



**SEK**

# Hur mycket **nytta** ger **nöje**?

Svensk Exportkredits Kulturexportseminarium 2006



**Svensk Exportkredit** höll 16 november ett seminarium om kulturens och Sverigebildens roll för vår tjänste- och varuexport. Över 150 åhörare från näringsliv, kultursektor och statliga myndigheter samlades på Musikmuseet där de fick höra kulturminister Lena Adelsohn Liljeroth dela med sig av sin syn på kulturexporten. De närvarande fick även lyssna på Olle Wästberg, generaldirektör för Svenska Institutet; Cissi Elwin, VD för Svenska Filminstitutet; Kristina Ahlinder, VD för Svenska Förläggarföreningen; och Sara Sandström Nilsson, gallerist och styrelseledamot i Svenska Galleriföreningen. I den avslutade paneldebatten deltog även Björn Wolrath, nestor i svenskt näringsliv och nyss avgången styrelseordförande i Svensk Exportkredit. Moderator var Emma Stenström, forskare vid Handelshögskolan och krönikör i Dagens Industri.



### **Peter Yngwe:**

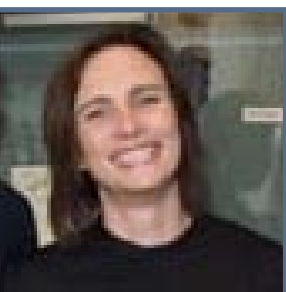
#### ***”Kulturen bygger Sverigebildan.”***

I sitt inledningsanförande poängterade SEKs VD, Peter Yngwe, exportens vikt för det svenska välståndet. Femtio procent av Sveriges BNP är exportbaserad och SEK hjälper utlandssatsande svenska företag med finansiella lösningar. Svenska företag har redan byggt en bild av Sverige som gynnar fortsatta framgångsrika exportsatsningar.

– Sverigebildan byggs även av vår kulturexport, av våra filmare, författare, regissörer, formgivare och arkitekter,

sa Yngwe. Men våra företag behöver kultur redan på den egna hemorten för att behålla vår kvalificerade arbetskraft. Rapporter visar att de regioner som satsar på sitt kulturliv ofta får större internationell konkurrenskraft.

– Kulturen påverkar Sveriges företagande både hemma och utomlands. Men hur starkt är egentligen sambandet mellan kultur och näringsliv och hur mycket exportnytta ger inhemska kultursatsningar? Det är utgångspunkten för dagens seminarium, sa Yngwe.



### **Emma Stenström:**

#### ***”Något nytt är på gång.”***

Dagens moderator Emma Stenström, forskare på Handelshögskolan, blickade tillbaka på 17 år som verksam i gränslandet mellan kultur och ekonomi.

– Länge har det varit en misstro från tagare tycker att kultur är trevligt men inte har något med pengar att göra, och kulturarbetare vill inte bli reducerade till en ekonomisk variabel. Men något har hänt nu.

Ett tecken i tiden, enligt Stenström, var den färsk

EU-rapporten ”The Economy of Culture in Europe”. Rapporten visar att kultursektorn år 2003 stod för 2,6 procent av Europas samlade BNP, mer än såväl bil- som livsmedelsindustrin. Dessutom är kulturen en tillväxtsektor med en kvalificerad arbetskraft, där minst hälften har en universitetsexamen. Kulturen verkar nu ses som en kraftkälla för mycket mer verksamhet än bara turism.

– Den nya synen är början till något väsentligt och historiskt för Sverige, sa hon.



### **Lena Adelsohn Liljeroth:**

#### ***”Kultur är inte bara föda för själen utan även för samhället.”***

Även kulturminister Lena Adelsohn Liljeroth uppmärksammade EU-rapporten.

– Med den som underlag bör kulturpolitiken kunna lyfta fram sina positioner och få näringslivet att bättre uppmärksamma kulturens möjligheter. För självklart behöver exportindustrin och kulturexporten varandra. Kulturen grundlägger Sverigebildan vilket gynnar vår exportindustri. Och kulturexporten kan dra nytta av exportindustrins organisation med internationella kontakter, sponsring osv.

– Kulturexport är mer än bara traditionell varu- och tjänsteexport, fortsatte hon. Den bygger på ett ömsesidigt utbyte av idéer, tankar och konstnärliga impulser mellan länder och kulturer. I den nyss lagda budgetpropositionen anges just kulturlivets internationalisering som en strategisk fråga. Sverige har där ett gott utgångsläge med en bred och kvalificerad grupp av filmskapare, musiker och författare.

– Men inga framgångar är självklara, vilket tillbakagången för svensk musikexport i fjol var ett tecken på, konstaterade Liljeroth.

**Cissi Elwin:**

### ***”Färre men med högre kvalitet”***

Cissi Elwin, VD för Svenska Filminstitutet (SFI), ser som ett av sina huvuduppdrag att företräda svensk film internationellt. Närmare 30 procent av svensk biofilm säljs internationellt, främst inom Europa. Sverige utmärker sig här inom främst kortfilm och dokumentärfilm, och mindre inom långfilmsförsäljning.

För att öka intresset för svensk långfilm har SFI givit stöd till såväl ”genuint svenska filmer” som engelskspråkiga filmer gjorda av svenskar. Den uteblivna framgången för ett flertal av dessa ”svenska filmer på engelska” gör

att SFI nu överväger framtida inriktning. För att bättre förstå vilka svenska filmer som säljer var, håller SFI på att kartlägga vidareförsäljningen av svensk film i olika kanaler utomlands.

– Men vi vet ju alla vad som är den enskilt viktigaste parametern för att stärka svensk filmexport: bra film med hög kvalitet. För att uppnå detta har vi beslutat att koncentrera vårt finansiella stöd till färre filmer än de som får filmstöd idag, sa Elwin.



**Kristina Ahlinder:**

### ***”Vi behöver stöd till provöversättningar.”***

Det ges ut mer svenska boktitlar än någonsin, berättade Svenska Förläggarföreningens VD Kristina Ahlinder. Även den svenska litteraturexporten växer, med Tyskland som främsta utlandsmarknad.

– Ibland skriver tyska författare till och med under svensk pseudonym för att attrahera köpare. Där underlättar Sverige bilden vårt arbete. Men närmast motsatt effekt har svenska namn i till exempel England och USA där vi har svårare att nå framgång.

Överlag är litteraturexport svårare än film- och musik-

export, menade Ahlinder. Produkten ställer högre krav på konsumenten och författare når sällan samma kändisstatus som artister eller skådespelare.

– För att hjälpa svenska förlag att få ut sina författare internationellt behövs ett statligt stöd, ansåg Ahlinder. Ett sådant stöd skulle kunna bekosta såväl provöversättningar som internationella marknadsaktiviteter.



**Sara Sandström:**

### ***”Enhetlig moms-katt vore bra.”***

Sara Sandström, styrelsemedlem i Svenska Galleriförbundet och ägare till Galleri Andersson-Sandström i Umeå, såg hur gallerierna alltmer fungerade som agenter för sina konstnärer. Om konstnären var den lokala producenten så var galleriet den globala distributören. Men att delta i internationella konstmässor är dyrt, om man ens får en mässplats. För att hjälpa svensk konst utomlands efterfrågade Sandström statsstipendier, liknande det mässtöd som finns i Danmark.

Hon efterlyste även en enhetlig moms-katt för all konst. I dagsläget betalar en gallerist 25 procent moms jämfört med de 12 procent som konstnären betalar om denne säljer sina verk själv. Båda moms-satserna är dessutom högre än de 6 procent som andra kultursektorer är belagda med.

– Det finns ett stort intresse för skandinavisk konst internationellt, men det kan gå ännu bättre, sa hon.



**Olle Wästberg:**

### ***”Vilken Sverige-bild vill vi förmedla?”***

Genom att sprida bilder av Sverige underlättar kulturexporten arbetet för svenska affärsmän i utlandet, trodde Olle Wästberg, generaldirektör för Svenska Institutet (SI) och före detta generalkonsul i New York.

– Men vilken Sverige-bild ska vi förmedla? Är det dalahäst- eller IT-Sverige? Är det köttbullar eller Fredsgatan 12? Skansen eller Kista Science Tower? Hur vi klarar av globaliseringen beror på hur vi tillsammans laddar det svenska varumärket, sa Wästberg.

I sitt arbete målar SI en bild av Sverige som ett land med livskvalitet, öppet sinne och modernitet som sin bas. Bilden sätts dock inte via annonskampanjer utan

genom ett nära arbete med media. Underhållningsindustrins genomslagskraft går inte heller att förneka, sa Wästberg och gav som exempel boken ”Damernas Detektivbyrå”, där all mediauppståndelse om ”Botswanas Miss Marple” effektivt satt landet på den globala kartan. Filmen ”Borat” var ett mer negativt exempel. Filmens fiktive journalist från Kazakstan fick landet att framstå som efterblivet, antisemitiskt och främlingsfientligt.

– Kazakstan kommer att behöva ett sekel för att återställa skadan, sa Wästberg.





## Paneldebatt: ”Obligatorisk vidareutbildning i kultur för företagsledare.”

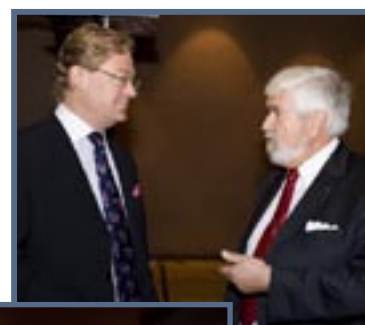
I den efterföljande paneldebatten deltog även Björn Wolrath, tidigare VD för Skandia och nyss avgången styrelseordförande för Svensk Exportkredit. Wolrath ansåg att fler i ledningsposition borde tänka på kulturens ekonomiska betydelse. Han föreslog såväl vidareutbildning i kulturämnen för svenska företagare som att alla svenska företag

som tar emot utländska besökare måste ta med besökarna till ett museum, en konsert eller en föreställning.

– När man besöker London är det ofta man blir medbjuden på Tate Modern. Varför gör inte vi likadant med Moderna Museet i Stockholm? undrade Wolrath.



Johan Bengt-Påhlsson, Lars M. Andersson (SEK) & Kristina Ahlinder (Svenska Förläggarföreningen)



Jan-Eric Nilsson  
(Rederi AB  
Gotland) &  
Björn Wolrath



Björn Stålné  
(Rikskonserter) &  
Johan Bengt-Påhlsson



Bo Leander (SEK) & Tor Johansen  
(Norsk Eksportfinans)



Fredrik Wetterqvist (UD)

**Om Svensk Exportkredit:** SEK har till föremål att bedriva finansieringsverksamhet och därvid främst främja utvecklingen av svenskt näringsliv och svensk exportindustri. SEK finansierar sin verksamhet huvudsakligen genom att ge ut obligationslån på de internationella kapitalmarknaderna. SEKs balansräkning och tillgångar har hög kvalitet. SEKs rating från Standard & Poor's respektive Moody's är AA+/Aa1 för långfristiga skulder. Läs mer på SEKs hemsida: [www.sek.se](http://www.sek.se)