

Kulturdepartementet

Deres ref.:

Vår ref.: TO

Dato:01.11.04

**INNSPILL FRA NTO I FORBINDELSE MED DEN STORTINGSMELDING SOM  
SKAL SKRIVES AV KULTURDEPARTEMENTET OG  
NÆRINGSDEPARTEMENTET OM KULTUR OG NÆRINGSLIV**

Kombinasjonen kultur og næringsliv kan sees på tre måter:

1. Næringslivet (les: bedrifter) sponser kulturlivet (les: institusjoner, prosjekter, enkeltkunstnere)
2. Kulturlivet (les: institusjoner, enkeltkunstnere, frie grupper) innhyses av næringslivet for å bidra med utviklingsarbeid som går på kreativitet og bedriftsosiale relasjoner i bedriften/organisasjonen.
3. Kulturlivet (les: både det profesjonelle og det frivillige) bidrar til vekst i lokalsamfunnet i den grad kulturtilbud og -aktiviteter stimulerer til at næringslivet etablerer seg i lokalsamfunn som er attraktive ved at kulturtilbudene er mange og gode.

Ad 1: Sponsing har en 20-års historie i Norge i et omfang som kan sies å utgjøre økonomiske bidrag av betydning for kulturinstitusjoner. Det finnes i dag ikke en oversikt over i hvor stor grad næringslivet sponser kulturlivet i Norge. En slik oversikt bør etableres og ajourføres.

Sponsing har fått stor betydning for de institusjoner, prosjekter og enkeltkunstnere som har mottatt sponsormidler. I løpet av de siste 20 år ville en rekke kulturuttrykk og kulturbegivenheter simpelthen ikke funnet sted dersom ikke sponsormidler hadde vært tilgjengelige. I all hovedsak har sponsormidler gått til institusjoner, prosjekter, festivaler og grupper som har hatt sterk eller delvis offentlig støtte.

Fordi dette er et faktum, bør staten iverksette tiltak som fremmer og øker næringslivets sponsing av kultur.

I dag kan bedrifter som sponser trekke reklamekostnadene som sponsoratet gir

Slike stimulerende tiltak kan også vise seg nødvendige for at kulturlivet skal kunne bedre sine økonomiske rammer i fremtiden. Kulturmeldingen var klar på at kultursponsing ikke skal føre til minskede statlige bidrag. Dette er et vesentlig prinsipp. Imidlertid vil det økende kulturelle mangfold og grenseoverskridende kunstformer gjør at det offentlige i fremtiden vil møte krav om bevilgninger fra stadig flere hold. Denne utviklingen gjør det særlig viktig for de profesjonelle teatre, opera og orkestre - og for det offentlige - at sponsorvirksomheten overfor kultur øker i omfang.

I den grad dette skal kunne skje, må staten stimulere med skattefritak for sponsormidler til kultur.

I dag kan en bedrift trekke skjønsmessige reklamekostnader fra før skatt, mens eksempelvis representasjonskostnader i forbindelse med utnyttelsen av sponsoratet ikke er fradragsberettiget.

For å stimulere til øket sponing bør imidlertid skattefritak innføres slik at bedriften får direkte fradrag i skatten for hele eller deler av beløpet.

I et lite land som Norge er slike skattefritak ekstra viktige fordi nasjonen har et svært lite antall bedrifter i en størrelsesorden som tilsier store økonomiske sponsoravtaler. Selv i dag er de største norske sponsoravtaler innen kultur små i forhold til mange utenlandske avtaler og i forhold til norske sponsoravtaler innen idrett.

Dersom **skattefritak for sponing** skal vurderes innført, vil myndighetene muligens støte på vanskelige skattetekniske spørsmål. Et bidrag til en slik vurdering kan være å skille mellom bidrag/gaver/sponsormidler som tilflyter en institusjon/prosjekt der markedsføringsverdien for sponsende bedrift ikke er det vesentlige – i motsetning til sponing som i realiteten er markedsføring overfor forbruksgrupper. Eksempel på det første ville være sponing av en norsk kulturinstitusjon, mens eksempel på det andre ville være et leskedrikkfirmas sponing av en rockefestival. Dette er en aktuell problemstilling i andre land med skattefritak. Et land som Frankrike opererer fremdeles med begrepet *mésen* i motsetning til sponing (les: markedsføring). Skattefritak på 60% gis for mesenvirksomhet, men ikke for sponing. Imidlertid kan et slikt skille virke kunstig i norske forhold. Men dersom det er vesentlig for innføring av skattefritak for sponing i Norge at man makter å skille mellom ren markedsføring og reel sponing, så lar det seg gjøre å finne kriterier.

Spørsmålet om skattefritak for kultursponsing i Norge har vært et tema i flere år. Tiden er nå moden for at staten tar reel stilling til spørsmålet og innfører skattefritak. Dette ville i seg selv føre til nærmere samarbeid mellom kultur og næringsliv og slik fremme en politisk ønsket utvikling.

Ad 2: Kreativitet (her les: Nye måter å tilfredsstille publikum/forbrukere/brukere på, nye måter å løse gamle problemer på og nye måter å motivere ansatte på til kreativitet) er etterspurt i næringslivet. Det formodes ofte at det innen kunstlivet finnes former for kreativitet og nye tilnæringsmåter som kan komme næringslivet til gode. Hvorvidt dette er tilfelle, kan bare bevises gjennom planlagt og kontinuerlig kontakt mellom en kunstinstitusjon, frie grupper eller enkeltkunstnere. Slikt samarbeid mellom bedrift og kunstinstitusjon/fri gruppe har man så vidt begynt å se i Norge, der en del av samarbeidavtalen mellom bedrift og kunstinstitusjon innebærer utveksling av idekraft. Fra England kjenner man gjennom en årrekke fenomenet som ”Artsbased training” – en metode som er under utprøving også i

Norge, om enn i liten målestokk. På dette feltet er det hovedsakelig nærings- og arbeidslivets egne organisasjoner som kan være pådrivere gjennom å skaffe seg oversikt over vellykkede tiltak av dette slag.

Ad 3: Kulturnæringen vokser i Norge, og nye arbeidsplasser oppstår i næringen over hele landet. Dette betyr at kultur som næring vil spille en større rolle for sysselsettingen i fremtiden. Men veksten skjer først og fremst innefor det vi i bred forstand kan kalle ”underholdning”. Dette dreier seg i stor grad om et kommersielt marked der veksten skjer fjernt fra det vi oppfatter som skapende og utøvende profesjonell kunst. Kulturnæringen utgjør større andel enn både jordbruk og fiske. Begrepet kulturnæring er imidlertid svært bredt definert og inneholder også verdiskapingen innen reklameindustrien og annen kommersiell kulturnæring. I den utredning Østlandsforskning har gjort nylig, er ikke de offentlige kulturinstitusjonene med.

Den profesjonelle kunsten i de profesjonelle utøverinstitusjonene er ikke tatt med i beregningene, men virksomheten i disse institusjonene er helt vesentlige for veksten i kulturnæringen. Uten den profesjonelle kunsten ville ikke veksten i kulturnæringene vært så stor som den er i dag. Det er derfor viktig at den melding som skal skrives påpeker denne sammenhengen.

#### Organisering

En stortingsmelding vil kunne kaste nytt og bedre lys over sammenhengen mellom kultur- og næringslivet. Men enda viktigere er det at det nybrottsarbeid som skal gjøres på dette felt fører til handlinger. Dette igjen vil kreve en positiv felles dialog mellom Kulturdepartementet og Næringsdepartementet.

Det arbeidet som foreningen *Forum for kultur & næringsliv* har gjort de tre siste årene har vært av vesentlig betydning for tenkningen rundt kultur og næringsliv. Forumet har hele tiden vært støttet økonomisk av begge departementene. For at dette viktige felt skal kunne styrkes kreativt og handlingsrettet i fremtiden, bør meldingen foreslå organisering av det videre arbeid. *Forum for kultur&næringsliv* bør utbygges organisatorisk å sikres god og sikker finansiering fra staten i tillegg til hva foreningen til enhver tid skaffer seg av andre inntekter herunder medlemskontingenter fra kulturinstitusjoner og næringsbedrifter.

Vennlig hilsen  
for  
Norsk teater- og orkesterforening

Trond Okkelmo  
Spesialrådgiver