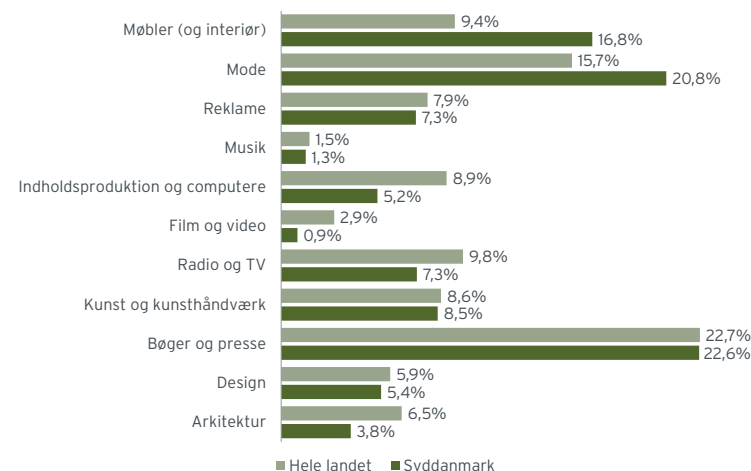
Antal beskæftigede i de enkelte kreative erhverv i Syddanmark 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Top 3 kreative erhverv
Bøger og presse
Mode
Møbler (og interiør)

Beskæftigelsesfordeling i de kreative erhverv i Syddanmark 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Færre universitetsuddannede i Syddanmark

I **Syddanmark beskæftiger** de kreative erhverv færre med universitetsuddannelse, sammenlignet med landsgennemsnittet og især Hovedstaden. Andelen på 10,5 pct. beskæftigede med en universitetsuddannelse svarer til 53 pct. af andelen på landsplan. Det er tilfældet for samtlige kreative erhverv i Syddanmark, at andelen af beskæftigede med universitetsuddannelse er lavere end landet som helhed.

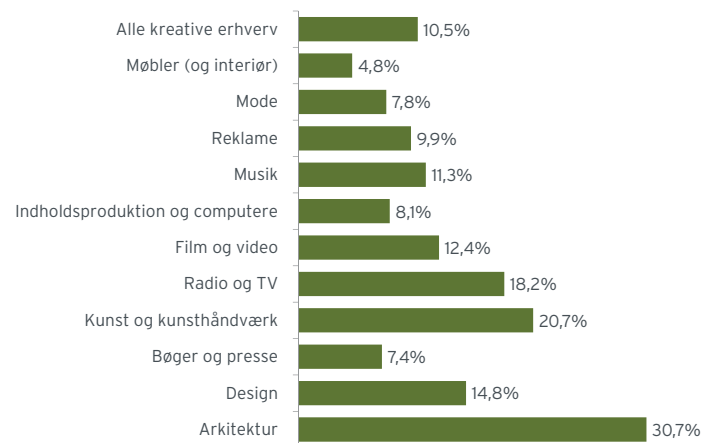
Arkitektur har den højeste andel af universitetsuddannede blandt de kreative erhverv i Syddanmark med 30,7 pct., mens møbler og interiør har den laveste andel med 4,8 pct.

Flere erhvervsuddannede i Syddanmark

Der er **flere erhvervsuddannede** i de kreative erhverv i Syddanmark, sammenlignet med hele landet. 37 pct. af de beskæftigede er erhvervsuddannede, mens det gælder 27,4 pct. for landet som helhed.

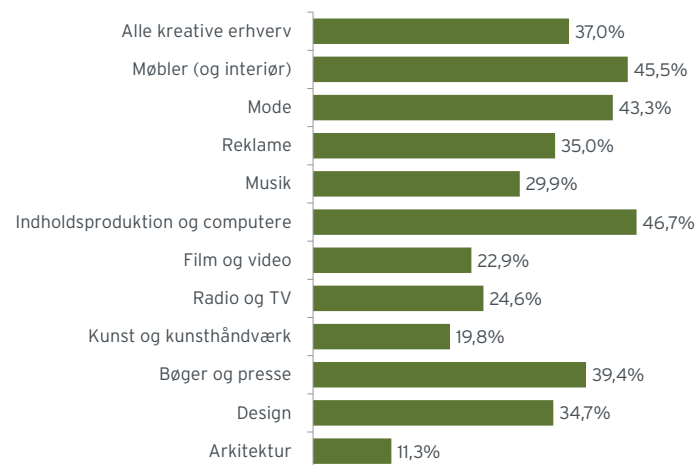
Indholdsproduktion og computere med 46,7 pct., møbler og interiør med 45,5 pct. samt mode med 43,3 pct. har de største andele af erhvervsuddannede. Heraf er de to sidstnævnte brancher vigtigst for det samlede antal beskæftigede, idet indholdsproduktion og computere beskæftiger ganske få personer i Syddanmark, mens de to andre erhverv sammen med bøger og presse beskæftiger flest personer.

Andel universitetsuddannede (bachelor, kandidat, Ph.D.) i de kreative erhverv i Syddanmark 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Andel erhvervsuddannede i de kreative erhverv i Syddanmark 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

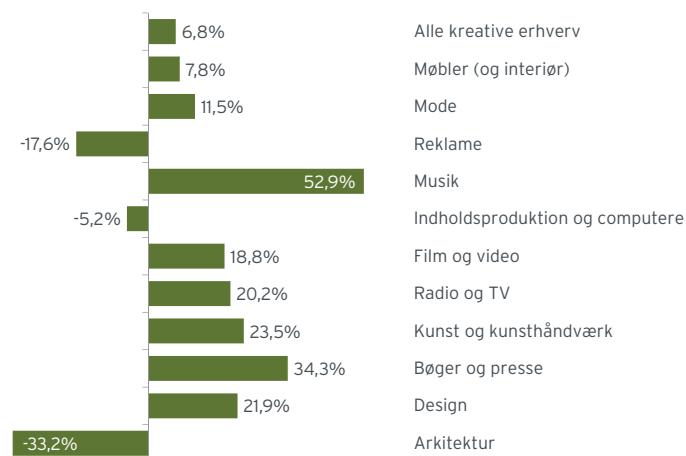
Vækst i beskæftigelsen af universitetsuddannede

Samlet set har de kreative erhverv i Syddanmark øget beskæftigelsen af universitetsuddannede fra 2008 til 2015 med 6,8 pct. Undtagelserne fra denne udvikling er reklame, indholdsproduktion og computere og arkitektur, der har reduceret beskæftigelsen med henholdsvis 17,6 pct., 5,2 pct. og 33,2 pct. Væksten i antal universitetsuddannede i de øvrige kreative erhverv i Syddanmark er mere afdæmpet, end væksten på landsplan - mens de erhverv, der oplever fald i beskæftigelsen af universitetsuddannede, oplever større fald i Syddanmark sammenlignet med udviklingen på landsplan.

Fastholder flere job for erhvervsuddannede

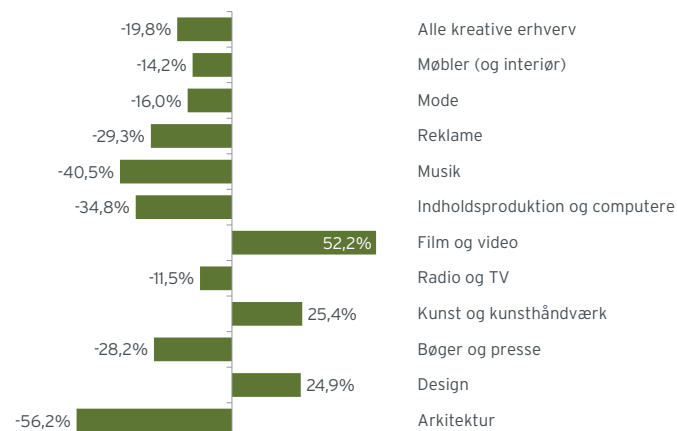
Faldet i beskæftigelsen af erhvervsuddannede i Syddanmark er mere afdæmpet samlet set end faldet på landsplan. Samlet fastholdes flere job for erhvervsuddannede i regionen. Enkelte kreative erhverv i Syddanmark udviser dog større fald, end udviklingen på landsplan. Det gælder musik, indholdsproduktion og computere samt arkitektur. Film og video, kunst og kunsthåndværk øger beskæftigelsen af erhvervsuddannede mere, end landet som helhed.

Vækst i antal universitetsuddannede (bachelor, kandidat, Ph.D.) i de kreative erhverv i Syddanmark 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Vækst i antal erhvervsuddannede i de kreative erhverv i Syddanmark 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

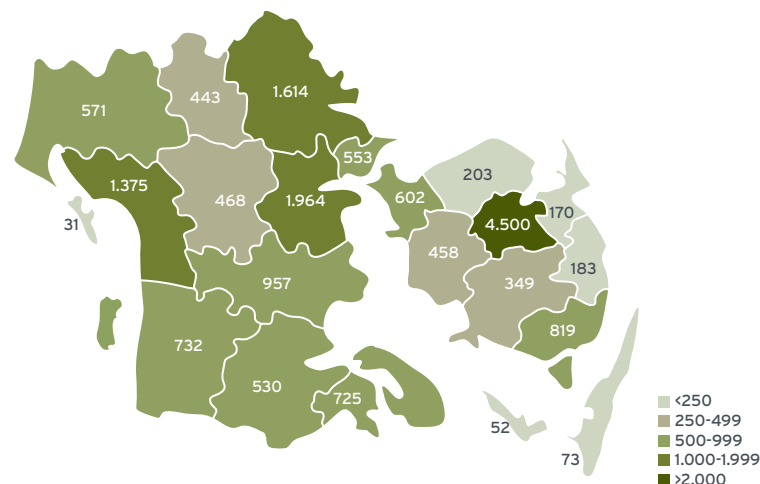
De kreative erhverv er ofte byerhverv og kortet til højre bekræfter delvis denne tendens for Syddanmark. Kommunerne der er hjemsted for regionens fire største byer (Esbjerg, Vejle, Kolding og Odense) beskæftiger i alt 9.453 af regionens 17.372 beskæftigede i de kreative erhverv svarende til 54,4 pct.

De tre kommuner med flest beskæftigede i de kreative erhverv som andel af den samlede beskæftigelse er Odense, Haderslev og Tønder. Tønder kommune skiller sig ud fra mønstret om koncentration af kreative erhverv i de større byer. 4,4 pct. af de beskæftigede i kommunen finder deres levebrød i de kreative er-

hverv. Dette er formentlig et resultat af, at skovirksomheden Ecco har sit hovedsæde i Bredebro.

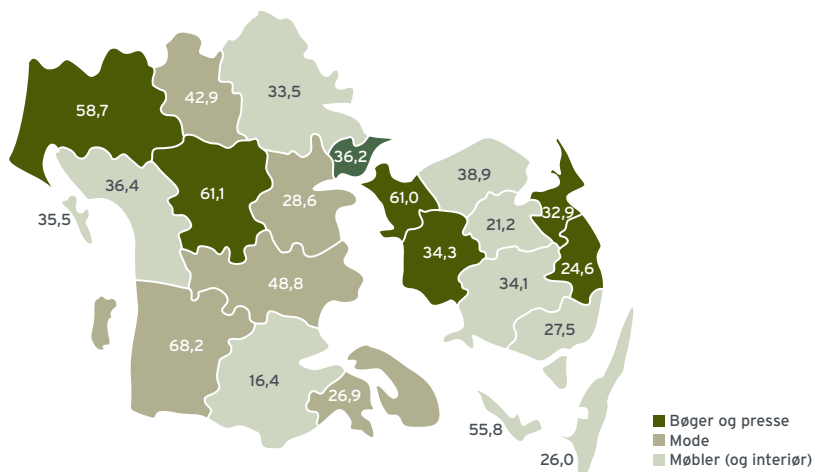
Kommunerne Tønder og Haderslev har den største specialisering inden for mode. I Tønder udgør mode 68,2 pct. af de beskæftigede i de kreative erhverv, mens det tilsvarende tal for Haderslev er 48,8 pct. Varde og Vejen er specialiserede inden for Møbler (og interiør) med henholdsvis 58,7 og 61,1 pct. af beskæftigelsen inden for dette kreative erhverv.

Samlet beskæftigelse i kreative erhverv i Syddanmark 2015



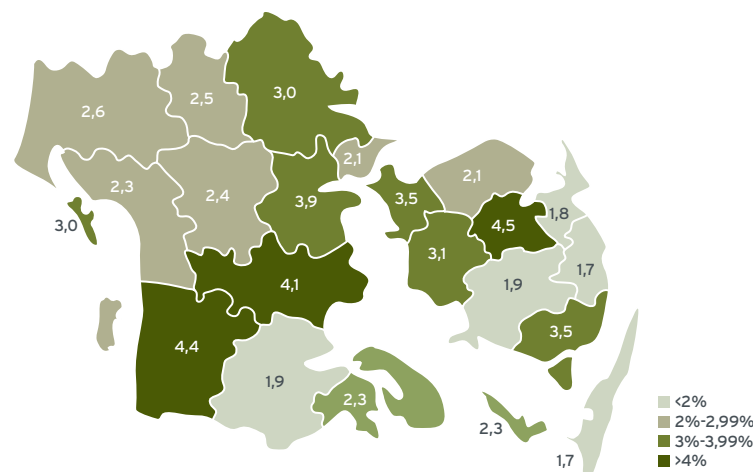
Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Største kreative erhvervs andel af samlet kreativ beskæftigelse i Syddanmark 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

De kreative erhvervs andel af samlet beskæftigelse i Syddanmark 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik





Kreative erhverv vs. kreativ beskæftigelse

Kreative erhverv eller kreativ beskæftigelse?

De kreative erhverv beskæftiger i alt 118.145 personer i 2015. Men mange med kreative uddannelser er beskæftigede uden for de kreative erhverv, og der findes kreative job uden for de kreative erhverv fx i en produktionsvirksomheds designafdeling eller kommunikationsafdeling. Det er derfor vigtigt at skelne mellem de kreative erhverv og det kreative arbejdsmarked. Sidstnævnte omfatter omfatter ikke kun beskæftigede i de kreative erhverv, men også personer i kreative job og personer i kreative stillinger, der arbejder uden for de kreative erhverv.

Det samlede kreative arbejdsmarked kan opgøres til 283.708 personer, når der er taget

forbehold for overlap mellem de tre elementer af det kreative arbejdsmarked (fx at personer der både har en kreativ stilling og en kreativ uddannelse ikke tæller dobbelt). Det kreative arbejdsmarked er således 2,4 gange større, end beskæftigelsen i de kreative erhverv isoleret set.

Personer i kreative stillinger eller med kreative uddannelser, kan bidrage til at løse opgaver, der ellers ville blive lagt ud til en kreativ virksomhed som fx et reklamebureau. De kan også varetage funktioner, hvor deres stilling eller uddannelse styrker den måde virksomheden arbejder med design eller innovation.

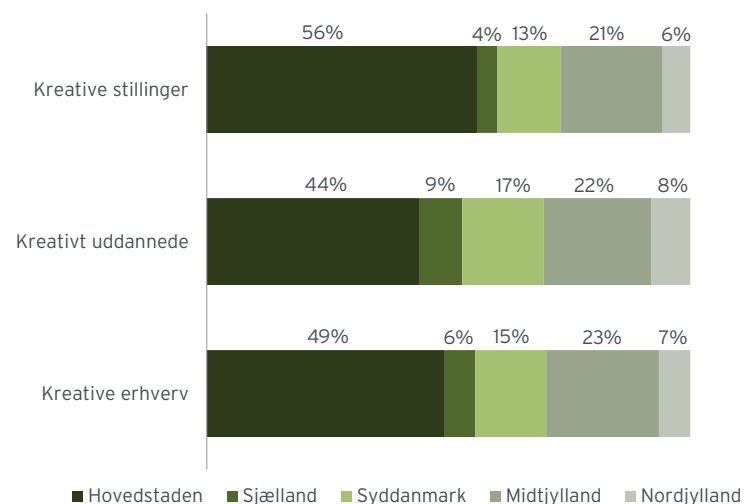
Ud af de 283.708 personer på det samlede kreative arbejdsmarked er 47 pct. beskæftiget i Hovedstaden, 23 pct. i Midtjylland, 16 pct. i Syddanmark samt 7 pct. i henholdsvis Nordjylland og Sjælland.

56 pct. af de kreative stillinger findes i Hovedstaden, det vil sige, at de kreative stillinger er relativt højere koncentreret der, sammenlignet med fordelingen af beskæftigede i de kreative erhverv, hvor 49 pct. af beskæftigelsen i de kreative erhverv er lokaliseret. Omvendt er der en relativt lavere koncentration af kreativt uddannede i Hovedstaden, 44 pct. af de kreativt uddannede arbejder i Hovedstaden.

Midtjylland har næst-flest kreative stillinger (21 pct.) og kreativt uddannede (22 pct.). Sjælland og Nordjylland har færrest kreative stillinger, henholdsvis 4 pct. og 6 pct. og de to regioner har færrest kreativt uddannede, nemlig 9 pct. og 8 pct.

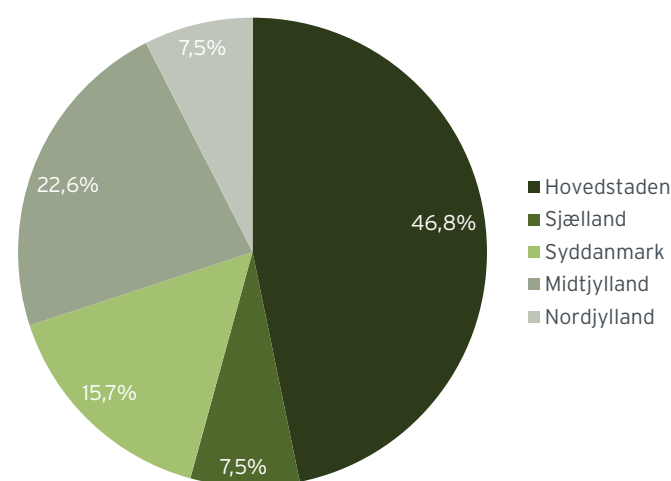
Syddanmark står for 15 pct. af beskæftigelsen i de kreative erhverv, men for 13 pct. af de kreative stillinger og 17 pct. af de kreativt uddannede.

Den kreative beskæftigelse i Danmark - tre perspektiver 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Det kreative arbejdsmarked opdelt på regioner 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Kortlægning af det kreative arbejdsmarked i Danmark

Beskæftigelsen i de kreative erhverv er 118.145 personer i 2015, hvilket udgør 41,6 pct. af det samlede kreative arbejdsmarked på 283.708 personer. Med andre ord finder 58,4 pct. af det kreative arbejdsmarked beskæftigelse uden for de kreative erhverv. Isoleres Hovedstaden fra det øvrige Danmark ses, at beskæftigelsen i de kreative erhverv udgør 43,8 pct. af det kreative arbejdsmarked i Hovedstaden. Med 43 pct. af det kreative arbejdsmarked i de kreative erhverv, ligger Midtjylland tæt på Hovedstaden. Sjælland har den laveste andel med 34,8 pct. af det kreative arbejdsmarked inden for de kreative erhverv, mens andelen for Nordjylland er 36,2 pct. I Syddanmark er andelen 39,1 pct.

De tre elementer af det kreative arbejdsmarked i Danmark afbildes i figuren til højre. Figuren giver anledning til at overveje, hvilken rolle kreative uddannelser og job spiller i erhvervsudviklingen.

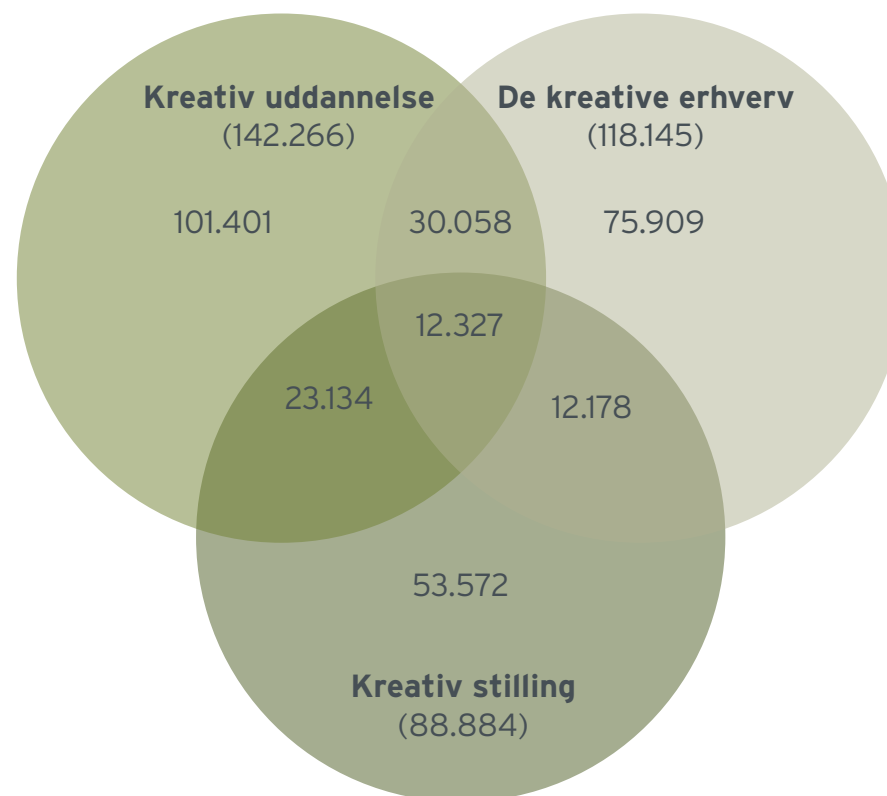
- Flertallet af personerne med kreative uddannelser arbejder ikke i kreative stillinger eller i de kreative erhverv. Af de 142.266 personer med en kreativ uddannelse er 101.401 beskæftiget uden for de kreative erhverv og i en stilling, der ikke betegnes som kreativ. Det svarer til 71,3 pct. af de kreativt uddannede.
- Flertallet af personer med kreative stillinger har ikke kreative uddannelser og arbejder ikke i de kreative erhverv. Af de 88.884 personer i en kreativ stilling, arbejder 53.572 uden for de kreative erhverv og har ikke en kreativ uddannelse. Det svarer til 60,3 pct. af de kreative stillinger.

- Flertallet af personer i de kreative erhverv har hverken en kreativ uddannelse eller en kreativ stilling. Af de 118.145 personer i de kreative erhverv, har 75.909 ikke en kreativ stilling eller kreativ uddannelse. Det svarer til 64,3 pct. af personerne i de kreative erhverv.

De 12.327 personer, der arbejder i de kreative erhverv, har en kreativ uddannelse og besidder en kreativ stilling udgør således blot 4,3 pct. af det samlede kreative arbejdsmarked på 283.708 personer. Med andre ord har kreativt uddannede og personer i kreative job en større rækkevidde på arbejdsmarkedet, end de kreative erhverv.

Personer med kreative stillinger og kreative uddannelser kan udføre værdifulde funktioner i virksomheder, hvor de med deres kompetencer understøtter vigtige aktiviteter som fx produktudvikling, design af nye produkter og udvikling af marketingkampagner. Det er således vigtigt at forstå, hvordan kreative kompetencer og funktioner indgår i virksomhederne. Ligeledes er det vigtigt at se disse kompetencer og funktioner i andre sammenhænge, end dem de indgår i, når de arbejder i de kreative erhverv.

Det kreative arbejdsmarked i Danmark 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Det kreative arbejdsmarked vokser igen

Det samlede kreative arbejdsmarked i Danmark har været gennem en rutsjetur, men har siden 2011 været i vækst og har i 2015 næsten genvundet de job der blev tabt fra 2008-2011. Beskæftigelsen på 283.708 personer i 2015 udgør 98,1 pct. af beskæftigelsen på 289.337 personer i 2008 - en forskel på 5.629 job.

Denne udvikling skal ses i sammenhæng med en reduktion i de kreative erhvervs beskæftigelse med 23.588 job i 2015 set i forhold til 2008, mens der er 13.687 flere job til personer med kreative ud-

dannelser og 9.528 flere kreative stillinger i samme periode.

Beskæftigelsestrenden fra 2008 til 2015 i de kreative erhverv er nedadgående i et niveau, der svarer til et beregnet jobtab på ca. 2.800 stillinger årligt. Modsat er trenden opadgående for kreative uddannelser og kreative stillinger. I samme periode er trenden for jobvækst ca. 2.200 flere kreativt uddannede årligt og ca. 1.700 kreative stillinger årligt.

I perioden 2011-2015 er beskæftigelsen i

de kreative erhverv steget med 1,8 pct., mens beskæftigelsen af de kreativt uddannede er steget med 10,0 pct. og de kreative stillinger er steget med 13,4 pct. Samlet er det kreative arbejdsmarked steget med 6,3 pct. i perioden.

Væksten på det kreative arbejdsmarked i Danmark sker således uden for de kreative erhverv, hvilket understreger betydningen af at forstå hvordan kreative uddannelser og stillinger skaber værdi, når de anvendes uden for de kreative erhverv.

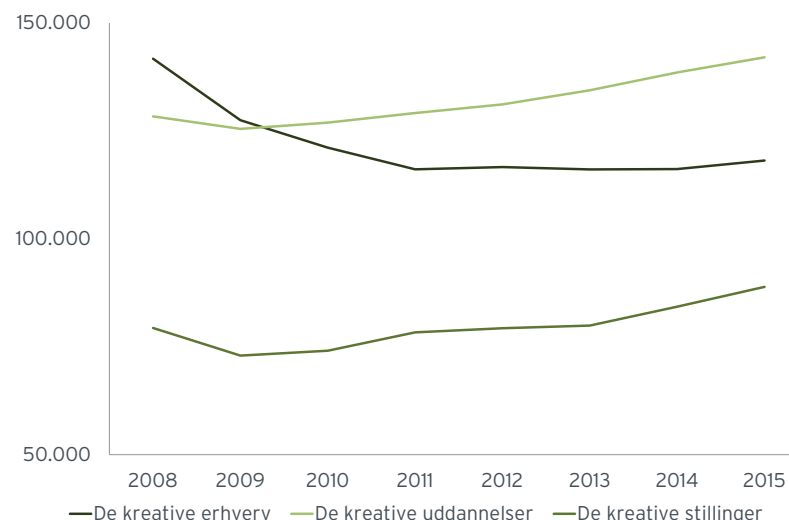
2008-2015:
16,6% færre i
de kreative erhverv
10,7% flere kreativt
uddannede
12,0% flere
kreative stillinger

Det kreative arbejdsmarked i Danmark 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

De kreative erhverv, kreative stillinger og kreative uddannelser i Danmark 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Opsvinget er langsommere i Syddanmark

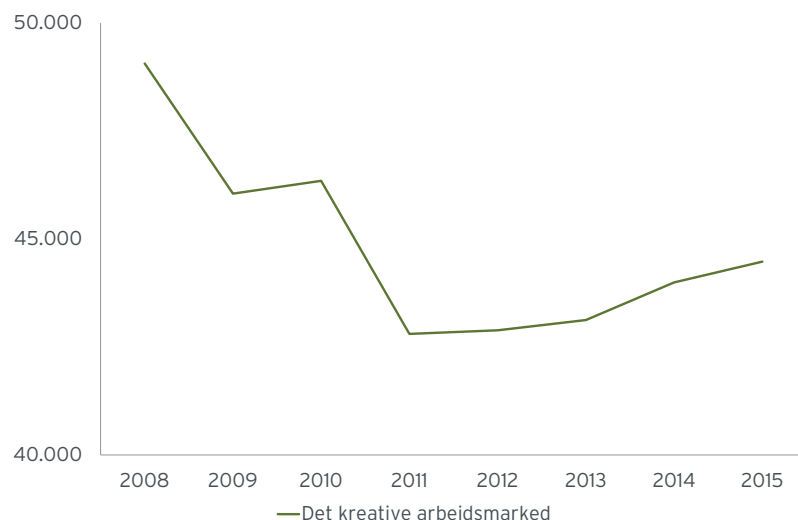
Beskæftigelsen i de kreative erhverv i Syddanmark er reduceret med 25,2 pct. i perioden 2008-2015 og er årsag til det samlede fald i beskæftigelse på 9,4 pct. på det kreative arbejdsmarked i Syddanmark. Der er samlet set tale om en vækst på 4 pct. i beskæftigede med kreative uddannelser og 2,8 pct. i beskæftigede med kreative stillinger i perioden 2008-2015.

I perioden 2011-2015 er beskæftigelsen i de kreative erhverv i Syddanmark steget med 0,4 pct. op opsvinget er således langsommere,

end for landet som helhed. Beskæftigelsen af de kreativt uddannede er siden 2011 steget med 6,1 pct., mens beskæftigelse i kreative stillinger er steget med 10,5 pct. Samlet er det kreative arbejdsmarked steget med 3,9 pct. i perioden.

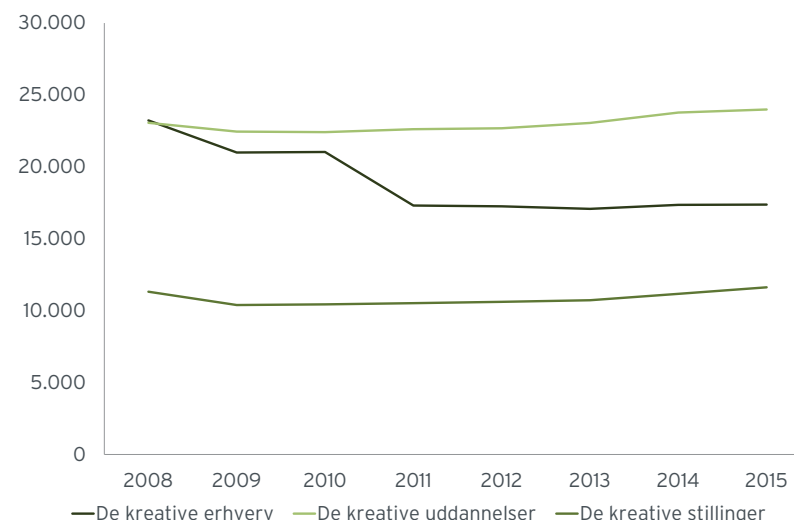
Det begyndende opsving i beskæftigelsen på det kreative arbejdsmarked er således langsommere, sammenlignet med udviklingen på landsplan. Men ligesom på landsplan, så er det beskæftigelsen på det kreative arbejdsmarked uden for de kreative erhverv, der skaber jobvæksten.

Det kreative arbejdsmarked i Syddanmark 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

De kreative erhverv, kreative stillinger og kreative uddannelser i Syddanmark 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Kortlægning af det kreative arbejdsmarked i Syddanmark

Beskæftigelsen i de kreative erhverv i Syddanmark er 17.372 personer i 2015, hvilket udgør 39,1 pct. af det samlede syddanske kreative arbejdsmarked på 44.477 personer. Med andre ord finder 60,9 pct. af det kreative arbejdsmarked i Syddanmark beskæftigelse uden for de kreative erhverv. Denne andel af job uden for de kreative erhverv er større i Syddanmark sammenlignet med Hovedstaden og Midtjylland, men mindre end Sjælland og Nordjylland.

De tre elementer af det kreative arbejdsmarked i Syddanmark afbildes i figuren til højre.

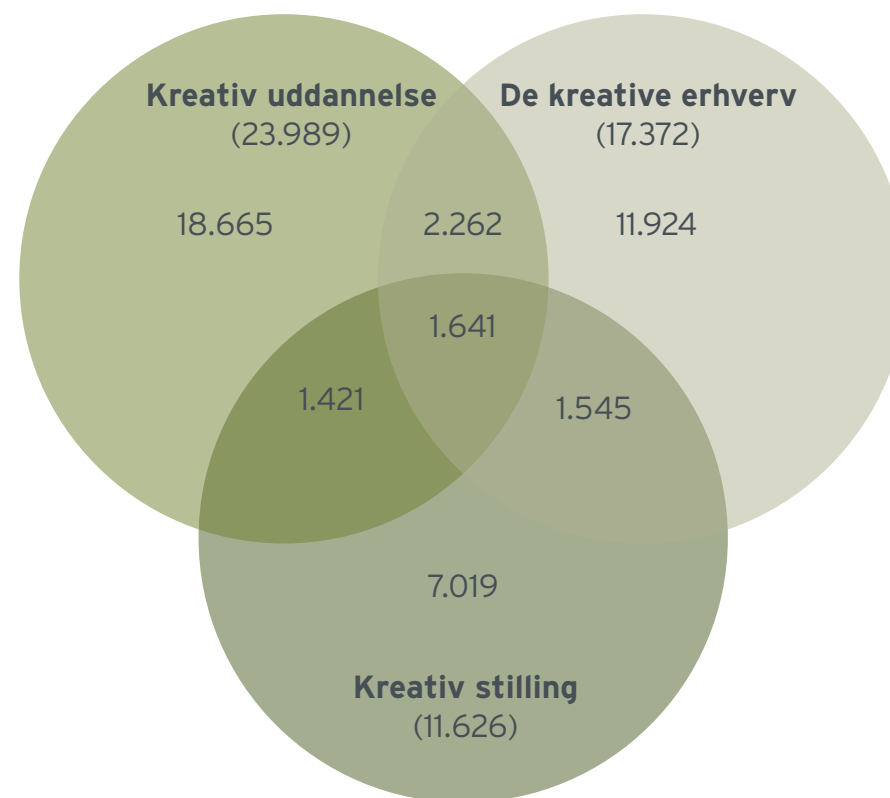
- Ligesom for de øvrige regioner, arbejder flertallet af personerne med kreative uddannelser ikke i kreative stillinger eller i de kreative erhverv. Af de 23.989 personer med en kreativ uddannelse er 18.665 beskæftiget uden for de kreative erhverv og i en stilling, der ikke betegnes som kreativ. Det svarer til 77,8 pct. af de kreativt uddannede.
- Flertallet af personer med kreative stillinger har ikke kreative uddannelser og arbejder ikke i de kreative erhverv. Af de 11.626 personer i en kreativ stilling, arbejder 7.019 uden for de kreative erhverv og har ikke en kreativ uddannelse. Det svarer til 60,4 pct. af de kreative stillinger.

- Flertallet af personer i de kreative erhverv har hverken en kreativ uddannelse eller en kreativ stilling. Af de 17.924 personer i de kreative erhverv, har 11.924 ikke en kreativ stilling eller kreativ uddannelse. Det svarer til 68,6 pct. af personerne i de kreative erhverv.

De 1.641 personer, der arbejder i de kreative erhverv, har en kreativ uddannelse og besidder en kreativ stilling udgør således blot 3,7 pct. af det samlede kreative arbejdsmarked på 44.477 personer. Med andre ord arbejder relativt få på det kreative arbejdsmarked i Syddanmark i de kreative erhverv i kreative stillinger, hvor de gør brug af en kreativ uddannelse. Den tilsvarende andel for Hovedstaden er 5,3 pct., mens andelen i Midtjylland er 4,1 pct. Sjælland har den laveste andel med 1,8 pct., mens den er 2,5 pct. i Nordjylland.

Kreative kompetencer og funktioner er således relativt vigtigere uden for de kreative erhverv i Syddanmark, sammenlignet med Hovedstaden og Midtjylland. Det giver et behov for at belyse, hvordan virksomhederne drager nytte af disse kreative kompetencer og funktioner.

Det kreative arbejdsmarked i Syddanmark 2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Kreativt uddannede skaber værdi i kreative erhverv

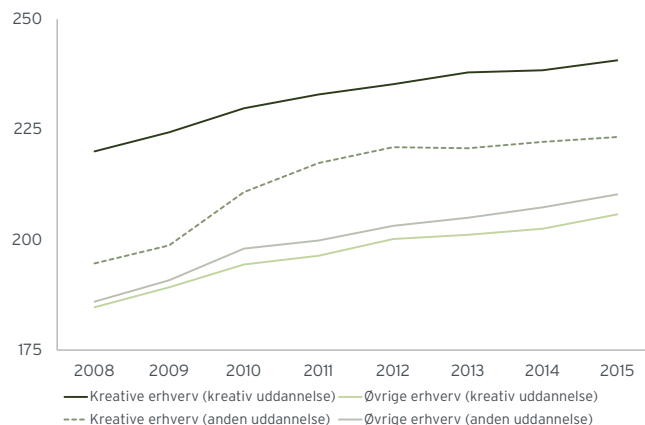
Langt de fleste kreativt uddannede er beskæftiget uden for det kreative arbejdsmarked, i alt 112.208 personer, svarende til 78,9 pct. af de kreativt uddannede. Det er derfor væsentligt at vurdere, om de kreativt uddannede er mere eller mindre produktive uden for de kreative erhverv. En medarbejders produktivitet afspejles, i følge økonomer, i aflønningen således, at højere produktivitet forbindes med højere aflønning.

De kreativt uddannede er mere produktive, når de har deres virke i de kreative erhverv. Den gennemsnitlige timeløn for de kreativt uddannede i de kreative erhverv i 2015 er 241 kr. mod 206 kr. for de kreativt uddannede i øvrige

erhverv, en forskel på 14,5 pct. I Syddanmark er timelønnen 227 kr. i de kreative erhverv, mens den er 197 kr. i de øvrige erhverv. En forskel på 13,4 pct.

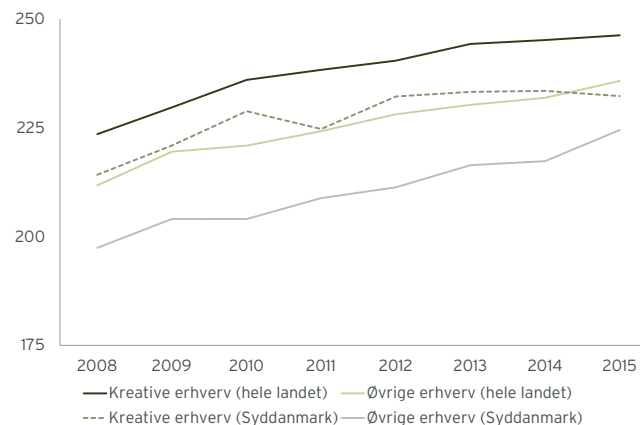
Personer i de kreative erhverv med kreativ uddannelse og kreativ stilling har i 2015 en gennemsnitlig timeløn på 246 kr. mod 236 kr. for de personer med kreativ uddannelse og stilling, der arbejder i de øvrige erhverv, en forskel på 4,4 pct. Sådanne kreative specialister har højere produktivitet, når de udøver deres speciale i de kreative erhverv. Desuden har de kreative specialister uden for de kreative erhverv højere produktivitet, end dem der er kreativt uddannede, men ikke har kreative stillinger.

Timeløn for kreativt uddannede i hele landet 2008-2015



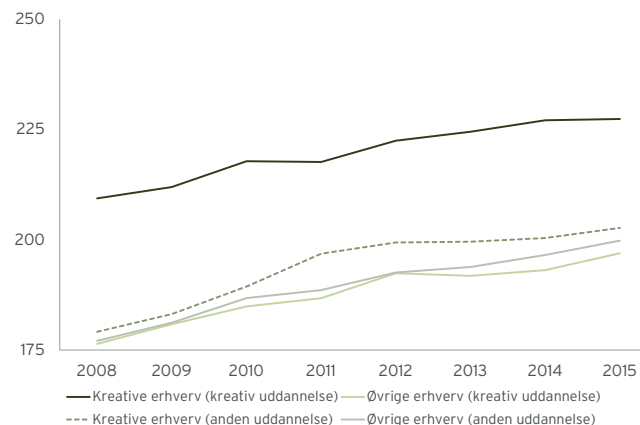
Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Timeløn for kreativt uddannede i kreative stillinger 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Timeløn for kreativt uddannede i Syddanmark 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Kreative job er mere produktive

Personer med kreative stillinger uden for de kreative erhverv har i 2015 en timeløn på 269 kr. mod 247 kr. for de tilsvarende stillinger i de kreative erhverv, en forskel på 8,3 pct. Førstnævnte gruppe har haft en støt stigende timeløn siden 2008 er lønudviklingen for de kreative stillinger i de kreative erhverv mere afdæmpet. Personer med kreative stillinger uden for de kreative erhverv er således mere produktive sammenlignet med dem med kreative stillinger inden for de kreative erhverv.

Udviklingen er relativt ens for landet som helhed sammenlignet med Syddanmark. Dog er lønudviklingen mere afdæmpet i Syddanmark for personer i kreative stillinger i de kreative erhverv. I Syddanmark er det desuden værd at

bemærke, at timelønningerne i de kreative stillinger, uden for de kreative erhverv, var på niveau med aflønningen inden for de kreative erhverv frem til 2010, hvorefter aflønningen i de kreative erhverv stagnerer.

Samlet set peger analyserne af lønningerne på de kreative arbejdsmarked på at:

- Kreative specialister (både kreativt uddannede og i kreativt job) har højest produktivitet i de kreative erhverv.
- Kreativt uddannede har lavere produktivitet uden for de kreative erhverv.
- Kreative stillinger har højere produktivitet uden for de kreative erhverv.

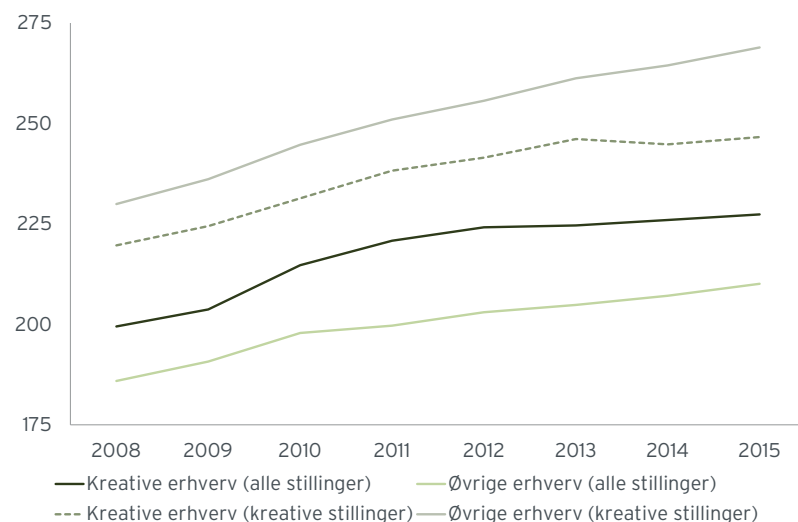
De kreative specialister er mere produktive inden for de kreative erhverv og det kan skyldes, at disse erhverv i større omfang kan nyttiggøre kreativ specialviden i deres produkter og serviceydelser.

Når kreativt uddannede har lavere produktivitet uden for de kreative erhverv og tilmed lavere produktivitet end alle andre stillinger uden for de kreative erhverv, kan det tyde på, at disse personer oftere må påtage sig arbejde, hvor de ikke udnytter deres faglige kvalifikationer.

Når personer i kreative stillinger er mere produktive uden for de kreative erhverv, kan det skyldes, at den kreative funktion de varetager er med til at styrke virksomhedens forretnings-

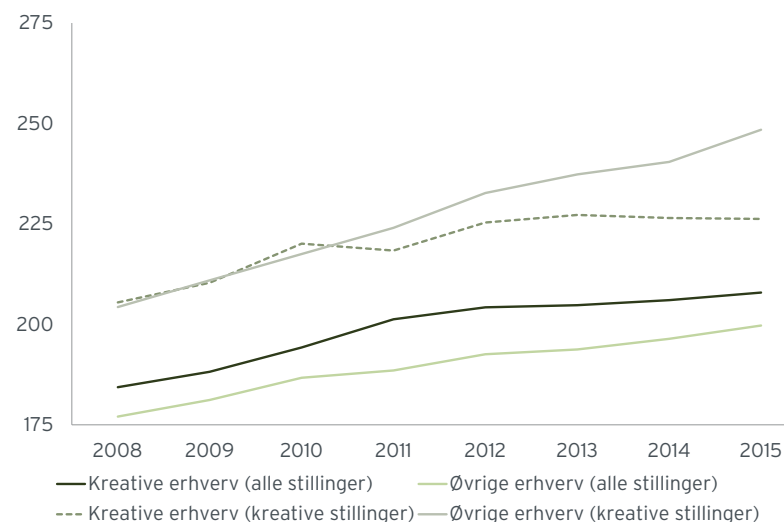
grundlag fx ved at sætte kreative processer i spil i virksomheden som ikke umiddelbart kræver en kreativ faglighed som opnås gennem en kreativ uddannelse.

Timeløn for kreative stillinger i hele landet 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik

Timeløn for kreative stillinger i Syddanmark 2008-2015



Kilde: Region Syddanmark og Danmarks Statistik



Værdiskabelse gennem design

Forretningsudvikling via design

Godt design skaber værdi og har forretningsmæssig betydning. Novo-Nordisk udviklede insulinpennen som afløser for den konventionelle kanyler. Insulinpennen giver diabetikere en højere livskvalitet, giver færre smerter, og mere præcis kontrol over doseringen. De samfundsmæssige konsekvenser er betydelige og omkostningerne til behandling er faldet. Det er godt design og det er design, der har styrket Novo-Nordisk's konkurrenceevne.

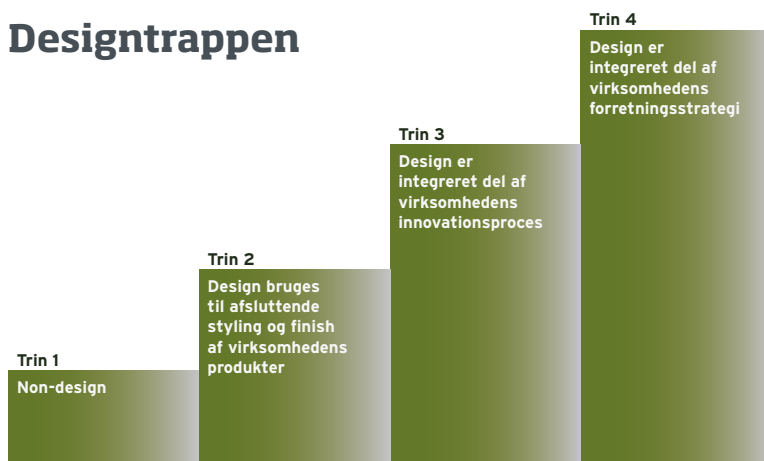
Vi tænker ofte på design som en fysisk manifestation af noget som fx Novo-pennen. Design kan også være mere komplekst, ligesom de planlagte byrum, der skyder op på nedlagte havnearealer i flere af landets byer. Men design kan også ses som en proces, hvor igennem designeren udvikler sin forståelse af den opgave designet skal løse. En bedre forståelse af det grundlæggende designproblem skal bidrage til ikke blot at skabe et design, der lever op til snævre æstetiske og funktionelle krav, men også til at skabe en løsning, der virker i praksis, og som bliver brugt.

Denne bredere forståelse af design som proces, nogen kalder det for designtænkning, vinder stigende indpas i virksomhederne som en måde, hvorpå virksomheden kan skabe gode og relevante løsninger.

Essensen af designtænkning er at forstå den sammenhæng, som modtagerne af en designløsning indgår i. Med andre ord at definere det rigtige designproblem og udvikle en løsning på dette problem.

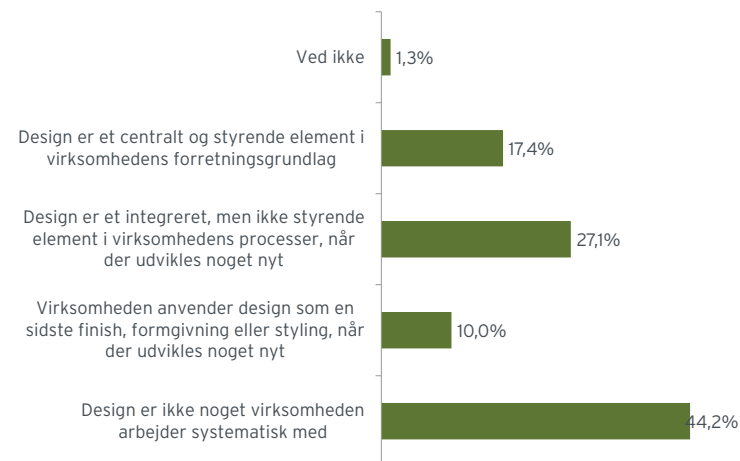
Dansk Design Center har udviklet designtrappen for at illustrere forskellige niveauer af den strategiske anvendelse af design: Fra non-design, hvor design ikke anvendes, til at gøre design til en integreret del af virksomhedens forretningsstrategi. I en undersøgelse af 882 danske virksomheder, angiver 44,2 pct., at de ikke arbejder systematisk med design, mens 17,4 pct. har integreret design i virksomhedens forretningsgrundlag. Virksomhederne anvender oftest design i forbindelse med visuel kommunikation og markedsføring. Det gælder i alt 562 virksomheder. Noget færre anvender design i forbindelse med koncept- og

Designtrappen



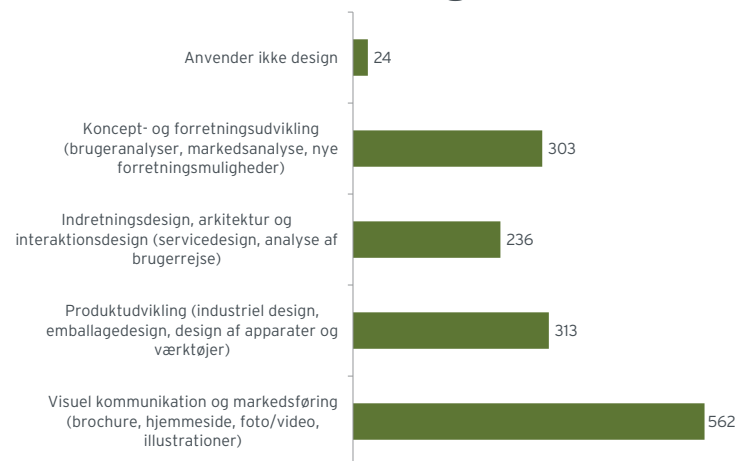
Kilde: Dansk Design Center

Virksomhedernes inddragelse af design i forretningsudvikling 2015



Kilde: Region Syddanmark og Jysk Analyse, bearbejdet af Teknologisk Institut

Virksomhedernes designfokus i 2015



Kilde: Region Syddanmark og Jysk Analyse, bearbejdet af Teknologisk Institut

Hvem anvender design?

forretningsudvikling (303 i alt), indretningsdesign, arkitektur og interaktionsdesign (236 i alt) og produktudvikling (313). De færreste virksomheder bevæger sig altså langt op ad designtrappen og anvender design aktivt og strategisk.

Virksomheder med 250-499 medarbejdere angiver hyppigst, at de anvender design som et centralt og styrende element i deres forretningsgrundlag, 41,2 pct. af disse virksomheder har et stærkt fokus på design. De mindste virksomheder er mindst tilbøjelige til at fokusere på design. For blot 13,9 pct. af virksomhederne med 10-29 ansatte er design integreret i forretningsgrundlaget. Når virksomhederne bliver større end 500 ansatte, falder betydningen af design.

Designtænkning i Kompan

De fleste danskere kender til den fynske virksomhed Kompan's farverige legeredskaber. Mange vil sikkert være enige i, at de klare farver og sjove former er godt design til børn. Det er de ikke ene om. Kompan har i tidens løb modtaget adskillige internationale designpriser for deres design. Men hvad mange ikke ved er, at Kompan faktisk har en klar filosofi for, hvordan de bringer brugernes behov ind i designet af legepladser.

Udgangspunktet for Kompan's design af legepladser er et grundlæggende princip om, at en legeplads skal kunne bruges af alle. Designet skal være universelt og inkluderende. Kompan's tilgang betyder, at virksomheden anvender ressourcer på at forstå brugerne i den sammenhæng som legepladsen indgår i. Det sker gennem forskningssamarbejde inden for rammerne af Kompan Play Institute, der er et internationalt netværk af

I Region Sjælland er virksomhederne mindst tilbøjelige til at integrere design i deres forretningsgrundlag, 59,4 pct. arbejder ikke systematisk med design. Virksomhederne i Hovedstaden er omvendt mest tilbøjelige til at arbejde med design. Her er design et integreret element i nyudvikling eller et centralt element i forretningsgrundlaget for i alt 55,3 pct. af virksomhederne, mens 35,4 pct. ikke arbejder systematisk med design.

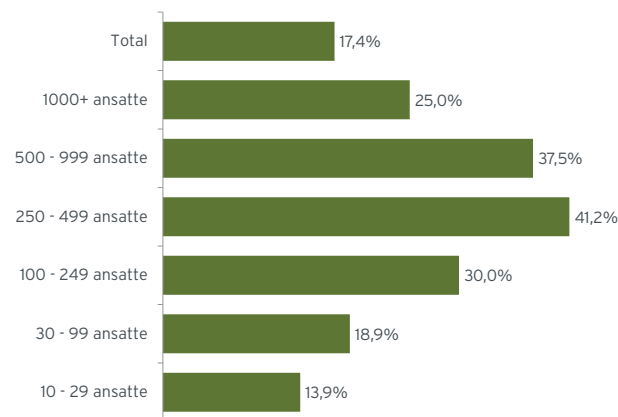
I Syddanmark er virksomhederne mindre tilbøjelige til at integrere design i processer og forretningsgrundlag, 37,8 pct. gør det, mens 47,1 pct. ikke arbejder systematisk med design. Der er således et potentiale for at indarbejde designmetoder i de syddanske virksomheder.

forskere inden for leg og læring. Det sker også i samarbejde med kunder og brugere af legepladser, fx dokumenteret i casestudier af forskellige legepladser. Kompan er således i stand til at designe en legeplads, der passer ind i den lokale sammenhæng. Det kan fx være i renovering af en nedslidt legeplads i et socialt udsat område i Skotland, hvor man inddrog brugerne med det resultat at legepladsen blev indrettet så teenageres behov også blev indarbejdet i pladsen. Det kan også være en legeplads, der er indrettet til at stimulere fysisk aktivitet for at skabe en bedre balance imellem kalorieforbrug og kalorieindtag.

Værdien af Kompan's designproces er, at legepladsens design bliver til en bedre løsning for brugerne. En værdi som konkurrenter har svært ved at kopiere fordi den kræver dyb indsigt i brugerne, den måde de bruger legepladserne og den sammenhæng den enkelte legeplads indgår i.

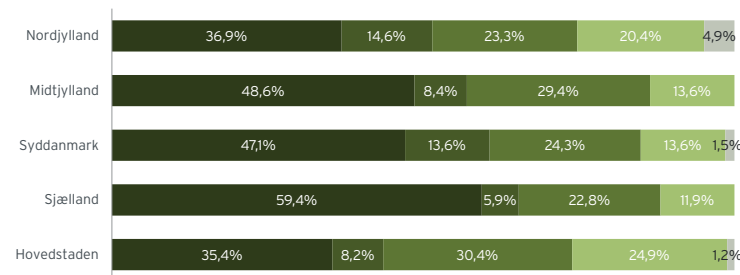
Det er godt design - og god designtænkning.

Andel med design som et centralt og styrende element i forretningsgrundlaget 2015



Kilde: Region Syddanmark og Jysk Analyse, bearbejdet af Teknologisk Institut

Design som et centralt og styrende element i forretningsgrundlaget - opdelt på regioner 2015



- Arbejder ikke systematisk med design
- Anvender design som en sidste finish, formgivning eller styling, når der udvikles noget nyt
- Design er et integreret, men ikke styrende element i virksomhedens processer, når der udvikles noget nyt
- Design er et centralt og styrende element i virksomhedens forretningsgrundlag
- Ved ikke

Kilde: Region Syddanmark og Jysk Analyse, bearbejdet af Teknologisk Institut

Udbyttet af designfokus

Det bedste design tager udgangspunkt i en dyb forståelse af brugeres og interessenters situation. Den forståelse skal omsættes til en erkendelse af, hvori designproblemet består - hvilket problem man skal løse for brugere og interessenter. Designeren (eller designteamet) udvikler sin forståelse til flere konkrete idéer til løsninger og omsætter de mest lovende til prototyper. Prototyperne testes til slut for at finde den løsning, man vælger at gå videre med. Stanfords d.School har udarbejdet nedenstående model for designprocessen, der kan anvendes som en generel problemløsningsproces fx i forbindelse med forretningsudvikling.

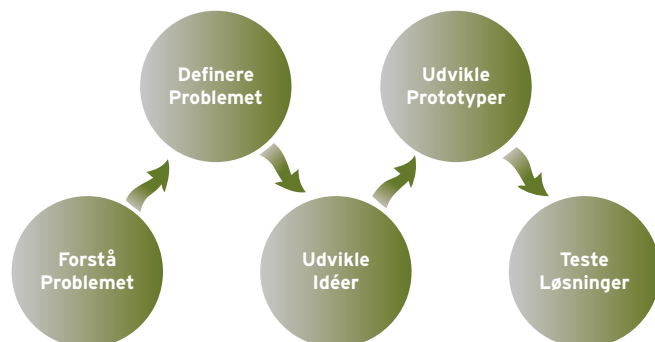
Blandt de 475 virksomheder, der aktivt udvikler nye produkter og serviceydelser, inddrager flertallet forskellige fagligheder og kompetencer i udviklingsarbejdet, 83,2 pct. af de syddanske virksomheder mod 78,3 pct. på landsplan. Ligeledes inddrager virksomhederne hyppigt fremtidige brugere i udvikling, 72 pct. i Syddanmark mod 68,6 pct. i hele landet. Under halvdelen af virksomhederne observerer brugerne i udviklingsprocessen, 46 pct. i Syddanmark mod 41,6 pct. på landsplan. Ligeledes er det under

halvdelen af virksomhederne på landsplan, 48,9 pct., der afprøver prototyper i dialog med brugeren før det endelige produkt sendes på markedet. I Syddanmark er det tilsvarende tal 56,4 pct.

De mest sofistikerede virksomheder anvender alle designtilgange. På landsplan drejer det sig om 22 pct. af virksomhederne, 29,2 pct. i Syddanmark. De syddanske virksomheder, der produktudvikler, er således relativt sofistikerede trods et generelt lavere fokus på design sammenlignet med hele landet.

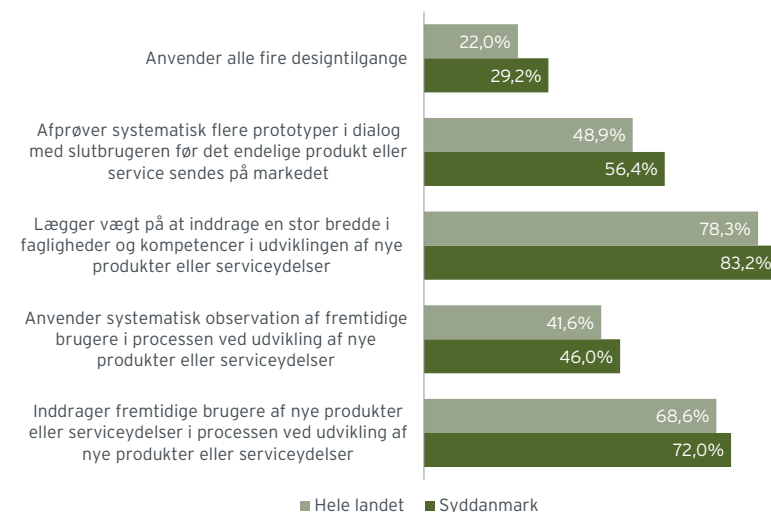
Er der så et reelt udbytte af at have et designfokus i virksomheden? Blandt de 815 virksomheder, der kan placeres på designtrappen ser det ud til, at non-designerne udgør en større andel af de virksomheder, der forventer tilbagegang eller nulvækst, end de virksomheder, der befinder sig højere på designtrappen. Virksomheder der integrerer design i nyudvikling eller har design som et centralt element i forretningsgrundlaget udgør omvendt flertallet af virksomhederne, der forventer højere vækst end andre i branchen.

Stanford d.School designproces



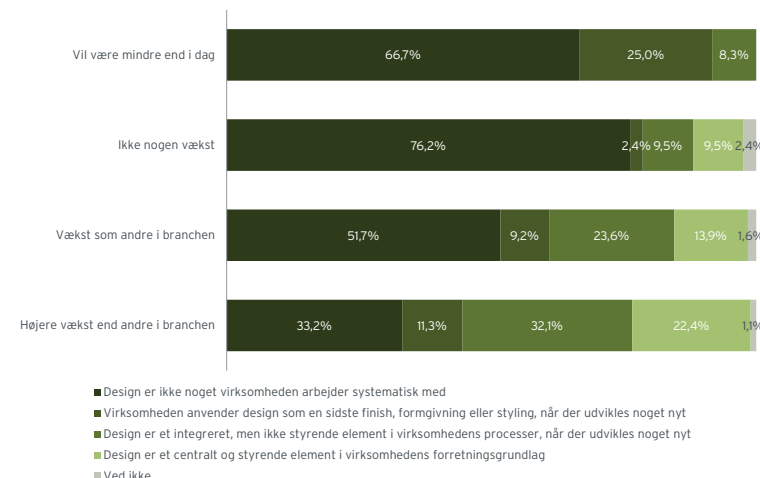
Kilde: Hasso Plattner Institute of Design af Stanford

Virksomhedernes designtilgange i 2015



Kilde: Region Syddanmark og Jysk Analyse, bearbejdet af Teknologisk Institut

Virksomhedernes forventede udbytte af design i 2015



Kilde: Region Syddanmark og Jysk Analyse, bearbejdet af Teknologisk Institut



Disruption i de kreative erhverv

Disruption i de kreative erhverv

Dele af de kreative erhverv er presset til at omstille sig. Det gælder ikke mindst erhvervene reklame samt bøger og presse, der omfatter kreative ansatte såvel som ansatte i fx grafisk produktion og logistik, herunder omdeling af aviser og tryksager.

Annonceindtægter er fundamentet for den grafiske branche, reklamebranchen og medievirksomhederne og en stor andel af annonceomsætningen er flyttet online. Annoncering i trykte medier og omdelte tryksager er stærkt faldende. Aktuelt er det annoncering på internettet, der udgør den største andel af annonceomsætningen med en andel på 47 pct. af den samlede annonceomsætning i Danmark. Printannoncering, dvs. annoncering i trykte medier såsom dag-

blade, ugeaviser, magasiner, årbøger mv. udgør 30 pct., mens den resterende del af omsætningen fordeles på outdoor reklamer samt TV, radio og biografreklamer.

Billedet var anderledes i 2007. Dengang var internetannoncering i sin vorden. Annoncering i trykte medier dominerende annoncemarkedet. 59 pct. af annonceomsætningen var i trykte medier, svarende til 8,6 mia. kr. på årsbasis. En omsætning der er reduceret til 4 mia. kr. i 2015. Det er et fald på 54 pct. I samme periode er omsætningen på internetannoncering steget med 128 pct.

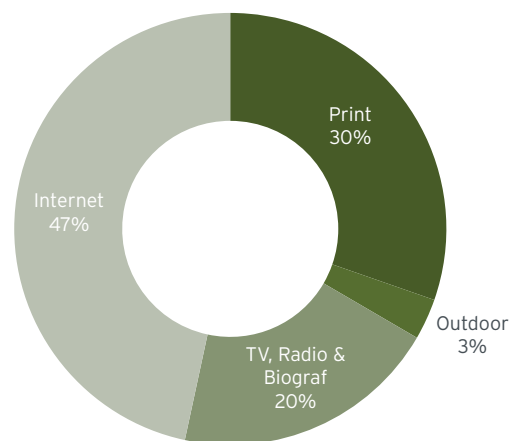
Produktion og omdeling af tryksager er ligeledes udfordret. Virksomheder, det offentlige og

organisationerne uddeler færre husstandsomdelte tryksager og sender færre direct mails. Og vi forbrugere har ændret adfærd. I stedet for at pløje tilbudsaviserne igennem, googler vi, når vi skal købe en ny cykel, og vi melder os til et digitalt nyhedsbrev for at vinde en højttaler fra B&O. Vi klikker på et foreslået opslag fra en annoncør på Facebook, hvis vi synes det er interessant eller en af vores venner har delt det med os. Internettets anvendelighed som annonceplatform har således sat sine spor i omsætningen inden for anden reklame såsom tryksager og direct mails. Fra 2007 til 2015 er omsætningen på husstandsomdelte tryksager såsom tilbudsaviser faldet med 47 pct., mens omsætningen på andre tryksager er faldet med 53 pct.

Den teknologiske udvikling - digitaliseringen af tjenesteydelser i forbindelse med annoncering og kommunikation til forbrugere, erhvervskunder og organisationer er hovedårsagen til udviklingen. Mens den grafiske branche, traditionelle reklamebureauer, logistikvirksomheder og medievirksomheder gisper efter vejret verden over, lever mange digitale virksomheder i bedste velgående.

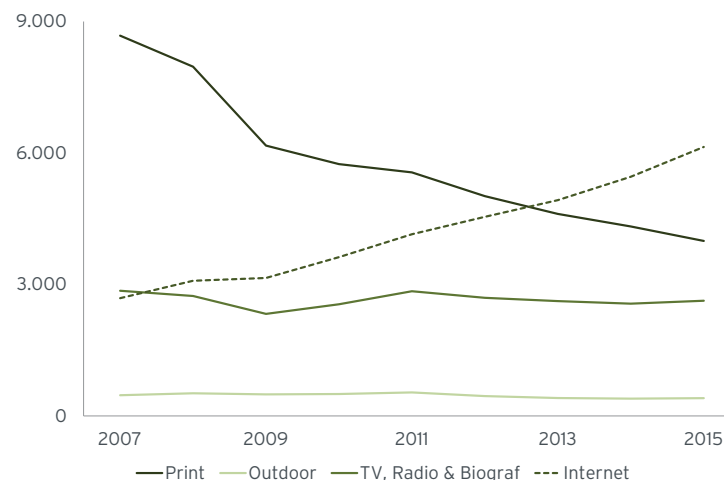
De fleste kender Facebook og Google fra deres forskellige gratis tjenester og mange ved, at de to virksomheder sælger reklameplads på deres forskellige platforme. Når man søger efter en cykel på Google, vises der annoncer for cykelforhandlere i lokalområdet. Facebook giver mulighed for at målrette annoncering til de brugere, der harin-

Fordeling af annonceindtægter opdelt på medietyper 2015



Kilde: Det Danske Reklamemarked 2015

Udvikling i annonceindtægter opdelt på medietyper 2007-2015



Kilde: Det Danske Reklamemarked 2015

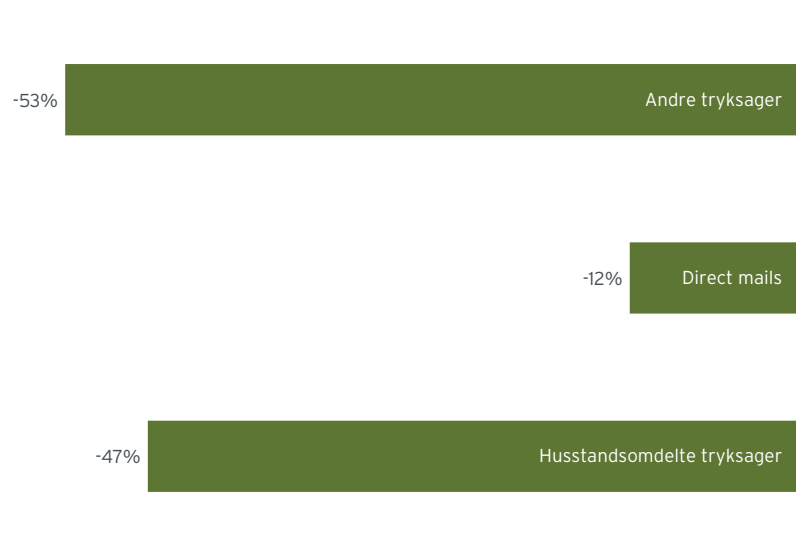
teresse for bestemte ting fx puddelhunde. For begge platforme gælder, at Google og Facebook's kunder kan annoncere med små budgetter.

Siden 2010 er de samlede reklameindtægter for Google og Facebook steget med 253 pct. til i alt 106 mia. US\$. Siden 2001 er Google's reklameindtægter mere end tusinddoblet til det aktuelle niveau på 80 mia. US\$. Det er spektakulære tal og en del af forklaringen på udvikling i erhvervene reklame samt bøger og presse.

Digitaliseringen er årsag til det, man kalder "disruptive innovation" i de kreative erhverv. En disruption er ikke en ny teknologi i sig selv. Det er en ny måde at udnytte en ny teknologi kommercielt. Fx har udviklingen inden for digital foto-

grafering ændret vores måde at bruge fotografier på. Hvor mange førhen fik deres ferie billeder fremkaldt for at vise dem frem til familie og venner ved passende lejligheder, bliver de i dag delt på Facebook, Snapchat eller Instagram. Det sker kort tid efter de er taget med en smartphone - nogle gange efter få sekunder. Som konsekvens af digitaliseringen og vores adfærd ændringer, er forbruget af fysiske billeder reduceret. Der bliver også solgt færre digitalkameraer - siden 2011 er verdensmarkedet næsten halveret, mens salget af smartphones er tredoblet. Til gengæld er der en lind strøm onlinetjenester og apps, der kan hjælpe med efterbehandling, redigering og deling af billeder. Man kan fx lave en kalender, takkekort og meget andet online med ens egne fotos, og få dem leveret få dage efter.

Udvikling i indtægter på øvrige printaktiviteter opdelt på medietyper 2007-2015



Kilde: Det Danske Reklamemarked 2015

Disruptive innovation forandrer produktet eller ydelsen, og forandrer virkeligheden for virksomheder, for deres samarbejdspartnere, og for deres kunder. Der skabes et nyt marked, hvor virksomhed, kunder, leverandører og samarbejdspartnere bindes sammen på en ny måde. Når det nye marked udvikler sig, fortrænges den etablerede måde at gøre tingene på fordi den disruptive innovation er et bedre og billigere alternativ, der skaber værdi på en ny måde.

Etablerede virksomheder har ofte svært ved at omstille sig, når de står over for disruption. Det er svært at omstille et produktionsapparat, der har begrænset nytte i en digital virkelighed, hvor nyheder leveres digitalt. Arbejdsgange og kunderelationer skal desuden organiseres på en ny måde og medarbejderne har tit svært ved at lære at gøre tingene på en ny måde. Endelig er der tit modstand mod at kaste sig ud i en forretning med lav margin og lav volumen. For ti år siden, ville mange trykkerier sikkert vurdere, at der aldrig kunne komme en god forretning ud af at lave 10 kalendere til fru Jensen.

Udviklingen skaber vindere og tabere

Flertallet af virksomhederne i den grafiske branche, reklamebranchen og medievirksomhederne har tabt omsætning, reduceret medarbejderantallet og mange er gået konkurs. Men der er også eksempler på virksomheder, der har fundet nye veje.

Virksomheden Lasertryk A/S er en af de virksomheder, der har formået at knække kurven. Lasertryk leverer tryksager, der er produceret med offsettryk, den mest udbredte løsning til kommercielt brug. Lasertryks løsning adskilte sig fra konkurrenterne ved at tilbyde en billigere offsetløsning i form af "puljetryk". Offsettryk er nemlig kendetegnet ved, at der er betydelige opstartomkostninger ved at lave en

tryksag - og disse omkostninger skal fordeles over den enkelte ordres volumen og jo mindre ordre, jo højere stykpris.

Trykkemetoden puljetryk, som Lasertryk har varemærkebeskyttet, fordeler flere kunders trykordrer på printpladen, og kunderne deler dermed startomkostningerne mellem sig så stykprisen falder. Ulempen ved denne tilgang er, at kunden kan opleve ventetid på sin ordre, fordi printpladen skal fyldes op. Laserprints produktionstid var op til 40 dage i 2003, men virksomheden har siden 2012 reduceret produktionstiden til 3 hverdage. Dette er til dels drevet af et større volumen i produktionen, men også af en digital produktionsproces, hvor kunden leverer de tryklare filer til Lasertryk. Lasertryk har siden 2011 udvidet konceptet med dag-til-dag levering.

Lasertryk har ændret spillereglerne for offsettryk ved at gentænke forretningskonceptet og udnytte mulighederne i et digitalt produktionsflow. Det ser ud til at fungere. Lasertryk er særdeles rentabel. I seneste regnskabsår er egenkapitalforrentningen 32,6 pct. og den har de seneste fem regnskabsår ligget mellem 23 pct. og 57,6 pct. Siden 2011 er virksomhedens medarbejdertal vokset med gennemsnitligt 36 pct. om året til i dag 182 medarbejdere. Lasertryk udvider, mens andre skærer ned.





Definitioner, begreber og metoder

Data, metode og definitioner

Data og metode

Registerdata. Analyserne af firmaer og beskæftigelse er baseret på registerdata fra Danmarks Statistik. Disse registerdata er leveret og bearbejdet af eStatistik, der er officiel dataleverandør for Danmarks Statistik.

Surveydata. Data der anvendes i afsnittet om værdiskabelse gennem design stammer fra en spørgeskemaundersøgelse blandt 882 danske virksomheder. Undersøgelsen er gennemført af Jysk Analyse og Teknologisk Institut på vegne af Region Syddanmark i maj 2015.

Øvrige data. De øvrige data, der anvendes i denne erhvervsanalyse, stammer fra offentligt tilgængelige kilder, herunder undersøgelsen Det Danske Reklamemarked fra Danske Medier.

Definition af de kreative erhverv

Der eksisterer ikke en internationalt anerkendt definition af "de kreative erhverv", og der er derfor forskel på, hvordan man både i Danmark og internationalt har defineret de kreative erhverv.

En af de første undersøgelser af de kreative erhverv blev foretaget i 1998 af Storbritannien. Her defineres de kreative erhverv som "those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property." (Creative Industries Mapping Document, 1998, Departement of Culture, Media, and Sport, UK.)

Den britiske definition har haft stor indflydelse på, hvordan man i flere lande har valgt at afgrænse det kreative erhvervsområde. Definitionen danner ligeledes udgangspunkt for afgrænsningen i dette debatoplæg. De kreative erhverv i Danmark afgrænses her til erhvervene arkitektur,

bøger og presse, design, film og video, indholdsproduktion og computere, kunst og kunsthåndværk, musik, mode, møbler og interiør, radio og tv samt reklame.

Det forhold, at der ikke foreligger en international afgrænsning af de kreative erhverv, gør det vanskeligt at sammenligne data for de kreative erhverv på tværs af forskellige lande og datakilder.

Afgrænsning af de kreative erhverv

De 11 kreative erhverv i Danmark, der indgår i nærværende definition, omfatter en række delbrancher, der er defineret på baggrund af Dansk Branchenumklatur (DB07), jf. oversigten nedenfor. I afgrænsningen af de kreative erhverv i Danmark er der valgt en værdikædetilgang, som primært inkluderer fremstillings- og engroshandels-virksomheder. Engrosleddet medtages, fordi en del af de virksomheder, der producerer og sælger kreative produkter, er registreret under en engroshandelsbranchekode. Detailhandel er udeladt, idet den kreative proces i mindre grad ligger til grund for værdiskabelsen i detailhandlen, og idet analysen har fokus på de kreative erhvervs globale potentiale.

Den valgte afgrænsning afviger fra den afgrænsning, der blev anvendt i analysen Vækst via Oplevelser (VVO), som blev offentliggjort af Erhvervs- og Byggestyrelsen i 2008 og 2011. Dels er detailledet udeladt i nærværende analyse, jf. ovenfor, og dels er brancherne mode og møbler og interiør inkluderet. Derudover er følgende tre IKT-delbrancher udeladt: Anden udgivelse af software, computerprogrammering og konsulentbistand vedr. informationsteknologi. I stedet er medtaget: Fremstilling af computere og ydre enheder samt engroshandel med computere, ydre enheder og software. Tilpasningen er sket dels for at følge værdikædetilgangen mere stringent, og dels fordi de tre nævnte IKT-delbrancher med de senere års hastige udbredelse af IKT har bredt sig langt ud over de kreative erhverv. Regnes de tre IKT-delbrancher med, ville de således tegne sig for ca. 30 pct. af den samlede omsætning i de kreative erhverv.

Delbrancher i de kreative erhverv

Den detaljerede definition af delbrancherne i de kreative erhverv oplystes herunder med udgangspunkt i de branchekoder (DB07), der indgår i hver enkelt af de kreative delbrancher.

1. Arkitektur

711100 arkitektvirksomhed

2. Design

741010 industriel design og produktdesign

741020 kommunikationsdesign og grafisk design

741030 indretningsarkitekter og rumdesign

3. Bøger og presse

181100 trykning af dagblade

181200 anden trykning

181300 prepress- og mediaarbejde

181400 bogbinding og lignende serviceydelser

464920 engroshandel med bøger, papir og papirvarer

581100 udgivelse af bøger

581300 udgivelse af aviser og dagblade

581410 udgivelse af ugeblade og magasiner

581420 udgivelse af distrikts- og annonceblade

639100 pressebureauer

742000 fotografisk virksomhed

4. Kunst og kunsthåndværk

900110 teater- og koncertvirksomhed

900120 selvstændigt udøvende scenekunstnere

900200 hjælpeaktiviteter i forbindelse med scenekunst

900300 kunstnerisk skaben

900400 drift af teater- og koncertsale, kulturhuse mv.

5. Radio og tv

263000 fremstilling af kommunikationsudstyr

464320 engroshandel med radio og tv mv.

591120 produktion af tv-programmer

601000 radiovirksomhed

602000 tv-virksomhed

6. Film og video

- 591110 produktion af film og videofilm
- 591200 aktiviteter, der udøves efter produktion af film, video- og tv-programmer
- 591300 distribution af film, video- og tv-programmer

7. Indholdsproduktion og computere

- 262000 fremstilling af computere og ydre enheder
- 465100 engroshandel med computere, ydre enheder og software
- 582100 udgivelse af computerspil

8. Musik

- 182000 reproduktion af indspillede medier
- 322000 fremstilling af musikinstrumenter
- 464330 engroshandel med indspillede videoer, cd'er, dvd'er mv.
- 592000 indspilning af lydoptagelser og udgivelse af musik

9. Reklame

- 731110 reklamebureauer
- 731190 anden reklamevirksomhed

10. Mode

- 141100 fremstilling af beklædningsartikler af læder
- 141200 fremstilling af arbejdsbeklædning
- 141300 fremstilling af anden yderbeklædning
- 141400 fremstilling af underbeklædning
- 141900 fremstilling af andre beklædningsartikler samt tilbehør
- 142000 fremstilling af varer af pelsskind
- 143900 fremstilling af strikkede og hæklede beklædningsartikler
- 151200 fremstilling af tasker, kufferter, sadelmagervarer mv.
- 152000 fremstilling af fodtøj
- 321200 fremstilling af smykker i ædle metaller og relaterede produkter
- 321300 fremstilling af bijouteri og lignende varer
- 265200 fremstilling af ure
- 464800 engroshandel med ure, smykker og guld- og sølvvarer

- 461600 agenturhandel med tekstiler, beklædning, pelsværk, fodtøj og lædervarer
- 464210 engroshandel med beklædning
- 464220 engroshandel med fodtøj
- 464930 engroshandel med kufferter og lædervarer

11. Møbler (og interiør)

- 139210 fremstilling af boligtekstiler
- 139300 fremstilling af tæpper
- 234100 fremstilling af keramiske husholdningsartikler og pyntegenstande
- 274000 fremstilling af elektriske belysningsartikler
- 310900 fremstilling af andre møbler
- 461500 agenturhandel med møbler, husholdningsartikler og isenkram
- 464410 engroshandel med porcelæns- og glasvarer
- 464700 engroshandel med møbler, tæpper og belysningsartikler

Definition af kreative uddannelser og stillinger

Analyserne af det kreative arbejdsmarked tager udgangspunkt i en statistisk kortlægning af medarbejdere i de kreative erhverv og medarbejdere med kreative kompetencer inden for og uden for de kreative erhverv. Kreative kompetencer dækker over medarbejdere, der arbejder i en kreativ jobfunktion eller er kreativt uddannede.

I samarbejde med Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi, udviklede den daværende Erhvervs- og Byggestyrelse en statistisk kortlægning af uddannelser og jobfunktioner (stillinger) på det kreative arbejdsmarked. De skete i udgivelsen "Vækst via oplevelser 2011 - en analyse af Danmark i oplevelsesøkonomien". Den oprindelige liste er opdateret i forhold til efterfølgende relevante ændringer i statistisk nomenklatur, som Danmarks Statistik har foretaget.

Denne erhvervsanalyse tager udgangspunkt i ovennævnte definitioner af de kreative uddannelser og kreative stillinger.

Definitionerne af kreative stillinger er baseret på Danmarks Statistiks registerdata om jobfunktioner, DISCO-08. Det er den officielle danske version af den internationale fagklassifikation, International Standard Classification of Occupations. I analysen anvendes i alt 40 DISCO-08 koder fx stillinger som indebærer "Ledelse af reklame og PR", "Arbejde med grafisk og multimediedesign", "Softwareudvikling" samt "Arbejde med kunst og kreative fag".

Kreative uddannelser er defineret ud fra Danmarks Statistiks registre over arbejdsstyrkens højest fuldførte uddannelser, som omfatter alle uddannelser. Denne analyse medtager 574 kreative uddannelser, der fx omfatter en lang række uddannelser på forskellige niveauer inden for bl.a. journalistik og kommunikation, multimediedesign og softwareudvikling samt grafiske uddannelser.



Ny viden

De kreative erhverv omfatter brancher, der bygger på individuel kreativitet, evner og talent. De kreative erhverv skaber nyt medieindhold, smukt design, lyd og billeder. De bygger stole, tegner huse og giver os oplevelser bag en skærm eller med en god bog i hånden.

Men erhvervene er udfordrede. Væksten har været negativ og digitaliseringen af produkter og forretningsgange ændrer på erhvervenes eksistensvilkår. Men kreativitet skaber værdi og i modsætning til de kreative erhverv, vokser det kreative arbejdsmarked - blandt andet fordi mange virksomheder finder værdi i at integrere kreative processer i deres arbejde.

De kreative erhverv beskæftiger 118.145 personer i Danmark fordelt på 20.337 firmaer i 11 kreative brancher, men kreativitet er ikke bundet til de kreative erhverv alene. Det samlede kreative arbejdsmarked kan opgøres til 283.708 personer.

→ www.regionsyddanmark.dk/detgodeliv



Som en del af opfølgningen på Det Gode Liv - strategien arbejder Region Syddanmark med at styrke det fælles syddanske vidensgrundlag.

Rapporten "De kreative erhverv i Syddanmark" er en del af dette arbejde.