

Uppföljningsrapport: Uppföljning av plan för kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2025

Beslutad 2025-10-14, §XX, av regionala utvecklingsnämnden

Bakgrund och organisation

Regionala utvecklingsnämnden beslutade i december 2022 om Plan för kulturella och kreativa branscher i Jämtland Härjedalen 2023-2027 (RUN/113/2022). Målet att skapa ökade förutsättningar för att vara verksam inom dessa branscher och näringar är grunden för planen. Då ansvaret för planens genomförande ligger på två områden, Hållbar tillväxt och Kultur och bildning, så finns en organisation för genomförandet. Organisationen eftersträvar ett jämbördigt förhållande mellan politikområdena kultur och näringsliv för att nå bäst effekt, både internt i förvaltningen och externt gentemot målgruppen, det vill säga företag och verksamheter.

- KKB-teamet består av strateger från båda områden med syfte att vara strategiskt framtidsplanerande och omvärldsbevakande, att vara operativt och samordnande nav för planen och mellan verksamheter inom områdena samt kontaktansvarig relativt de andra delarna i organisationen. Dessa strateger samordnar och medverkar även i övriga team.
- KKB-cheferna består av chefer inom områdena Hållbar tillväxt och Kultur och bildning med syfte att identifiera och besluta eller föreslå insatser för större, angelägna frågor och samverkanssatsningar till aktivitetsplanen.
- KKB- finansieringsteamet består av handläggare för stöd och bidrag inom båda områdena med syfte att bygga kunskap, dela erfarenheter och kompetens för prioriteringar av stöd samt utveckla riktade stöd. "En väg in"-principen är ledande för arbetet.
- KKB-statistik och uppföljningsteamet består av statistiker med syfte att kartlägga, följa upp och vara ett stöd för insatsbedömningar.

Utöver detta så är projektet Samspel63¹ ett viktigt verktyg för genomförandet av planen. Samspel63 är ett interregprojekt mellan 2023 och 2026 som ägs av Region Jämtland Härjedalen och Stiftinga Hilmar Alexandersen. Projektet syftar till att synliggöra, förbättra och stärka kulturnäringarnas förutsättningar, roller, värdeskapande och kompetens för att uppnå affärsutveckling och innovation, hållbar ekonomisk utveckling, social delaktighet och konkurrenskraft i Trøndelag och Jämtlands län. Målet är att kulturnäringarna ska se regionen som attraktiv att bo och verka i.

Organiseringen är utformad för att i sig vara ett effektivt verktyg för genomförandet av planen. Nu när formen prövats och efter några års drift börjat sätta sig, kan vi också ana goda effekter av kontinuitet i vår tillämpning av ett områdesöverskridande arbetssätt. Kunskapen om våra respektive roller relativt kulturella och kreativa branscher ökar och kontakter över områdesgränserna blir mer och mer självklara. Vi ser också, med en större tydlighet, hur vi behöver arbeta för att stärka intern samverkan för att vi tillsammans, inom våra respektive uppdrag, ska kunna ge företag och företagare inom kulturella och kreativa branscher bästa möjliga uppbackning när de vill utvecklas.

¹ www.samspel63.se

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

BAKGRUND OCH ORGANISATION	1
1 SMART SPECIALISERING	3
2 STRATEGI FÖR KULTURELLA OCH KREATIVA BRANSCHER.....	3
2.1 Regionens fokusområden	4
3 REGIONAL STATISTIK	4
4 UPPFÖLJNING	6
5 ANALYS	7
6 BILAGA: INDIKATORER	8

1 Smart specialisering

De kulturella och kreativa branschernas roller och strukturer för att kunna ta en mera aktiv, kraftfull, långsiktig och innovativ roll inom smart specialisering behöver utvecklas. Särskilt kan vi se en tydlig koppling till styrkeområdet "Upplevelser" men många satsningar och utvecklingsbehov inom de kulturella och kreativa näringarna kan hitta sin hållbara utveckling med hjälp av styrkeområden "digitala lösningar", "hållbar energi" och "jord, skog och vatten". I de aktörs- och kommundialoger som genomförs undersöks behov och förutsättningar framåt i nära samverkan mellan de regionala arbetsgrupperna för processledning för smart specialisering och för planen för kulturella och kreativa branscher.

Det saknas ett samlat och specifikt samverkansgrepp kring såväl kulturens som kulturarvets del i smart specialiserings-arbetet. Detta kan ställas i relation till att det finns ett större och välfinansierat projekt för att stärka kapaciteten kring smart specialisering med fokus *besöksnäringens del* i "Upplevelser". Den samlande satsningen ägs och drivs av Jämtland Härjedalen Turism med finansiering av Tillväxtverket och regionala utvecklingsmedel. Det initiativärende som beslutats av politiken (se nedan under "Uppföljning") visar på medvetenhet om möjligheter, behov och angelägenhet. För att öka länets attraktivitet kunde en liknande satsning inom kultur respektive kulturarv samla kraft, mobilisera resurser och höja utveckling och innovation för verksamheter inom de kulturella och kreativa branscherna.

2 Strategi för kulturella och kreativa branscher

Våren 2024 presenterade regeringen en ny strategi för företag inom kulturella och kreativa branscher. Strategin utgår från förslag i utredningsbetänkandet "Kreativa Sverige! Nationell strategi för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher" (SOU 2022:44). I strategin formuleras en vision för 2033: "Sverige har stärkt sin position som ett ledande land för de kulturella och kreativa branscherna. Branscherna har god tillväxt och bidrar till svensk ekonomi och ett dynamiskt näringsliv i hela landet, ökad export och en positiv Sverigebild i utlandet. Företag inom de kulturella och kreativa branscherna bidrar till en mångfald av kulturella uttryck och kulturupplevelser i hela landet"².

Strategin innehåller strategiska mål inom sex prioriterade områden:

1. Tillförlitlig statistik på nationell nivå.
2. God kunskap om förutsättningarna och utvecklingen på den upphovsrättsbaserade marknaden.
3. Träffsäker rådgivning, stöd och finansiering och minskade regelkostnader.
4. God kompetensförsörjning, livslångt lärande och goda villkor i trygghetssystemen.
5. Attraktiva hållbara livsmiljöer och ett diversifierat och konkurrenskraftigt näringsliv i hela landet.

² Strategi för företag i kulturella och kreativa branscher (Skr. 2023/24:11)

6. Ett stort och växande internationellt genomslag för de kulturella och kreativa företagen.

2.1 Regionens fokusområden

Den nationella strategins mål relaterar väl till de fokusområden som regionens plan för de kulturella och kreativa branscherna har pekat ut. Den nationella strategin är dock särskilt fokuserad på företagen inom dessa branscher medan den regionala planen tar ett bredare grepp då även kulturskaparnas villkor pekas ut som en avgörande del i hur dessa företag och branscher utvecklas. Den regionala planen identifierar följande fem fokusområden:

- Kartläggning och kunskapsbyggande
- Tvärpolitisk- och flerpартssamarbete
- Kulturskaparna som den värdeskapande kärnan
- Utveckling av befintliga stödstrukturer
- Platsens betydelse

En stor del av aktiviteter och insatser görs inom ramen för befintlig verksamhet, inte minst inom Kultur och bildnings verksamhet. Vidare finns det insatser och aktiviteter som kan härröras till flera av planens fokusområden och till ett allmänt främjande av förutsättningarna för kulturella och kreativa branscher. Varje fokusområde pekar ut särskilda mål för insatser. Dessa mål följs upp i slutet av planperioden.

Sammanfattningsvis kan den nationella strategin ha en betydelse i hur näringslivspolitikerna utvecklas för att bättre förstå och möta de kulturella och kreativa företagen med relevanta och adekvata insatser. På regional nivå stärker den uppfattningen om att båda ansvariga områdena, Hållbar tillväxt samt Kultur och bildning, har ett gemensamt ansvar att, utifrån de olika politikområdena, bidra till ett främjande av både företag inom dessa branscher samt branscherna i stort.

3 Regional statistik

Då den nationella strategin har som mål att det ska finnas tillförlitlig och relevant nationell statistik om de kulturella och kreativa branschernas ekonomiska värden så inväntas vägledning och underlag för regionerna i detta arbete. Tills vidare utgår regionen från befintlig definition från den tidigare Kreametern (se det tidigare avsnittet Aktuell statistik). I mars 2025 presenterade Kreativ Sektor³ en uppdaterad nationell statistik. Där sammanfattas de kulturella och kreativa branscherna på en nationell nivå och det föreslås även en årlig analysrapport med tillförlitlig statistik⁴. Regionen välkomnar detta och i väntan på ett samlat nationellt statistikuppdrag följer vi egna framtagna nyckeltal under planperioden. (Se bilaga)

³ Kreativ Sektor är en ideell förening och ett näringspolitiskt samarbete mellan branschorganisationerna Dataspelebranschen, Film & TV-Producenterna, Musiksverige, KOMM – Sveriges Kommunikationsbyråer och Svenska Förläggareföreningen.

⁴ [Rapport-Uppdaterad-statistik-for-de-kulturella-och-kreativa-branscherna-250331.pdf](#)

Den aktuella regionala statistiken bygger till stor del på data från SCB: s företagsregister och visar på antalet aktiva företag . Statistiken visar på företag som huvudsakligen har sitt registrerade säte i Jämtlands län. Definitionen av kulturella och kreativa branscher bygger på den tidigare Kreametern från Tillväxtverket⁵ som definierar KKB efter olika SNI-koder. I Region Jämtland Härjedalen finns vissa justeringar som gjorts gällande PR och reklam. Tillverkningsindustrin, gastronomi och besöksnäring är ej medräknat i detta. Dessvärre ingår inte slöjd och hantverk i statistiken då dessa verksamheter saknar egna SNI-koder. Här behöver vi hitta ett annat sätt att följa dessa branscher då just slöjd och hantverk har starka företrädare i länet och dessutom god potential att bidra till ökad export. En utmaning med SNI-kodningen gör att det följer med många stora företag. Företagens industriella karaktär och storlek kan väcka diskussion ifall det kan ses som ett kulturellt och kreativt företag i samma bemärkelse som en enskild firma eller företagare med exempelvis en litterär och konstnärlig inriktning. Vilka andra parametrar som ska ligga som grund till KKB än bara SNI-kod behöver i så fall bearbetas fram.

Statistiken från juli 2025 visar på att det fanns 1 341 aktiva företag i Jämtlands län⁶. Jämförelsevis visar data från 2017 att antalet var 1 259 företag⁷. Den SNI-kod med flest aktiva företag inom kulturella och kreativa branscher finns inom artistisk verksamhet (268), tätt följt av litterärt och konstnärligt skapande (252). Av samtliga aktiva företag i Jämtlands län är 5,1 % KKB-företag vilket är relativt lågt jämfört med riksgenomsnittet där de kulturella och kreativa företagen står för 9 % av samtliga aktiva företag.

Bland samtliga förvärvsarbetande i Jämtlands län är det endast 2,3 % som är sysselsatta inom Kulturella och Kreativa branscher. Av samtliga KKB-företag i Jämtlands län finns majoriteten i Östersunds kommun (46 %). Fördelningen av KKB-företag fördelat på kommun i juli 2023, 2024 och 2025:

Kommun	juli 2023	juni 2024	Juli 2025
Berg	71	69	63
Bräcke	43	46	43
Härjedalen	85	92	98
Krokom	135	144	144
Ragunda	42	39	37
Strömsund	61	62	57
Åre	276	279	285
Östersund	632	643	614
Summa	1 345	1 374	1 341

Andelen KKB-företag per kommun i juli 2023, 2024 samt 2025, av samtliga aktiva företag i vardera kommunen:

Kommun	juli 2023	juli 2024	Juli 2025
Berg	3,5%	3,4%	3,2%

⁵ Arkitektur, audiovisuellt, bild och form, kulturarv, litteratur och press, litterärt och konstnärligt skapande, mode, reklam, scenkonst, måltid, slöjd, hantverk och upplevelsebaserat lärande.

⁶ Företagsregistret, SCB (uttag juli 2025)

⁷ Kreametern, Tillväxtverket (2017)

Bräcke	3,3%	3,5%	3,3%
Härjedalen	3,4%	3,6%	3,8%
Krokom	4,1%	4,4%	4,3%
Ragunda	3,5%	3,3%	3,1%
Strömsund	2,5%	2,5%	2,3%
Åre	8,5%	8,5%	8,6%
Östersund	6,6%	6,6%	6,2%
Jämtland/ Härjedalen	4,4%	4,5%	4,4%

Vid mättilfället hade hittills 335 aktiebolag inom kulturella och kreativa branscher i Jämtlands län registrerat sina resultat för 2024 i Bisnis Analys. Av dessa aktiebolag framkom det att den genomsnittliga nettoomsättningen per anställd (inom KKB) låg på 830 000 kronor per anställd, vilket är en minskad nettoomsättning per anställd jämfört med föregående år. Att ta i beaktande är att det finns några bolag med stor nettoomsättning, vilket innebär att utan dessa bolag inräknade i KKB skulle den genomsnittliga nettoomsättningen per anställd vara mycket lägre.

Av samtliga aktiva företag inom KKB i Jämtlands län, har 80 % noll anställda. Denna siffra är däremot ungefär den samma i jämförelse med samtliga aktiva företag i länet.

4 Uppföljning

Att stärka samverkan mellan områdena Hållbar tillväxt och Kultur och bildning är centralt för planens genomförande och under 2025 har regionen därför haft ett ökat internt fokus på kunskapsuppbyggnad, -spridning och samverkan. Gemensamma tillfällen mellan regionens stöd- och finansieringsenheter inom regional utveckling har genomfört, med syfte att bygga en stabil grund för hur vi externt kommunicerar de finansieringsmöjligheter som finns för kulturella och kreativa branscher och företag. Det externa informationstillfället Finansieringsforum har därför tvingats ställa in, dels för att vi internt behöver bygga den kommunikativa grunden, dels för att intresset för detta forum tycks ha avtagit. Däremot genomfördes ett Kulturskaparmingel med de professionella kulturskaparna som primär målgrupp där viss information om stöd och bidrag delgavs.

Mittuniversitet är en viktig part och där finns flera ytor för stärkt samverkan, inte minst inom regionens gastronomiarbete, Creative Cities Network, men även i utvecklingen av utbildningen PlatsKonstKultur som sker i samarbete mellan universitetet och regionen. Regionen finns även med i en referensgrupp till forskningsprojektet kring Kulturella och kreativa näringar som universitetet genomför inom ramen för samverkansavtalet med Östersunds kommun.

Under våren beslutade regionala utvecklingsnämnden om ett initiativärende där uppdraget är att föreslå hur en permanent arena, till exempel en inkubator, kan komplettera dagens ekosystem av företagsfrämjande insatser och samverkansstrukturer för kulturella och kreativa branscher. Fokus på denna utredning har varit prioriterat inom planens genomförande då den kan ligga till grund för ett mer långsiktigt arbete för att främja och stimulera en stark kulturell och kreativ sektor i länet.

Samverkan med kommunerna erbjuds kontinuerligt och under året har vi besökt Östersunds kommun för att informera Utvecklingsutskottet samt Kultur- och fritidsnämnden om planens genomförande. Tidigare år har vi haft fördjupat samarbete med Härjedalen och Åre. I övrigt sker aktiviteter på liknande sätt som i tidigare uppföljningsrapporter och de samverkansytor som etablerats underhålls kontinuerligt.

5 Analys

En följd av arbetet med att genomföra planen för kulturella och kreativa branscher är att efterfrågan av kunskap och medvetenhet om kulturella och kreativa branscher ökar och fler behov blir synliggjorda. Det utrymme som finns inom ordinarie verksamheter för att möta behov och efterfrågan hos såväl branschen som stödsystemet räcker inte utan vi prioriterar hårt och letar effektiva sätt. Större satsningar som Samspel63 har visat att systematiska insatser under en projektperiod kan ge stor effekt även på lång sikt och visa vägen för vad som kan vara effektiva satsningar framåt. En tillfällig projektförfinansiering kan vara ett effektivt sätt att lyfta kunskap och samverkan till en ny nivå, varifrån ordinarie verksamhet kan ta ett nytt avstamp både vad gäller regional samverkan och samverkan med bland annat Trøndelag.

I dagsläget finns vissa attraktiva spetskompetenser, framför allt i enstaka personers yrkesskicklighet. Viss utveckling sker som stärker möjligheterna för kompetensutveckling bland annat genom Mittuniversitetets utbildning PlatsKonstKultur. Regionen bedriver också folkhögskoleutbildningar inom kultur med personal som besitter unik och attraktiv kompetens. Även detta skapar platsattraktion med möjligheter för såväl bofasta som inflyttade att ta del av och utvecklas genom.

De främjande kulturverksamheterna inom regionen har börjat titta på de företag som omfattas av dagens statistik för att se hur väl de överensstämmer med kulturverksamheternas bild av branscherna. Det finns därför anledning att göra en djupare analys av de kulturella och kreativa branscherna framöver, inte minst genom att jämföra olika näringsgrenar med varandra för att se var regionen huvudsakligen skiljer sig från riket. Dessutom kan det behövas en översyn och tydligare definition av de parametrar som ska ligga till grund för den regionala KKB-statistiken för att bli mer träffsäkra i insatser och uppföljning. En fördjupad analys kommer att göras i slutet av planperioden.

6 Bilaga: Indikatorer

För att lättare kunna följa de kulturella och kreativa branschernas utveckling så har ett antal indikatorer tagits fram att följa under planens genomförande 2024-2027. För 2022 finns ej tillgänglig statistik för en del av indikatorerna.

Indikator	2022	2023	2024	2025
Antal KKB-företag i länet (SCB, juli)	Ingen statistik	1 345	1 374	1 341
Andel KKB-företag i länet (SCB, juli)	Ingen statistik	5,3 %	5,3 %	5,1%
Nettomsättning bland KKB-bolagen i länet (Bisnis Analys) ⁸	1 448 086 000 kr	1 528 187 000 kr	1 124 543 000 kr	Mäts 2026
KKB-bolagens genomsnittliga omsättning per anställd i länet (Bisnis Analys) ⁹	882 000 kr	890 000 kr	830 000 kr	Mäts 2026
Andel beviljade företagsstöd till KKB-företag av totala antalet beviljade stöd (NYPS)	7,5 % (av antalet stöd)	17 % (av antalet stöd) 8,7 % (av beviljade belopp)	6 % (av antalet stöd) 0,4 % (av beviljade belopp)	Mäts 2026
Andel projektstöd kopplade till KKB av totala antalet beviljade projektstöd (egen statistik) ¹⁰	Målgrupp: 2,9 % (av antalet stöd) Potentiell målgrupp 29,4 %	Målgrupp: 11,1 % (av antalet stöd) Potentiell målgrupp 5,6 %	Målgrupp: 4,3 % (av antalet stöd) Potentiell målgrupp 39,1 %	Mäts 2026
Antal beviljade kultur-stöd till professionella kulturskapare (egen statistik)	Ingen statistik	16 st (727 500 kr)	20 st (1 017 000 kr)	Mäts 2026
Antal företag som deltar i Kul Tur – öppna ateljéer och verkstäder (egen statistik, maj)	71 st	70 st	70 st	75 st
Antal företag i länet som fått stöd i Samspel (egen statistik)	Ingen statistik	39 st (1 april 2023 - 31 mars 2024)	22 st (1 april 2024 - 31 mars 2025)	Mäts 2026
Antal företag i länet som fått uppdrag i Samspel (egen statistik)	Ingen statistik	14 st (1 april 2023 - 31 mars 2024)	10 st (1 april 2023 - 31 mars 2024)	Mäts 2026

⁸ Senaste justering 20250903. 2024 års bokslut innefattar inte alla företag. Justering sker nästa år.

⁹ Beräkning har skett genom att ta totala nettoomsättningen delat med antal anställda.

¹⁰ Projekt där KKB-företag bedöms vara huvud- eller delmålgrupp samt ytterligare projekt där KKB-företag kan vara potentiell målgrupp.