

RAPPORT 14:07

Kulturarbetsmarknaden – en enkätstudie

KulturKraft Syd & KulturKraft Stockholm

RAPPORT 14:07 – MARS 2014

Kulturarbetsmarknaden - en enkätstudie

KulturKraft syd & KulturKraft Stockholm

Joakim Sternö och Tobias Nielsén



Volante är ett kunskapsföretag som vill bidra till en klokare och roligare värld genom att utveckla och sprida kunskap.

Joakim Sternö är analytiker vid Volante

Tobias Nielsén är kulturekonom och vd för Volante

ADRESS

Volante Research
Stora Nygatan 7
111 27 Stockholm

TELEFON

08-702 15 16

E-POST

info@volanteresearch.com

WEBB

www.volanteresearch.com
www.kulturekonomi.se

Innehåll

Sammanfattning	4
Inledning och bakgrundsinformation	5
Metod och urval	6
Respondenternas bakgrund.....	7
Arbetsmarknadssituation	9
Sysselsättningssituationen.....	10
Företagande	18
Lönesituationen	20
Kompetensutveckling	23
Synen på KulturKraft-projekten	28
Kulturpolitiskt intresse	33
Sammanfattande diskussion	35

Sammanfattning

Den här rapporten bygger på en webbaserad enkätstudie med 1 284 svar. De flesta svaren kommer från Stockholmsregionen, Skåne eller Västra Götaland. Undersökningen har genomförts som en del av Volante Researchs arbete med lärande utvärdering av KulturKraft Stockholm och KulturKraft Syd, två projekt med målet att stärka kompetensutvecklingen för verksamma inom kultur och media.

Syftet är främst att testa och få mer kunskap om några antaganden om arbetsmarknaden inom kultur och media – antaganden som ofta hörs i diskussionen och som fungerar som en utgångspunkt för KulturKraft-projekten. Nedan beskrivs några resultat från undersökningen.

Arbetsmarknadssituationen och drivkrafter

Två tredjedelar av respondenterna har inte en fast anställning utan arbetar som frilansare med eller utan eget företag. En tredjedel var arbetslös i någon period under 2012, men majoriteten av de tillfrågade (55 procent) har inte flyttat för jobb eller studier. Medianen hamnar i gruppen som tjänade 20 000–25 000 kronor i månaden före skatt.

Sex av tio uppger dock att de är nöjda med sin nuvarande anställningsform. En förklaring kan spåras i att 91 procent menar att deras arbete ger dem glädje. Nio av tio har företag för att det ger dem möjlighet att göra vad de vill, men att man har företag är också efterfrågat av uppdragsgivaren.

Betydelsen kompetensutveckling

Av respondenterna uppger 93 procent att kompetensutveckling är viktigt för deras utveckling och 76 procent att kompetensutveckling är nödvändigt för att de över huvud taget ska kunna utföra sitt yrke. Samtidigt svarar 73 procent att de önskar att de la mer tid på kompetensutveckling och 48 procent instämmer inte i påståendet att de får den kompetensutveckling de behöver av sin arbetsgivare.

Deltagande i KulturKraft

Bland deltagarna i KulturKraft uppger fyra av fem att aktiviteterna har stärkt deras kompetens och fler än sex av tio svarar att de haft direkt nytta av sin nya kompetens i deras vardagliga arbete. Detta tyder på att KulturKraft fyller ett efterfrågat behov. Dessutom visar undersökningen tecken på att KulturKraft bidragit med nätverksskapande effekter, även över sektorsgränser. Detta kan på längre sikt bidra till nya samarbeten och arbetsmöjligheter.

Inledning och bakgrundsinformation

Den här rapporten har tagits fram inom ramen för den lärande utvärderingen¹ av KulturKraft Stockholm och KulturKraft Syd, två projekt med målet att stärka kompetensutvecklingen för verksamma inom kultur och media i Skåne/Blekinge och Stockholmsregionen.

För att förstå varför KulturKraft har initierats kan vi se till utgångspunkterna i projektbeskrivningarna. Fyra stycken grundantaganden görs inom KulturKraft som leder fram till slutsatsen att projekten behövs.

Grundantaganden i projektbeskrivningen

(grundantagande 1) Ökad andel frilansare på arbetsmarknaden. KulturKraft-projekten utgår från en bedömning om att arbetsmarknaden inom kultur och media under senare år har genomgått stora förändringar. Dessa förändringar beskrivs som om att arbetsmarknaden har fragmenterats. Detta ska framför allt ha skett genom att antalet fasta anställningar har minskat. Och istället arbetar de flesta som frilansare med eller utan eget företag, i olika former av visstidsanställningar och på kortare uppdrag.

(grundantagande 2) Arbetsmarknaden utanför kulturinstitutionerna har vuxit. Två orsaker till detta anges i KulturKrafts bakgrund. Dels att det är ett resultat av att färre är fast anställda, vilket leder till att de kulturverksamma måste hitta försörjning på nya sätt. Och dels har teknikutvecklingen gjort det möjligt att i högre utsträckning skapa sin egen arbetsmarknad inom dessa branscher. Exempelvis har hårdvarukostnader minskat och möjligheten att distribuera och marknadsföra kultur via internet har ökat.

(grundantagande 3) Individer har större ansvar för sin egen fortbildning. En konsekvens av ett större frilansande är att ansvaret för kompetensutveckling kommit att i hög utsträckning ligga på de kulturverksamma själva, vilket få har resurser att klara av.

(grundantagande 4) kraven på kompetens har ökat. Samtidigt har kraven på kulturutövarnas spetskompetens och multikompetens (klara av fler typer av arbetsuppgifter) ökat för att få uppdrag.

Projektbeskrivningens slutsatser

(slutsats 1) Ökad obalans kring behov och möjlighet för fortbildning. Detta har i förlängningen lett till en ökad obalans mellan

¹ Lärande utvärdering eller följeforskning innebär att vi, Volante Research, följer, utvärderar och dokumenterar projekten under projektperioden.

arbetsmarknadens behov av arbetskraft med aktuell och ofta unik yrkeskompetens och de yrkesverksammans möjlighet att bredda och fördjupa sin kompetens.

(slutsats 2) Ökad samordning behövs för att motverka obalansen. KulturKraft-projekten har tagits fram för att motverka dessa strukturella problem genom framför allt en ökad samordning av kompetensutvecklingen. Detta innebär att KulturKraft ska utgöra ett branschöverskridande resurscentrum för kompetensutveckling för att möta branschernas specifika behov.

Denna undersökning

Med denna undersökning vill vi, i egenskap av följeforskare och utvärderare, studera hur väl dessa grundantaganden och slutsatser stämmer överens med den bild som verksamma inom kultur och media har. Och hur väl KulturKraft-projekten lyckas med att tillgodose behov som finns på grund av dessa eventuella strukturella problem. Syftet är således att bidra till en fördjupad bild av hur arbetsmarknaden ser ut, betydelsen av kompetensutveckling och vilken roll KulturKraft spelar i detta. Följande frågor har legat till grund för denna enkätstudie:

- Hur upplevs arbetsmarknadssituationen bland de verksamma inom kultur och media?
- Vilken betydelse har kompetensutveckling för de verksamma inom kultur och medias möjlighet att praktisera sitt yrke?
- Upplever deltagare i KulturKraft att aktiviteterna stärker deras möjligheter att utöva sitt yrke?

Metod och urval

Undersökningen har genomförts som en webbenkät med totalt 1284 svarande. För att praktiskt kunna genomföra undersökningen har deltagarna i första hand rekryterats genom att samarbetsorganisationer till KulturKraft-projekten skickat ut e-post till sina medlemmar med en länk till undersökningen. Länk till undersökningen har även spridits via nyhetsbrev och sociala medier (Twitter, Facebook och bloggar). I dessa fall har de som arbetar ”inom kultur och media” ombetts att svara.

Något slumpmässigt urval av en, på förhand, tydligt definierad population har alltså inte gjorts. Statistiken som presenteras i den här undersökningen ska därför inte generaliseras till hela arbetsmarknaden inom kultur och media, utan enbart till de svarande i enkäten. Med detta sagt bedömer vi dock att svarsunderlaget ger en god indikation om hur det ser ut på arbetsmarknaden inom området.

Respondenternas bakgrund

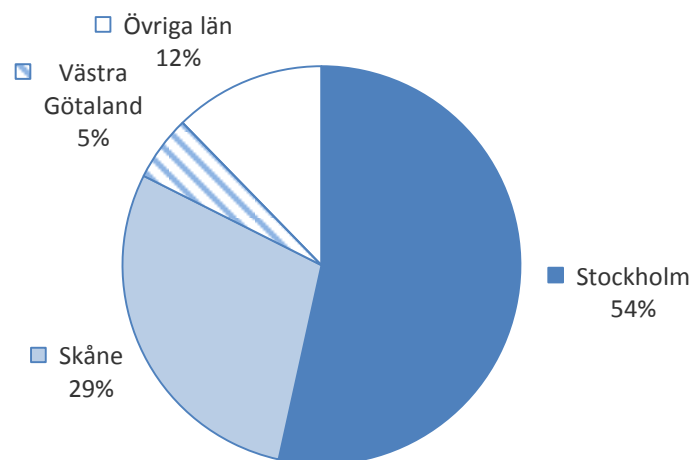
Totalt svarade 1 284 personer på enkäten varav 59 procent var kvinnor och 41 procent män. Åldersspridningen av respondenterna sträcker sig från den yngsta som är född 1995 till den äldsta som är född 1931.

Tabell 1: Åldersspridning av de svarande i fyra åldersklasser.

18-29 år	30-49 år	50-64 år	65+ år
126	719	388	50
10 %	56 %	30 %	4 %

De allra flesta var under 2012 i huvudsak verksamma i Stockholms län, 54 procent, följt av Skåne, 29 procent. 5 procent var verksamma i Västra Götaland och 12 procent hade sin huvudsakliga verksamhet övriga delar av Sverige. En klar majoritet, 82 procent, var alltså verksamma i de län där KulturKraft Stockholm och KulturKraft Syd verkar.

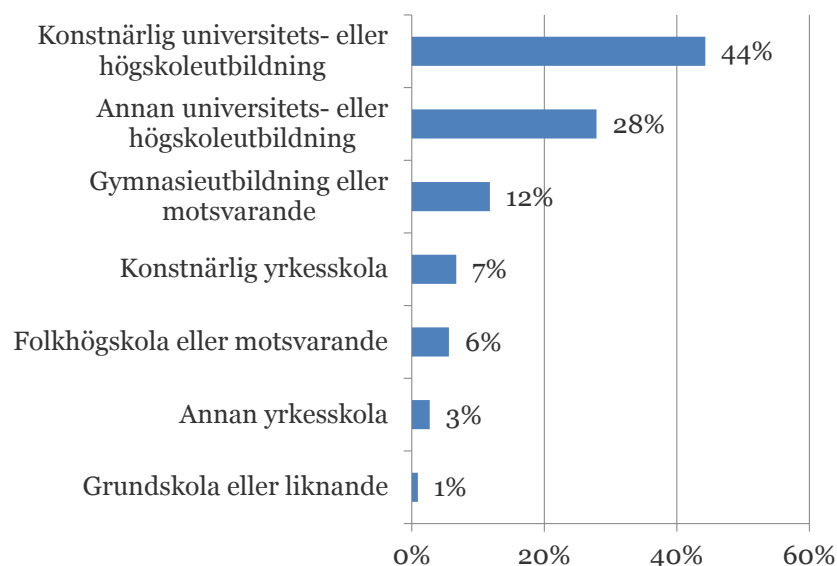
Figur 1: I vilket län respondenterna uppger att de huvudsakligen var verksamma 2012.



Utbildningsnivån av de svarande är relativt hög generellt sett, 72 procent har avslutat en universitets- eller högskoleutbildning. I hela Sverige har 35 procent (i åldern 25-64 år) en högskoleutbildning.² Av de svarande har 51 procent en utbildning med konstnärlig inriktning, 44 procent konstnärlig universitet- eller högskoleutbildning och 7 procent konstnärlig yrkesskola.

De allra flesta, 92 procent, har utbildat sig i Sverige, 8 procent i övriga Norden, 16 procent i övriga Europa och 12,5 procent i övriga världen.³

Figur 2: Fördelning av respondenternas utbildningsnivåer.



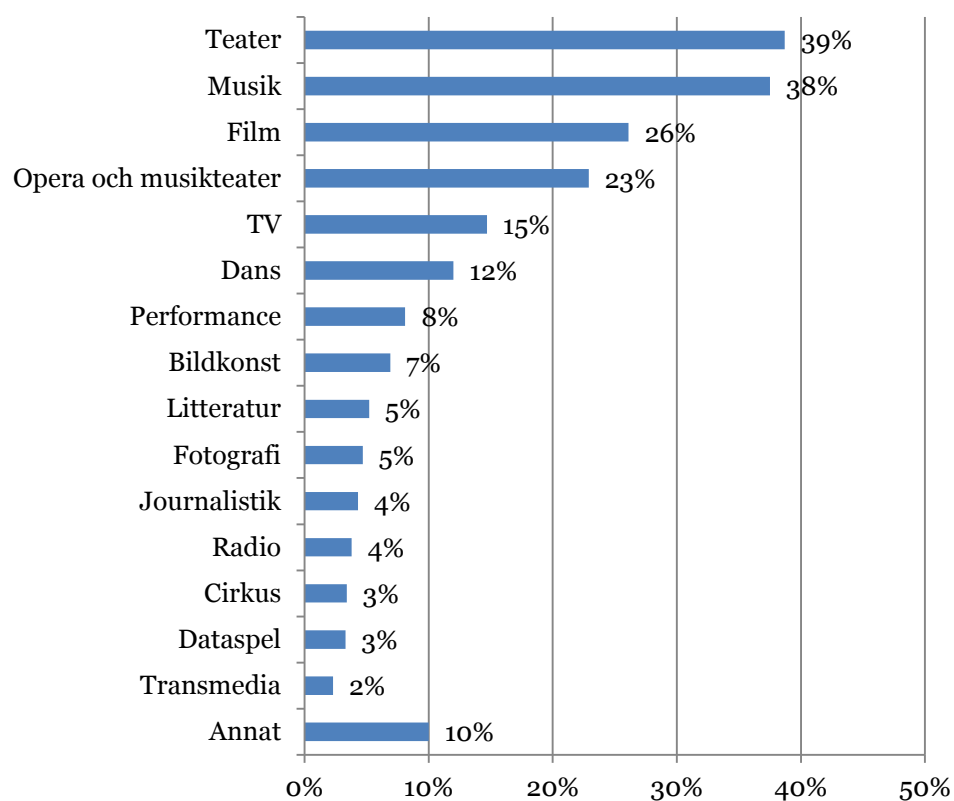
² <http://www.ekonomifakta.se/sv/Fakta/Utbildning-och-forskning/Utbildningsniva/Hogskoleutbildade-25-64-ar/>

³ Att den summerade procenten över i var respondenterna har utbildat sig överstiger 100 procent beror på att en individ kan ha utbildat sig i fler än ett land.

Arbetsmarknadssituation

Av de svarande är det endast ett fåtal som inte arbetar helt eller delvis inom kultur eller media, knappt 3 procent. Figur 3 visar inom vilka områden de arbetar. Teater följt av musik är de områden där flest är verksamma, strax under 40 procent. Det har varit möjligt att kryssa i flera alternativ.

Figur 3: Andel respondenter som arbetar inom respektive område. Respondenterna har haft möjlighet att kryssa i flera alternativ.



De allra flesta har också varit verksamma inom kultur och media under en längre tid. Drygt 40 procent har varit verksamma i över 20 år och 85 procent har arbetat minst fem år inom kultur eller media.

Tabell 2: Hur länge respondenterna har varit verksamma inom kultur och media.

År som verksam	Antal svar i procent
Mindre än 1 år	1 %
Mellan 1 och 5 år	14 %
Mellan 5 och 10 år	14 %
Mellan 10 och 20 år	29 %
Över 20 år	40 %

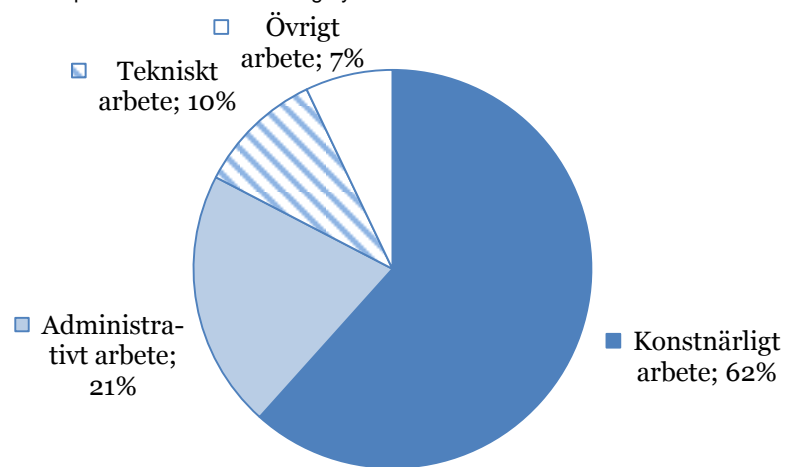
Sysselsättningsituationen

En majoritet av de som svarat, 62 procent, uppger att konstnärligt arbete är deras huvudsakliga yrkesidentitet, därefter följer administrativt arbete, 21 procent, och tekniskt arbete, 10 procent, se Figur 4. Fördelningen ser dock något annorlunda bland de som deltagit i KulturKraft Syd respektive KulturKraft Stockholm, med en högre andel med konstnärlig yrkesidentitet i Stockholm än i Syd, se Tabell 3.

En dryg tredjedel uppger att de under 2012 hade en tillsvidareanställning som huvudsaklig sysselsättning, ett par procent fler än de som drev eget företag, se Tabell 4. Vid en jämförelse mellan de som deltagit i KulturKraft Stockholm och Syd är det 11 procentenheter fler som uppgav eget företag som huvudsaklig arbetsgivare. Drygt 6 procent uppgav att de i huvudsak var arbetslösa under 2012, vilket är lägre än i Sverige som helhet där den genomsnittliga arbetslösheten uppgick till 7,7 procent 2012.⁴

⁴ http://www.scb.se/Pages/PressRelease_349903.aspx

Figur 4: Respondenternas huvudsakliga yrkesidentitet.



Tabell 3: Fördelning över respondenternas huvudsakliga yrkesidentitet, jämförelse mellan deltagare i KulturKraft Syd och KulturKraft Stockholm.

	KulturKraft Syd	KulturKraft Stockholm	Totalt
Administrativt arbete	29 %	22 %	21 %
Konstnärligt arbete	49 %	63 %	62 %
Tekniskt arbete	15 %	8 %	10 %
Övrigt arbete	8 %	7 %	7 %

Tabell 4: Respondenternas huvudsakliga sysselsättningssituation. Jämförelse mellan deltagare i KulturKraft Syd och Stockholm och totalt.

	KulturKraft Syd	KulturKraft Stockholm	Totalt
Tillsvidareanställning	39 %	31 %	36 %
Projekt- eller visstidsanställning	16 %	15 %	15 %
Eget företag/egen verksamhet	30 %	41 %	34 %
Arbetslös	6 %	5 %	6 %
Annan	9 %	9 %	10 %

Det är alltså relativt sett få som uppger "arbetslös" som deras huvudsakliga arbetssituation under 2012. Det är dock 35 procent som uppger att de delvis var ofrivilligt arbetslösa under 2012. Cirka 13 procent var 2012 ofrivilligt arbetslösa upp till 25 procent av tiden och ytterligare 13 procent upp till 49 procent av tiden, se Tabell 5.

I Konstnärsnämndens rapport med uppgifter om 2008 är det drygt 75 procent som uppger att de inte var arbetslösa. Det skiljer sig dock relativt stort mellan kulturområden, exempelvis uppger drygt 80 procent av bildkonstnärerna att de inte var arbetslösa alls under 2008 och inom teater var siffran 65 procent och film 64 procent.⁵

Siffrorna för film och tv är mer lika den undersökning vi gjort här där många också kommer från dessa två områden.

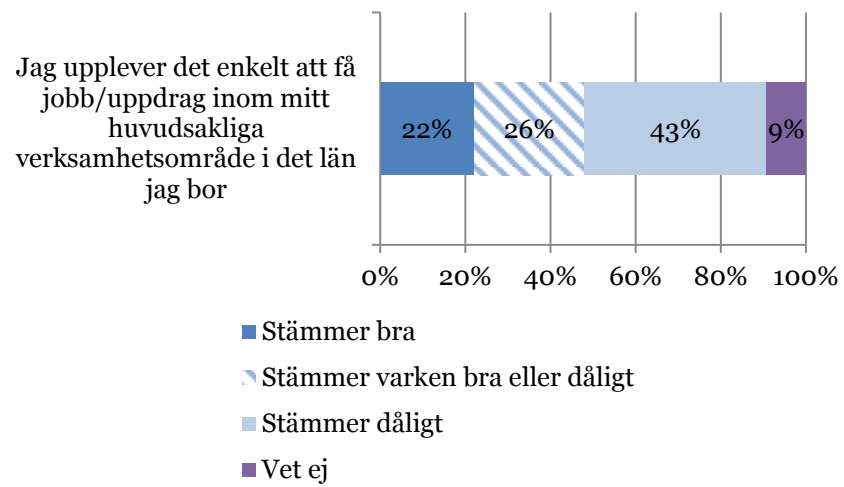
Tabell 5: Andel av respondenterna som uppger att det är ofrivilligt arbetslösa en del av tiden. Jämförelse mellan deltagare i KulturKraft Syd och Stockholm och totalt.

	KulturKraft Syd	KulturKraft Stockholm	Totalt
Nej	68 %	65 %	66 %
Ja, mindre än 25 % av tiden	13 %	11 %	13 %
Ja, mellan 25 % och 49 % av tiden	13 %	17 %	13 %
Ja, mellan 50 % och 74 % av tiden	5 %	5 %	5 %
Ja, mellan 75 % och 100 % av tiden	2 %	2 %	3 %

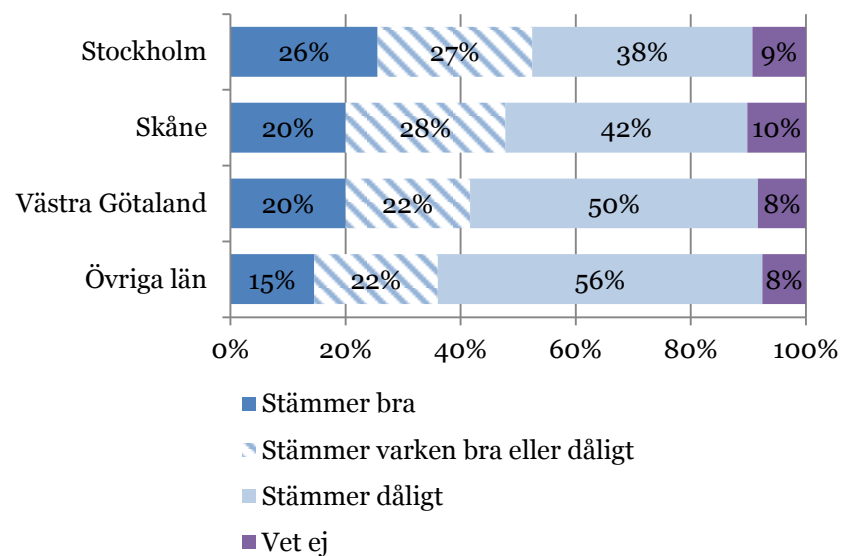
Figur 5 visar att det är en liten del av respondenterna som upplever att det är lätt att få jobb inom deras yrkesområde där de bor, 22 procent. 43 procent instämmer *inte* i påståendet att det är lätt att få jobb. Figur 6 visar en jämförelse utifrån respondenternas verksamhetsorter. I Stockholm upplever flest att det är lätt att få jobb och svårare är det utanför storstadslänen.

⁵ Flisbäck, Marita (2009), "Konstnärers inkomster, arbetsmarknad och försörjningsmönster", Konstnärsnämnden.

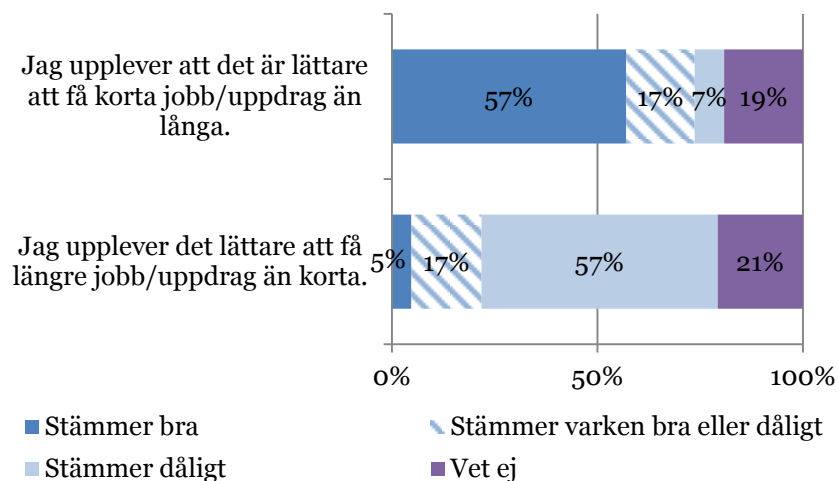
Figur 5: Hur enkelt respondenterna upplever det är att få jobb.



Figur 6: Hur väl respondenterna stämmer in i påståendet: "Jag upplever det enkelt att få jobb/uppdrag inom mitt huvudsakliga verksamhetsområde i det län jag bor". Fördelat efter var respondenterna i huvudsak verkade år 2012.



Figur 7: Hur väl respondenterna instämmer i påståenden om hur lätt det är att få kortare jobb (upp till sex månader) respektive längre jobb (längre än sex månader).



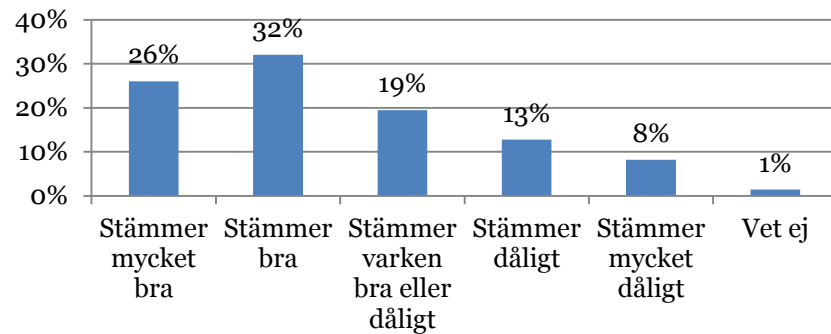
När det gäller längden på jobb instämmer 57 procent i påståendet att det är lättare att få kortare uppdrag, upp till sex månader, än längre uppdrag eller anställningar, se Figur 7.

Med tanke på de svårigheter respondenterna upplever att få jobb och uppdrag är det ändå relativt få som har flyttat för att ta ett jobb på en annan plats. Drygt 19 procent har flyttat permanent på grund av jobb eller utbildning och strax under 26 procent har gjort det tillfälligt, se Tabell 6.

Tabell 6: Andel respondenter som har flyttat tillfälligt eller permanent till en annan plats beroende på jobb, uppdrag eller utbildning.

	Flyttat för jobb eller studier
Ja, permanent	19 %
Ja, tillfälligt	26 %
Nej	55 %

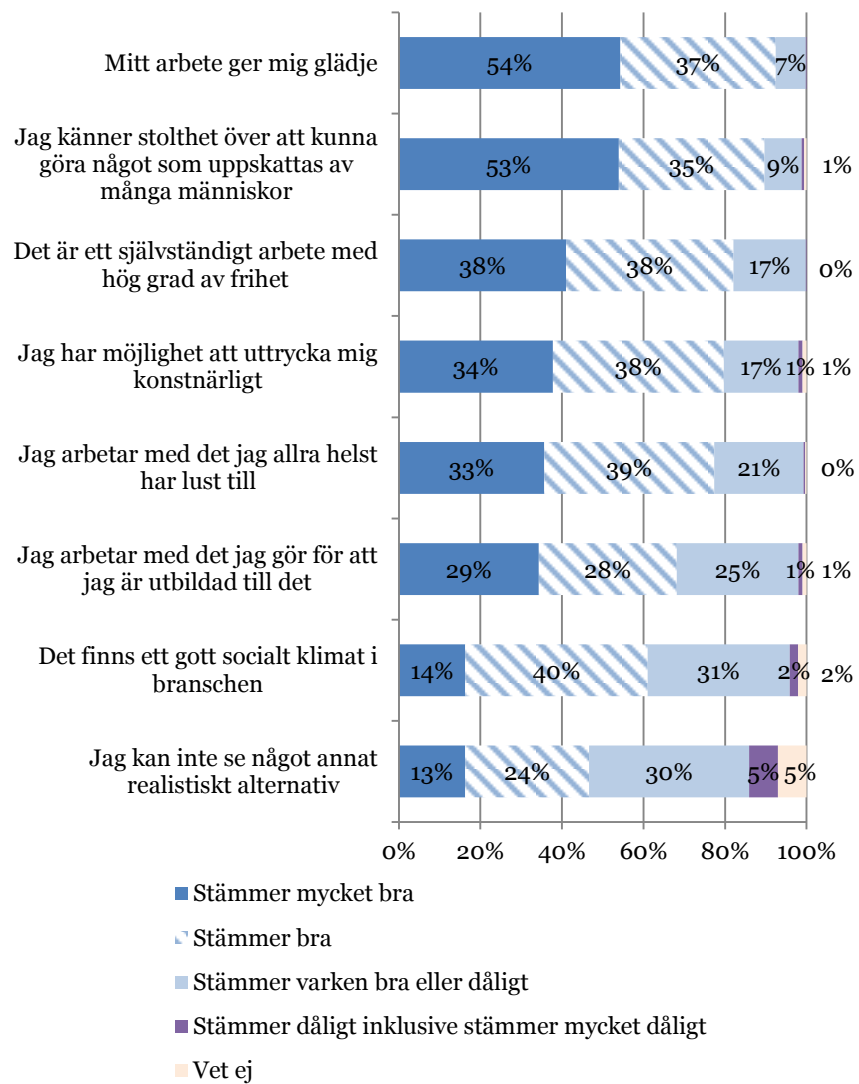
Figur 8: Andel respondenter som instämmer i påstående att det är nöjda med sin nuvarande anställningsform.



Trots en ganska hög deltidsarbetslöshet och svårigheter att få jobb är det ändå en majoritet, 58 procent, som uppger att påståendet att de är nöjda med sin arbetssituation ”stämmer mycket bra” eller ”stämmer bra”. Cirka en femtedel, 21 procent, uppger att påståendet ”stämmer dåligt” eller ”stämmer mycket dåligt”, se Figur 8.

En förklaring till att många ändå är nöjda kan vara att det är en stor andel som upplever att deras arbete ger dem glädje (91 procent), känner stolthet (88 procent) och att de arbetar med det de allra helst har lust till (72 procent), se Figur 9.

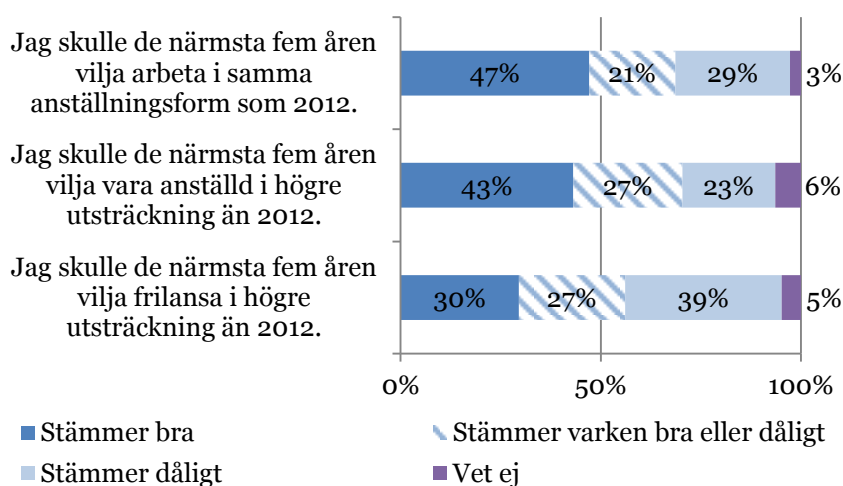
Figur 9: Respondenternas syn på sitt arbete.



Synen på framtiden

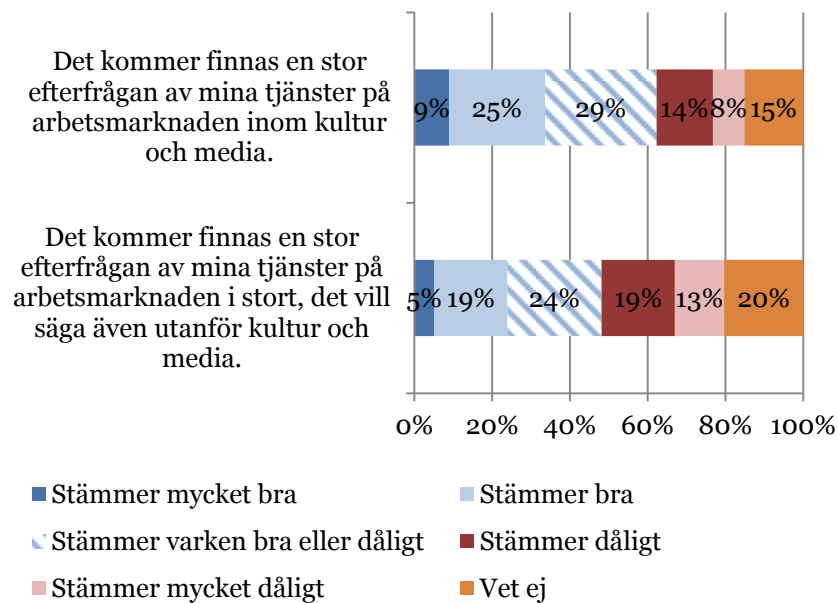
Figur 10 visar hur respondenterna skulle vilja förändra sin anställningsform de kommande fem åren. Flest, 47 procent uppger att de vill fortsätta arbeta i samma form som 2012, mot 29 procent som inte vill det. 43 procent uppger att de skulle vilja vara anställda i större utsträckning och 30 procent uppger att de skulle vilja frilansa i större utsträckning. Det är dock 39 procent som säger att de inte skulle vilja frilansa i större utsträckning.

Figur 10: Hur väl respondenterna stämmer in i påståenden om hur de skulle vilja förändra sin anställningsform de närmsta fem åren.



När det gäller vad respondenterna tror om arbetsmarknadens utveckling de närmsta tre till fem åren är det inte en entydig bild som framträder och relativt många är osäkra. 34 procent tror att det kommer finnas en stor efterfrågan på deras tjänster inom kultur och media och 24 procent tror att det kommer finnas en stor efterfrågan av "mina tjänster" på arbetsmarknaden i stort.

Figur 11: Synen på framtiden under de kommande tre till fem åren.



Företagande

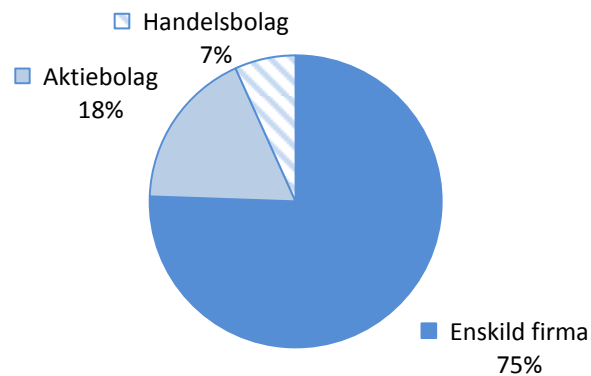
Av de som svarat på enkäten är det drygt 47 procent som driver ett eget företag, se Tabell 7. Skillnaden är dock relativt stor vid en jämförelse mellan könen. Av kvinnorna är det nästan 43 procent som har ett eget företag och bland männen är motsvarande siffra drygt 54 procent, en skillnad på över elva procentenheter.

Figur 12 visar fördelningen av bolagsformer de driver sina företag. Den dominerande bolagsformen är enskild firma, 75 procent, följt av aktiebolag, 18 procent och handelsbolag, 7 procent.

Tabell 7: Andel av respondenterna som har ett eget företag igång.

	Totalt	Kvinnor	Män
Driver företag	47,3%	42,9%	54,2%
Driver ej företag	52,7%	57,1%	45,8%

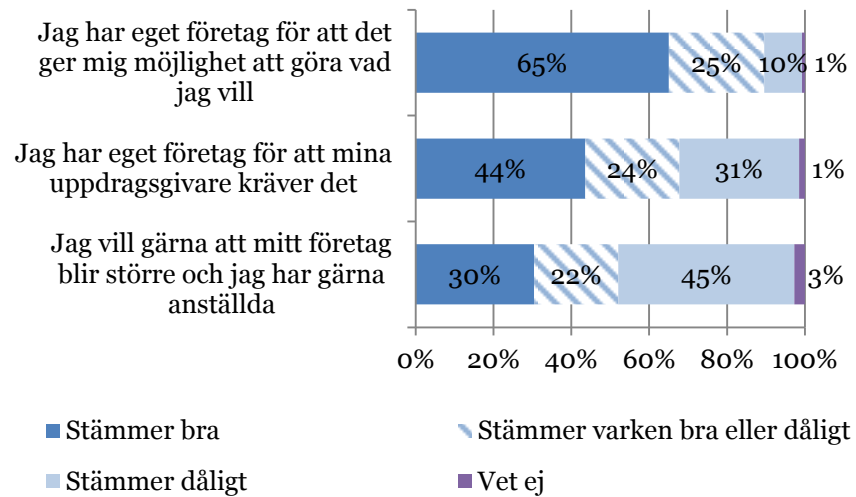
Figur 12: Andel av olika bolagsformer bland de respondenter som driver eget företag.



Av de som driver företag är det 65 procent som instämmer i påståendet att de driver företag för att kunna göra vad de vill, se Figur 13. Att 44 procent svarar att de driver företag för att uppdragsgivare kräver det hänger ihop med föregående påstående. Om en uppdragsgivare kräver att de ska ha ett företag är det också en förutsättning att de har ett företag för att kunna göra vad de vill.

När det gäller att växa och ha anställda är det 30 procent som instämmer i påståendet att de vill att deras företag blir större och att de har anställda. 45 procent uppger att de inte instämmer. Påståendet är dock något svårtolkat då en företagare kan vilja att företaget blir större när det gäller omsättning, men inte vill växa och ha ett arbetsgivaransvar.

Figur 13: Respondenternas svar på hur väl de stämmer in i påståenden om deras företagande.

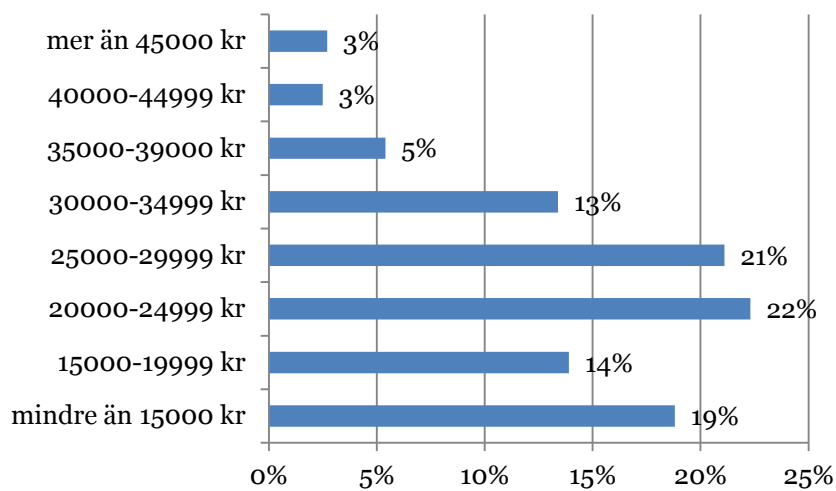


Lönesituationen

Figur 14 visar den inkomst respondenterna hade i genomsnitt per månad 2012 innan skatt. Medianen hamnar i gruppen som tjänade mellan 20 000 och 25 000 kronor i månaden innan skatt. Många av de svarande påpekar dock att månadsinkomsten varierade stort på grund av tillgången till jobb eller inte. I tidigare avsnitt såg vi att en ganska stor grupp var delvis ofrivilligt arbetslös under året. Skillnaden mellan könen är inte särskilt stor, men männen uppger att de tjänar något mer, se Tabell 8.

För 68 procent av respondenterna kommer hela inkomsten från arbete inom kultur och media, se Figur 15. För de övriga 32 procent kommer dock delar av lönen från arbete inom andra sektorer.

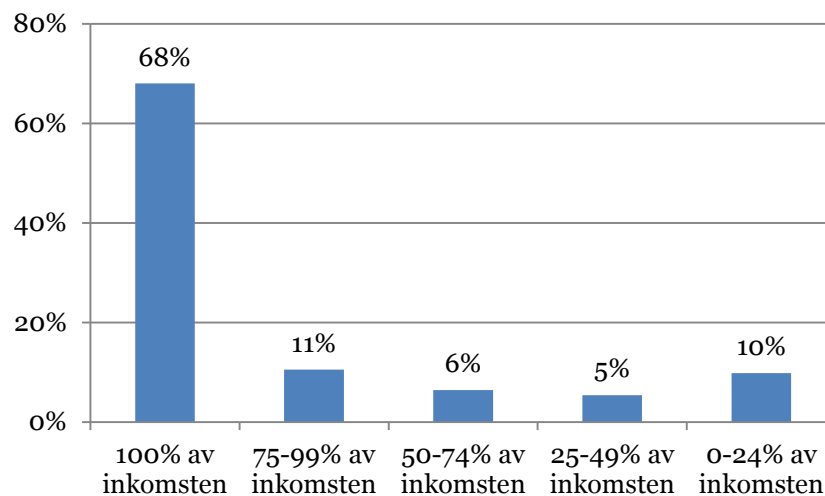
Figur 14: Respondenternas genomsnittliga månatliga inkomst innan skatt under 2012.



Tabell 8: Respondenternas genomsnittliga månatliga inkomst innan skatt under 2012. Jämförelse mellan kvinnor och män.

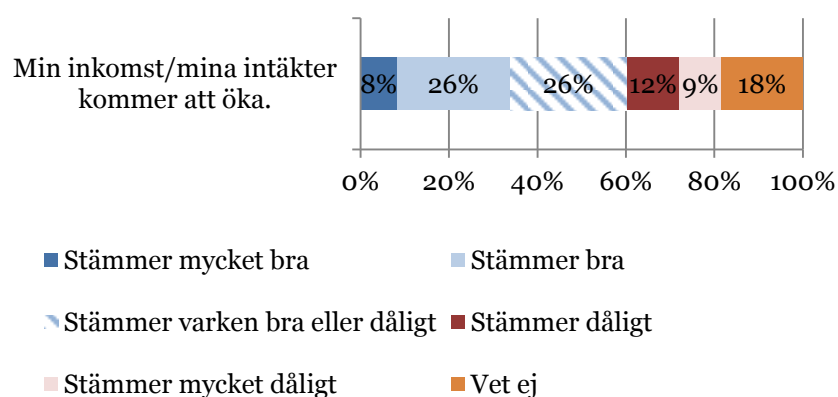
	Kvinnor	Män
mindre än 15 tkr	19 %	18 %
15 000-19 999 tkr	13 %	15 %
20 000-24 999 tkr	24 %	21 %
25 000-29 999 tkr	22 %	20 %
30 000-34 999 tkr	13 %	14 %
35 000-39 000 tkr	4 %	7 %
40 000-44 999 tkr	3 %	2 %
mer än 45 000 tkr	2 %	4 %

Figur 15: Andel av respondenternas inkomst som kommer från arbete inom kultur och media.



När det gäller hur respondenterna tror att deras inkomst kommer att förändras under det närmsta tre till fem åren är det en något splittrad bild som framträder. 34 procent stämmer in i påstående att deras inkomst kommer att öka medan 21 procent inte instämmer och 44 procent säger att de inte vet eller att påstående varken stämmer bra eller dåligt, se Figur 16.

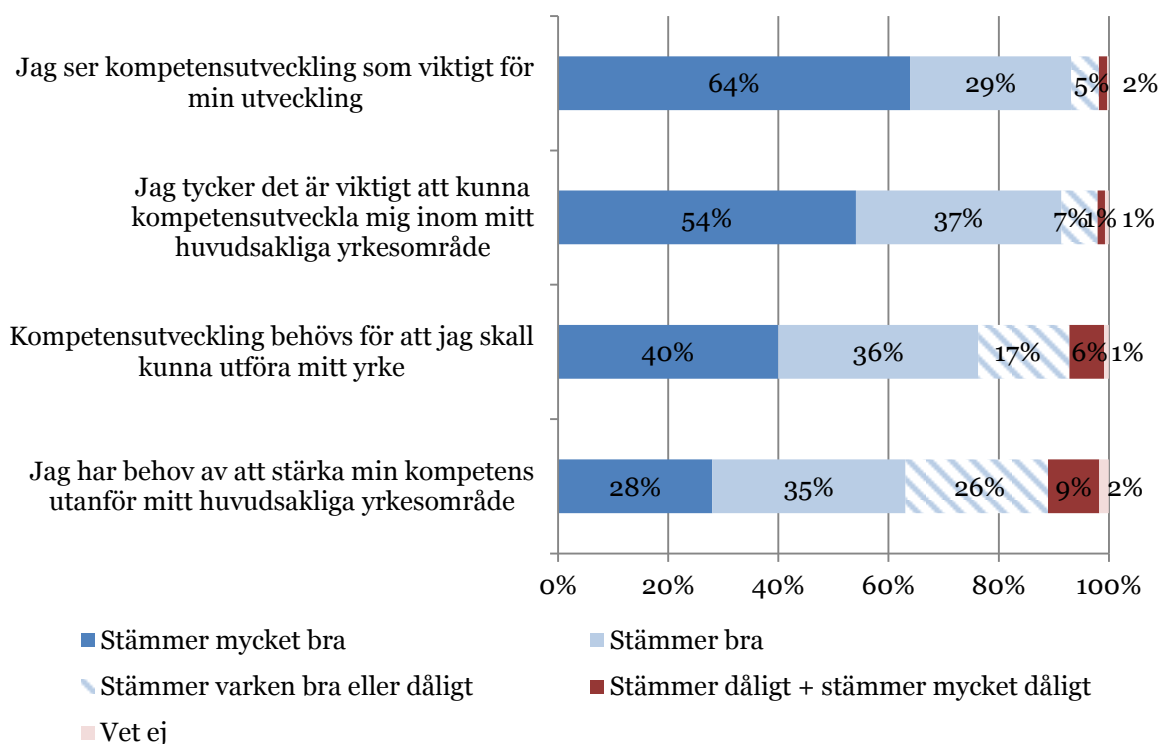
Figur 16: Hur väl respondenterna stämmer in i påståendet att deras inkomst kommer öka under de närmsta tre till fem åren.



Kompetensutveckling

En mycket hög andel av respondenterna anser att kompetensutveckling är viktigt för att de ska kunna utvecklas, 93 procent, och för att kunna utföra sitt yrke över huvud taget, 76 procent, se Figur 17. Även en relativt stor andel, 63 procent, anser att de har behov av kompetensutveckling även utanför deras huvudsakliga yrkesområde. Endast 5 procent anser att kompetensutveckling inte ger så mycket.

Figur 17: Respondenternas syn på behovet av kompetensutveckling. Sorterat efter de som svarat "stämmer mycket bra".



Tabell 9 visar hur mycket tid respondenterna la på kompetensutveckling under 2012. Totalt bland de svarande ägnade 50 procent mellan 2-14 dagar under 2012 till kompetensutveckling. Generellt har de som deltagit i KulturKraft Syd eller Stockholm ägnat något mer tid åt kompetensutveckling än de som inte deltagit. Framför allt är det en högre andel bland icke-deltagarna som inte ägnat någon tid alls åt kompetensutveckling under 2012, se Tabell 9.

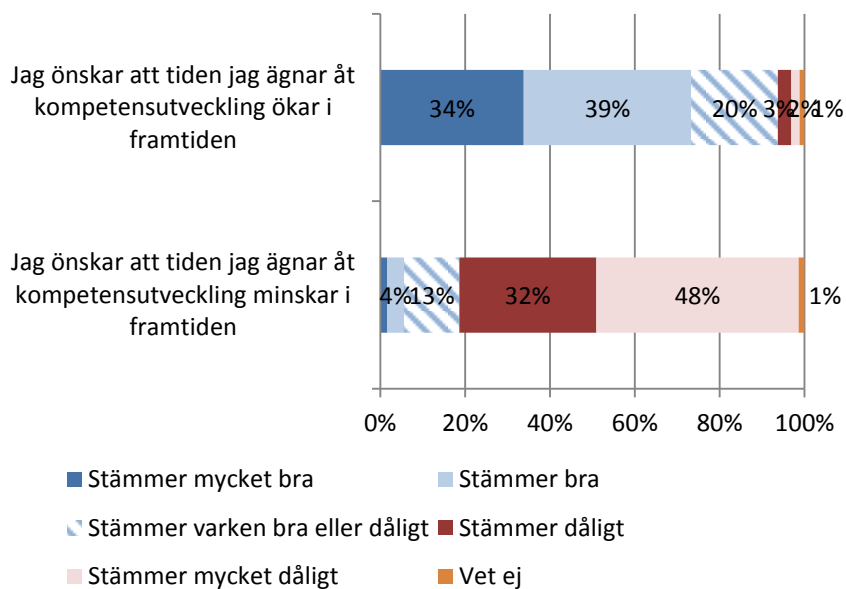
De allra flesta önskar även att tiden de lägger på kompetensutveckling ökar. 73 procent svarade att påståendet att de vill öka tiden de lägger på kompetensutveckling ”stämmer mycket bra” eller ”stämmer bra”, se Figur 18.

Tabell 9: Hur mycket tid respondenterna la på kompetensutveckling under 2012. Jämförelse mellan deltagare i KulturKraft-projekten och de som ej deltagit i KulturKraft.

Kompetensutveckling har definierats som workshops, kurser, föreläsningar, seminarier, master class eller andra aktiviteter som syftar till att stärka din kompetens, oavsett om det handlar om konstnärlig utveckling, administration, teknik, ledarskap eller annat område som är relevant för ditt yrkesutövande.

	KulturKraft Syd	KulturKraft Stockholm	Ej deltagit
Ingen tid alls	6 %	7 %	18 %
Några timmar	7 %	7 %	12 %
Ungefär en dag	6 %	6 %	9 %
Ungefär 2 till 3 dagar	26 %	29 %	27 %
Mellan 1 och 2 veckor	30 %	29 %	17 %
Mellan 2 och 4 veckor	15 %	11 %	8 %
Mellan 1 och 2 månader	6 %	5 %	3 %
Mellan 2 och 3 månader	1 %	3 %	2 %
Mellan 3 och 4 månader	1 %	2 %	1 %
Mer än 4 månader	4 %	2 %	4 %

Figur 18: Hur respondenterna vill att tiden de lägger på kompetensutveckling ska förändras i framtiden.



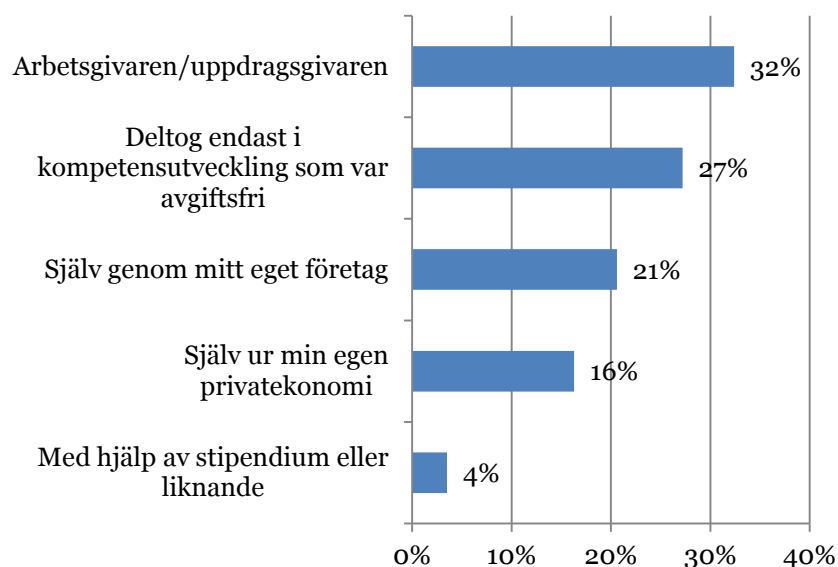
Tabell 10: Hur respondenterna stämmer in i påståendet att "Jag önskar att tiden jag ägnar åt kompetensutveckling ökar i framtiden". Jämförelse mellan deltagare och icke-deltagare i KulturKraft.

	Stämmer bra	Stämmer varken bra eller dåligt	Stämmer dåligt	Vet ej
KulturKraft Syd	77 %	19 %	3 %	1 %
KulturKraft Stockholm	76 %	20 %	2 %	1 %
Ej deltagit	77 %	15 %	6 %	1 %

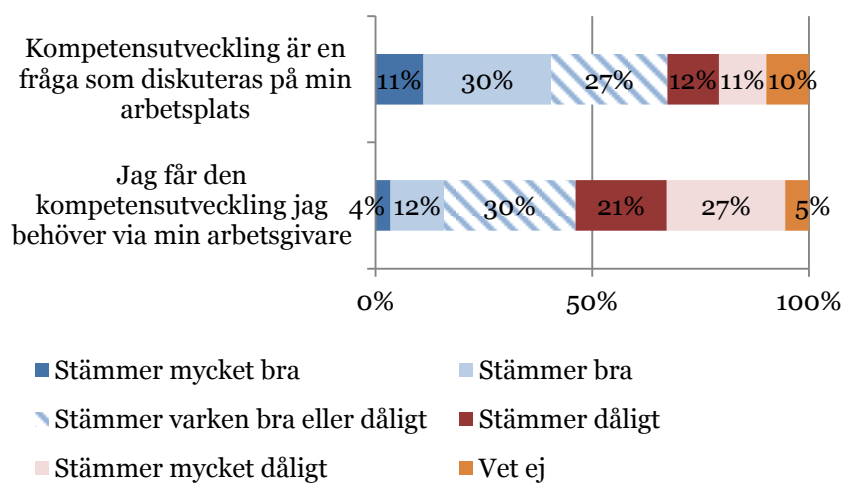
I en tredjedel av fallen var det i huvudsak arbetsgivaren som bekostade kompetensutvecklingen, se Figur 19. Det näst vanligaste alternativet, 27 procent, var att respondenten endast deltog i kompetensutveckling som var avgiftsfri. Intressant att lyfta fram är även att 16 procent av respondenterna uppgav att de bekostade kompetensutveckling i huvudsak ur sin privatekonomi.

När det gäller hur kompetensutveckling diskuteras hos arbetsgivaren är 41 procent som stämmer in i påståendet att det är en fråga som diskuteras. 23 procent anser att kompetensutveckling inte diskuteras hos arbetsgivaren, se Figur 20. Endast 16 procent instämmer i påståendet att de får den kompetensutveckling de behöver av sin arbetsgivare och 48 procent instämmer inte.

Figur 19: Vem respondenterna uppgav som bekostade deras kompetensutveckling.



Figur 20: Respondenternas syn på hur stort utrymme kompetensutveckling får hos arbetsgivaren.



Tabell 11: Hur väl respondenterna stämmer in i påståendet att kompetensutveckling är en fråga som diskuteras på deras arbetsplats. Jämförelser mellan deltagare i KulturKraft, anställningsformer och yrkestyper.

	Stämmer bra	Stämmer varken bra eller dåligt	Stämmer dåligt	Vet ej
KulturKraft Syd	46 %	24 %	22 %	8 %
KulturKraft Stockholm	43 %	28 %	19 %	10 %
Ej deltagit i KulturKraft	39 %	27 %	22 %	12 %
Tillsviare-anställda	57 %	23 %	19 %	1 %
Projekt- eller visstidsanställda	41 %	24 %	25 %	9 %
Egenföretagare	26 %	32 %	26 %	15 %
Konstnärlig personal	34 %	28 %	25 %	13 %
Administrativ personal	51 %	24 %	21 %	4 %
Teknisk personal	59 %	23 %	16 %	3 %
Totalt	41 %	27 %	23 %	10 %

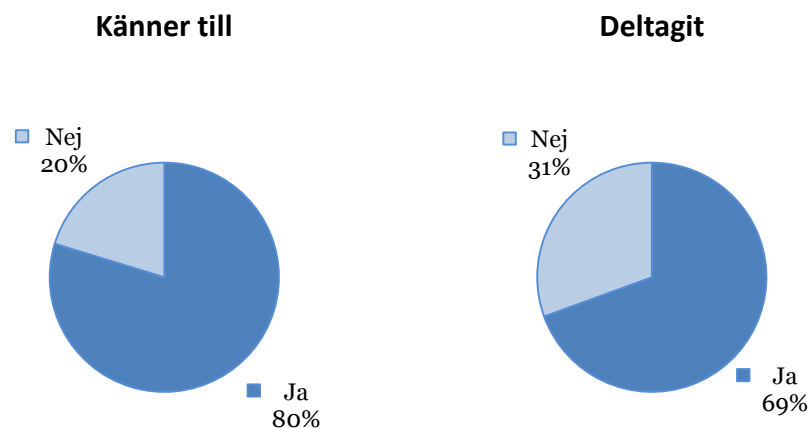
Tabell 12: Hur väl respondenterna stämmer in i påståendet att de får den kompetensutveckling de behöver av sin arbetsgivare. Jämförelser mellan deltagare i KulturKraft, anställningsformer och yrkestyper.

	Stämmer bra	Stämmer varken bra eller dåligt	Stämmer dåligt	Vet ej
KulturKraft Syd	17 %	30 %	46 %	6 %
KulturKraft Stockholm	16 %	33 %	48 %	4 %
Ej deltagit	14 %	30 %	51 %	5 %
Tillsviare-anställda	25 %	36 %	39 %	0 %
Projekt- eller visstidsanställda	11 %	27 %	57 %	5 %
Egenföretagare	9 %	30 %	51 %	9 %
Konstnärlig personal	12 %	9 %	47 %	7 %
Administrativ personal	27 %	22 %	60 %	1 %
Teknisk personal	18 %	13 %	63 %	3 %
Totalt	16 %	30 %	48 %	5 %

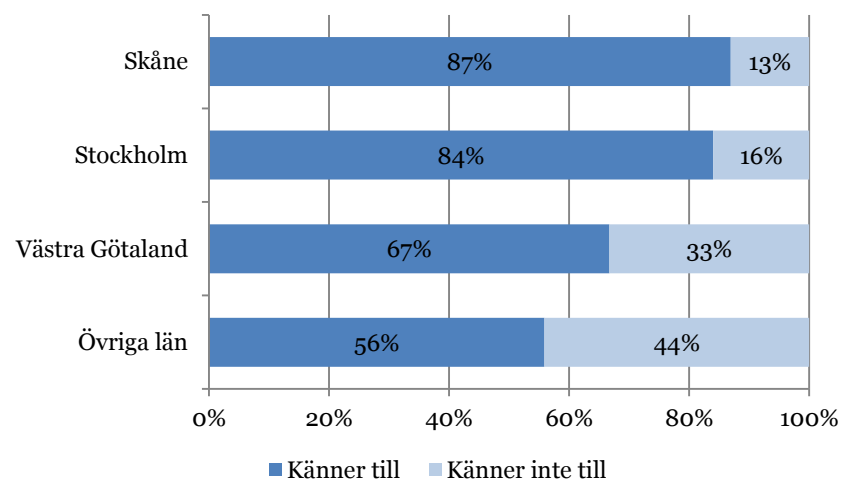
Synen på KulturKraft-projekten

De allra flesta, 80 procent, uppger att de känner till KulturKraft och av dessa är det sju av tio som har deltagit i någon av projektens aktiviteter, se Figur 21. Figur 22 visar hur väl respondenterna känner till KulturKraft beroende på var de hade sin huvudsakliga verksamhetsort 2012. Av de som har deltagit i projekt är det 52 procent som har deltagit i KulturKraft Stockholm, 46 procent i KulturKraft Syd och 6 procent i KulturKraft Väst, se Figur 23. Dessa siffror motsvarar i stor utsträckning respondenternas huvudsakliga verksamhetsort.

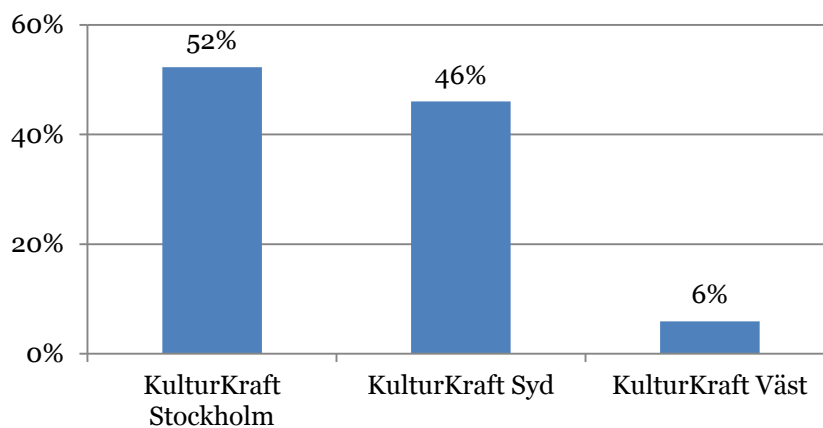
Figur 21: Andel av respondenterna som känner till KulturKraft och andelen av dessa som också har deltagit i något av KulturKraft-projekten.



Figur 22: Andel av respondenterna som känner till KulturKraft. Jämförelse mellan var respondenterna har sin huvudsakliga verksamhetsort.

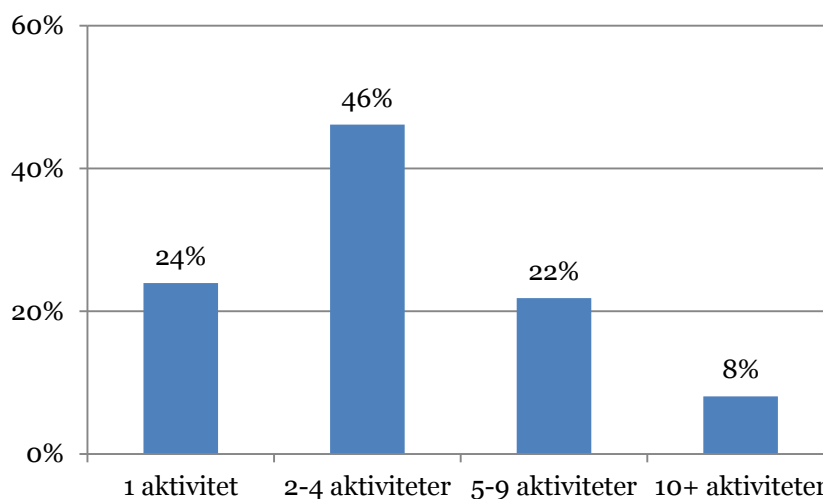


Figur 23: Fördelning över vilket KulturKraft-projekt respondenterna har deltagit i.



Figur 24 visar hur många aktiviteter deltagarna i KulturKraft Syd har medverkat i. Högst andel, 46 procent, har deltagit i mellan två och fyra aktiviteter. På grund av att KulturKraft Stockholm pågått betydligt kortare än KulturKraft Syd har vi valt att inte redovisa motsvarande siffror för Stockholms-projektet.

Figur 24: Fördelning över antal aktiviteter deltagare i KulturKraft Syd har medverkat i.



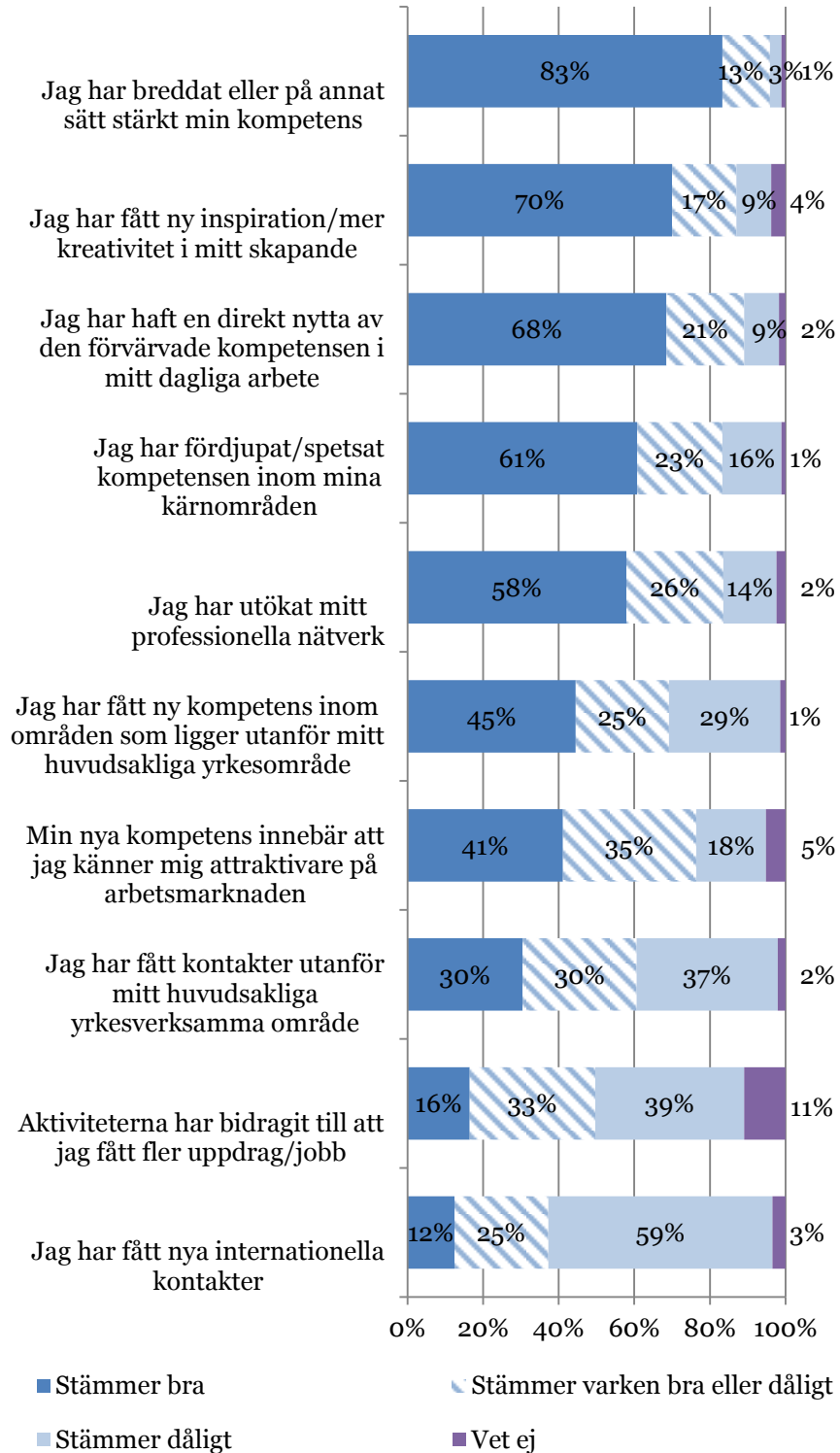
Figur 25, KulturKraft Syd, och Figur 26, KulturKraft Stockholm, visar hur respondenterna upplever att aktiviteterna har gett resultat. Överlag är det ett mycket gott omdöme om aktiviteterna har bidragit till att stärka respondenternas kompetens ur olika aspekter. 81 procent, Syd, respektive 78 procent, Stockholm, instämmer i påståendet att de har breddat eller stärkt sin kompetens och 70 respektive 65 procent att fått inspiration till sitt skapande. 63 procent i Syd och 59 procent i Stockholm uppger även att de haft direkt nytta av kunskapen i det vardagliga arbetet.

KulturKraft-projekten handlar inte om att direkt skapa jobb för deltagarna. Istället handlar det om ett långsiktigt arbete om att skapa förutsättningar för att deltagarna ska hänga med i en snabbt föränderlig arbetsmarknad. Generellt på hela arbetsmarknaden är det nog få kompetensutvecklingskurser som leder direkt till nya jobb. Med denna vetskap som bakgrund har vi dock ändå valt att ställa frågan i enkäten om deltagarna upplever att aktiviteterna har bidragit till att de fått fler uppdrag eller jobb. 41 respektive 38 procent uppger att de känner sig mer attraktiva på arbetsmarknaden. Och när det gäller om aktiviteterna har bidragit till att respondenterna fått fler uppdrag eller jobb är det 16 procent i Syd och 7 procent i Stockholm som instämmer i påståendet.

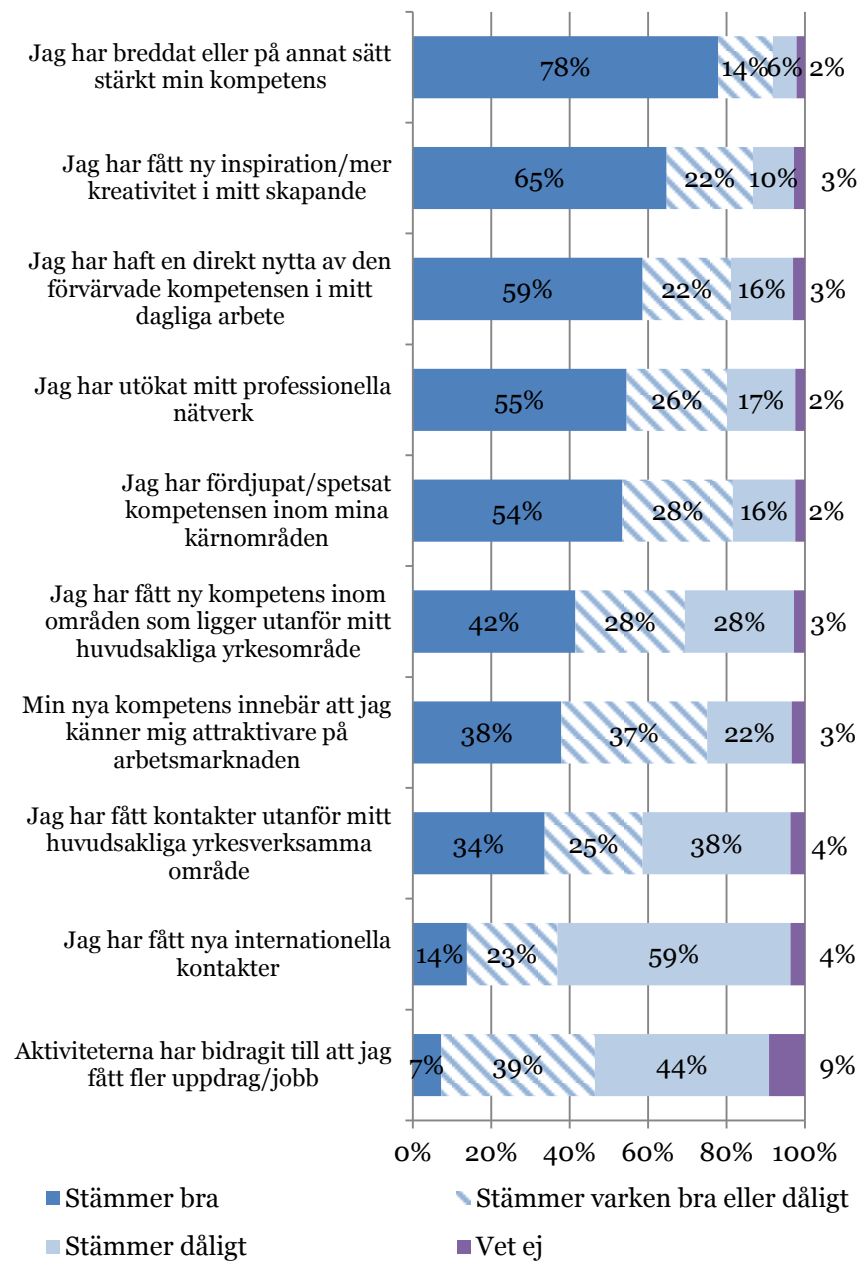
Andra effekter som framkommit som viktigt på annat håll än i denna enkät är de nätverksskapande effekterna bidragit till. Av respondenterna från Syd är det 58 procent som uppger att de utökat sitt professionella nätverk och 30 procent som säger att de fått kontakter utanför deras huvudsakliga yrkesområde. Motsvarande siffror för de som deltagit i Stockholmsprojektet är 55 procent och 34 procent. Internationella kontakter är det dock endast 12 procent i Syd och 14 procent i Stockholm som uppger att de har fått, vilket inte är särskilt konstigt då det är ett projekt som riktar sig till den svenska arbetsmarknaden.

Att svaren är något mer positiva för deltagare i KulturKraft Syd än i KulturKraft Stockholm kan troligtvis förklaras av att Syd pågått en längre tid. Den längre tiden har gjort att det är fler som deltagit i fler aktiviteter än i Stockholmsprojektet och dessutom är det troligt att effekter från kompetensutveckling syns först på lite längre sikt, även för de enskilda deltagarna.

Figur 25: Upplevda resultat av att ha deltagit i aktiviteter inom **KulturKraft Syd**. Sorterat efter andel som svarat att de "stämmer bra" in i påståendena.



Figur 26: Upplevda resultat av att ha deltagit i aktiviteter inom **KulturKraft Stockholm**.
Sorterat efter andel som svarat att de "stämmer bra" in i påståendena.



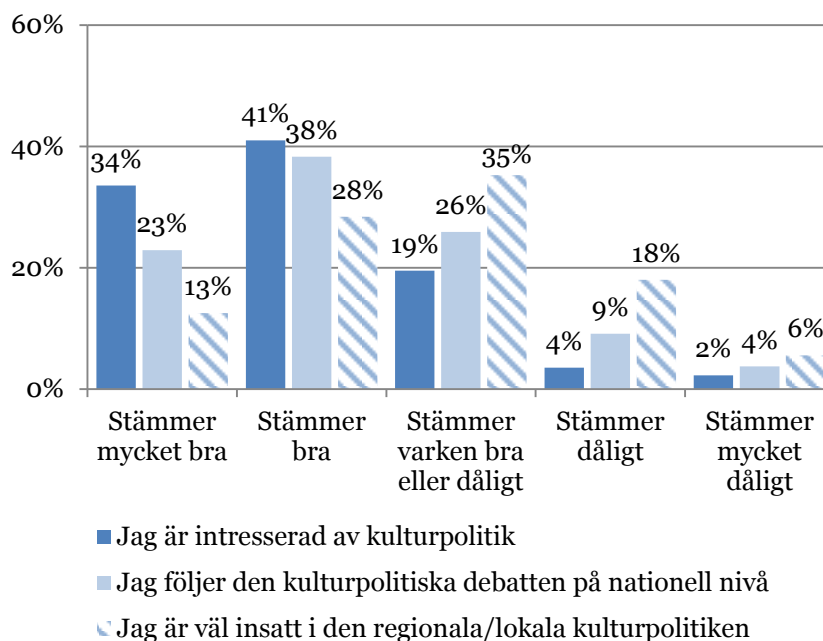
Kulturpolitiskt intresse

Avslutningsvis har vi frågat respondenterna om deras intresse för kulturpolitik och några kulturpolitiska insatser eller reformer. 75 procent av respondenterna säger att påståendet att de är intresserade av kulturpolitik stämmer mycket bra eller stämmer bra, endast 6 procent säger att påståendet stämmer dåligt eller mycket dåligt, se Figur 27. Framför allt gäller det på nationell nivå, 61 procent instämmer i påståendet att de följer den kulturpolitiska debatten på nationell nivå. 41 procent anser att de är väl insatta i regionala och lokala kulturpolitiken.

Tabell 13 redovisar hur pass insatta respondenterna uppger att de är i några av de större kulturpolitiska diskussionerna eller insatserna. Flest uppger att de har kunskap om *Skapande skola*, 48 procent, och därefter om begreppet *kulturella och kreativa näringar*, 47 procent. Överlag är siffrorna över hur väl de anser att de har kunskap om begreppen ganska låga med tanke på 75 procent uppgav att de är intresserad av kulturpolitik.

Att kunskapen om ESF är låg är dock inte oväntat även om KulturKraft genomförs med medel från fonden.

Figur 27: Respondenternas intresse för kulturpolitik och hur väl insatta de anser att de är i kulturpolitiken.



Tabell 13: Hur pass insatta respondenterna är i olika kulturpolitiska insatser och reformer.

	Känner inte alls till	Har hört talas om	Har viss insikt/kunskap	Har god insikt/kunskap
Kulturella och kreativa näringar	24 %	29 %	31 %	16 %
Kultursamverkansmodellen	39 %	29 %	21 %	11 %
Kulturbryggan	41 %	28 %	19 %	12 %
Europeiska Socialfonden	54 %	26 %	15 %	5 %
Skapande skola	26 %	26 %	28 %	20 %

Sammanfattande diskussion

I inledningen beskriver vi att syftet med den här rapporten är att testa och få mer kunskap om de grundantagen som ligger bakom KulturKraft-projekten. Det vill säga att arbetsmarknaden inom kultur och media har fragmenterats, vilket har lett till konsekvensen att ansvaret för kompetensutveckling i högre utsträckning ligger på de kulturverksamma själva. Samtidigt har fragmenteringen av arbetsmarknaden lett till ett ökat behov av arbetskraft med unik specialistkunskap och bred multikompetens. I förlängningen innebär detta en obalans mellan efterfrågan på kulturverksamma med aktuell kompetens och de kulturverksammas möjligheter att fortbilda sig. KulturKraft-projekten har startats för att motverka dessa strukturella problem.

Det första vi kan konstatera är att enkätens resultat bekräftar bilden av att det finns ett utbrett frilansande inom dessa branscher. Endast en dryg tredjedel av respondenterna har en fast anställning och en tredjedel uppger att de i någon period var arbetslösa under 2012. Vidare instämmer endast en femtedel i påståendet att det är lätt att få uppdrag inom sitt yrkesområde. Utanför storstadslänen är siffran ännu lägre. Svaren målar således upp en bild av arbetsmarknaden inom kultur och media som förhållandevis tuff. Särskilt så också när man ser till den relativt låga lönen i förhållande till den höga utbildningsnivån bland respondenterna.

Samtidigt som svaren målar upp en tuff arbetsmarknad är det ändå nästan sex av tio av tio av respondenterna som uppger att de är nöjda med sin nuvarande anställningsform. Det går att se förklaringar i att 91 procent känner att deras arbete ger dem glädje och att 88 procent känner en stolthet i att utföra det.

Enkätens resultat belyser även betydelsen av kompetensutveckling för yrkesutövningen. Hela 93 procent svarar att kompetensutveckling är viktigt för deras utveckling och 76 procent uppger att kompetensutveckling är nödvändigt för att de över huvud taget ska kunna utföra sitt yrke. Ändå är det en klar majoritet, 73 procent, som önskar att de lägger mer tid på kompetensutveckling och knappt hälften, 48 procent, som inte instämmer i påståendet att de får den kompetensutveckling de anser sig behöva via sin arbetsgivare.

När det gäller KulturKraft-projekten kan vi konstatera att deltagarna i aktiviteterna i hög utsträckning är positiva. Omkring fyra av fem av deltagarna i KulturKraft Syd respektive KulturKraft Stockholm stämmer in i påståendet att aktiviteterna stärkt deras kompetens, endast ett fåtal stämmer inte in i detta påstående. Och nära sju av tio deltagare i Syd och sex av tio deltagare i Stockholm uppger att de haft direkt nytta av deras

nya kunskap i sitt dagliga arbete. Detta tyder på att KulturKrafts aktiviteter fyller ett efterfrågat behov, inte bara bidrar till en allmän kunskapshöjning.

Den viktigaste slutsatsen således vi kan dra av enkätundersökningen är att det finns ett behov av kompetensutveckling inom kultur och media och att KulturKraft bidragit till att möta detta behov. Dessutom visar respondenternas svar tecken på att KulturKraft bidragit med ytterligare positiva effekter än enbart stärkt kompetensutveckling för deltagarna. Där den sektorsövergripande inriktningen på projektet bidrar till nätverksskapande effekter. Drygt hälften svarar att de stärkt sitt professionella nätverk och ungefär var tredje deltagare svarar att de också fått nya kontakter utanför deras eget yrkesområde. Vad KulturKrafts nätverksskapande effekter kan betyda på längre sikt återstår att se. Men vi ser det som positivt att insatser som KulturKraft även har potential att bidra till en grogrund för nya samarbeten och potentiella arbetsmöjligheter för de verksamma inom kultur och media, utöver de direkta kompetenshöjande effekterna.

VOLANTE
RESEARCH

