

Dato: 24. september 2004

---

Byrådsak /04

---

Byrådet

### **Innspill til arbeidet med stortingsmelding om kultur og næring.**

OEJO BKUL-3309-200200818-22

---

#### **Hva saken gjelder:**

I forbindelse med arbeidet om en stortingsmelding om kultur og næring ønsker Kultur – og kirke departementet innspill fra et utvalg av de større byene i Norge. Konkret har departementet bedt om innspill på hva stortingsmeldingen bør inneholde, synspunkt på virkemiddelbruken for å få økt samspill mellom sektorene og utfordringer og muligheter som følge av nærmere kontakt mellom kultur- og næringsinteresser. Departementet har og bedt om konkrete tekstinnspill på eksempler på kultur- og næringsrelaterte satsinger og digitalt materiale til bruk for illustrasjoner.

I byrådssaken presenteres et innspill fra Byrådsavdeling for finans, kultur og næring og som bygger på et prosessuelt arbeid i byrådsavdelingen. Innspillet er basert på "Ny Kulturstrategi 2003- 2013 " vedtatt av bystyret 9. desember 2002 og særskilt kunstknagg nr. 8 Kulturindustri og de strategier uttrykt under denne kunstknaggen.

Innspillet uttrykker forventinger til en statlig tverrpolitisk melding, som legger gode rammer for utvikling og vekst av kulturbaserte, kreative næringer og som kan fremme økt innovasjon og verdiskaping for enkeltmennesket og samfunnet. Innspillet har derfor i hovedsak fokus på viktige områder i en sammenhengende verdikjede, der potensielle talenter i ulike produksjonsmiljøer danner opptakten i kjeden og markedet og konsumentene slutfasen. En velfungerende kjede avhenger av mange faktorer, som byrådssaken peker på og som anbefales inkludert i stortingsmeldingen.

Byråd for finans, kultur og næring ser politikkområdet kulturbasert næringsutvikling som et meget viktig vekstområde for både Bergen kommune og regionen. Det er gledelig at Kultur- og Kirke departementet tar initiativ til en stortingsmelding, som kan legge grunnlag for en god utvikling på området. Det er imidlertid viktig å se de ulike departementers ansvar og innsats i en sammenheng slik at det oppnås god effekt av de samlede ressurser. Det vil derfor være byrådets klare anbefaling at en slik melding må signalisere en tverrdepartemental satsting, der ulike virkemidler samordnes og danner basis for et program for kulturbasert næringsutvikling. Dette vil bidra til å sikre aktører rask og oversiktlig informasjon om og tilgang til vesentlige virkemidler i arbeidet.

Videre vil byrådet understreke betydningen av at en melding om kultur og næring sees i forhold til andre St.meldinger og nasjonale satsinger både på kultur- og næringsfeltet. Herunder blir det viktig å definere begrepet kulturbasert næringsutvikling og slik avgrenser satsingsområdet mot andre fagspesifikke områder.

Byrådet vil og understreke behovet for at meldingen må vise til nyere forskning på feltet og at data vurderes i forhold til den globale kreative økonomien, som uttrykkes å være den sterkeste voksende næringen i flere land.

I byrådets tiltredelserklæring er det presiert at byrådet vil etablere flere arbeidsplasser og utvikle en attraktiv kommune for grundere og nyetableringer. Rammevilkårene for nyetableringer skal vektlegges og både kulturlivet, næringslivet og det kulturbaserte næringslivet skal behandles som en vekstnæring. I tillegg skal kunstnere kunne se på Bergen som et attraktivt lokaliseringssted for sin virksomhet. Byråden er derfor svært opptatt av at storbykommunen i regionen får delegert ansvar for nye statlige virkemidler for fremming og utvikling av en kulturbasert næring. Kulturens kraft, energi og nye talenter avhenger av støtte, veiledning og god infrastruktur og nærhet til ulike virkemidler. Ved ytterligere samordning og økt delegasjon fra stat til storbykommune kan storbykommunen framstå som en motor i verdiskapingen i regionen og sikre nyskaping slik dette og er vedtatt i St. melding nr. 31 Storbymeldingen fra Komunal- og Regionaldepartementet.

Byrådet vil slik saksutredningen uttrykker, anbefale at verdikjedens ulike faser og satsingsområder blir retningsgivende for det videre arbeidet knyttet til en kulturbasert næringsutvikling i Bergen.

Byråden anbefaler byrådet å slutte seg til et innspill basert på saksutredningen.

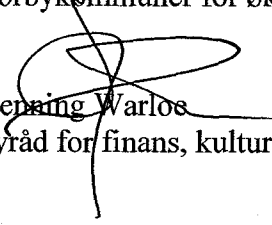
**Vedtakskompetanse:**

Det vises til Byrådets fullmakter, BKDOK 1202/02 Ansvarsområder og beslutningskompetanse for byrådet, byrådene og underliggende virksomheter, Vedlegg 1 pkt. 2 Byrådet som kollegium: Kompetanse, plansaker, meldinger med mer.

**Byråden for finans, kultur og næring innstiller til byrådet å fatte følgende vedtak:**

Byrådet slutter seg til innspillet slik det her framkommer.

Byrådet vil særlig understreke betydningen av at en ny stortingsmelding om kultur og næring utformes som et tverrdepartementalt program og der nye statlige virkemidler delegeres til storbykommuner for økt verdiskaping i regioner.

  
Håning Warlo  
byråd for finans, kultur og næring

## Saksutredning:

Bergen kommune er i brev av 26. august 2004 anmodet fra Kultur – og Kirke departementet om å gi innspill innen 20. oktober til en ny statlig melding om kultur og næring, som skal drøfte strategier for og synergieffekter av økt samspill mellom kultur og næring. Brevet er vedlagt. Målet er å drøfte både utfordringer og muligheter knyttet til økende samspill mellom sektorene, og hvilke konsekvenser dette bør ha for den fremtidige politikken rettet mot dette feltet.

Konkret er det bedt om:

- Synspunkt på hva stortingsmeldingen bør inneholde, inkludert synspunkt på virkemiddelbruken.
- Utfordringer og muligheter for kulturliv, næringsliv og det offentlige som følge av nærmere kontakt mellom kultur- og næringsinteresser i sammenhenger som nemnde ovanfor.
- Konkrete tekstinnspill knyttet til kultur- og næringsrelaterte satsinger, som kan passe som eksempler i meldingen.
- Digitale bilder, som kan brukes som illustrasjoner

Departementet har i forbindelse med meldingsarbeidet lagt ut en bred invitasjon til ulike organisasjoner og innstanser om å komme med innspill til meldingen. Byrådsavdeling for finans, kultur og næring har derfor ikke inkludert policyorgan og eller andre kompetansemiljø innenfor kultur- og næringsområdet i prosessen knyttet til utarbeiding av innspillet til departementet. I byrådsaken presenteres et innspill, som bygger på et prosessuelt, internt arbeid i byrådsavdelingen.

En stortingsmelding om kultur og næring må sees i forhold til andre stortingsmeldinger og nasjonale satsinger både på kultur- og næringsfeltet. På kulturfeltet: St. melding nr. 48 Kulturpolitikk fram mot 2014, St. melding nr. 47 Kunstnerne, NOU 2002:8 Etter alle kunstens regler og Temaheftet Tango for to; Samspill mellom kulturliv og næringsliv og på næringsfeltet St. melding nr. 36 SND: Ny giv, ny vekst, nytt næringsliv og NOU 2000: 7 Ny giv for nyskaping. I tillegg er St. melding nr. 31 Storbymeldingen fra Komunal- og Regionaldepartementet. Sistnevnte melding uttrykker storbyregionens betydning for nasjonal verdiskaping og regional utvikling og behandler temaet om bedre samordning av statlig politikk, som en forutsetning for verdiskapingen. I forlengelsen av dette legger Storbyprosjektet Innovasjon 2010 sterke føringer for nettopp å styrke storbyens rolle som motor for innovasjon i sine respektive regioner og et kjernesynspunkt er økt delegasjon til storbyene med ditto overføringer av statlige virkemiddel herunder støtteordninger.

Det å se og vurdere meldingen mot andre fagspesifikke meldinger tvinger fram behovet for en nærmere definering av begrepet kulturbasert næringsutvikling. Det å videreføre en definisjon av kulturbasert næringsutvikling som en gråson mellom tradisjonelt næringsliv og kunstnerisk produksjon kan skape hindre for en ønskverdig utvikling på området. En famling etter en forståelse av politikkområdets kjerne kan innebære at virkemidler utformes feil og eller koordineres dårlig samt at dyktige talenter og gode prosjekter ikke får rett stimulans.

Videre er det av stor betydning at en stortingsmelding uttrykker en politisk ambisjon for satsing og utvikling av den kulturarbaserte næringsutviklingen. En ambisjon bør uttrykke statens vilje til oppmerksomhet på det kreative potensiale i verdiskapingen og på et velfungerende virkemiddelapparat for å løfte fram kulturbasert næringsutvikling.

I meldingen bør en vise til nyere forskning på feltet og vurdere data i forhold til den globale kreative økonomien. Forskningsdata bør være knyttet til bla. innhold, utbredelse/omfang, økonomiske forhold, sysselsetting, effekter/ringvirkninger. Det ville for eksempel være gunstig å vurdere den kreative økonomien oppimot andre bransjer mht. regional verdiskaping og vurdere forutsetninger og suksesskriterier i kreative regioner.

En melding om kulturbasert næringsutvikling må ha som formål å skape forutsetninger for lokal utvikling og vekst av kulturbaserte, kreative næringer hvor mangfold, kvalitet og energi preger arbeidet. I tillegg må formålet være økt innovasjon og verdiskaping for enkeltmennesket og bysamfunn.

Det blir derfor viktig at meldingen symboliserer og signaliserer en flerdepartemental satsing og der samordning og delegering av statlige virkemidler danner basis for et omfattende og ambisiøst program. Byrådsavdeling for finans, kultur og næring har fokusert på utvikling av en kulturbasert næring i en verdikjede der potensielle talenter i ulike produksjonsmiljøer danner opptakten i kjeden og markedet og konsumentene sluttfasen. En velfungerende kjede avhenger av mange faktorer, som byrådssaken peker på og som anbefales inkludert i stortingsmeldingen. Fokusområdene i verdikjeden er gruppert i 3 ulike faser, som gjensidig avhenger av hverandre og som bør sees på som forutsetninger for kulturbasert næringsutvikling.

#### Fase 1

##### *Talentutvikling*

En kulturbasert næring kan være en virksomhet med utspring i kunstnerisk produksjon, en kreativ og innovativ tilnærming til kunst- og kulturlivet og opplevelser innen et bredt spekter av sjangre og områder. Talenter eller gründere vil kunne finnes innen alle områder og både områdenes art og talentene vil være i stadig endring.

Talentutvikling handler om å etablere støtteprogrammer for framodling, opplæring og utvikling av potensielle talenter innenfor kreative produksjonsmiljøer. Dette er et sektorovergripende program, som skal lede fram til muligheten for etablering av foretak og sysselsetting innenfor kreative næringer.

##### *Støtte og såkornkapital til nye og kreative prosjekter, som i en tidlig fase kan gi tydelige resultat*

Det bør utvikles ulike statlige fond til storbykommuner og regioner, og som underletter arbeidet med etablering av kreative prosjekter med en forretningside. Tilgang til forsøksmidler og startkapital herunder både investeringsmidler og etableringsmidler er vesentlige virkemiddel. Ordningen, som i dag er forvaltet av Innovasjon Norge kan, med justeringer i forhold til verdikjeden som her presenteres, fungere etter en slik intensjon. I tillegg må det gies tilgang til kompetanse innenfor finansrådgiving og forretningsrådgiving samt at det på et tidlig tidspunkt kan etableres kontakt mellom nye grundere og investorer. Økonomiske incentiver, rådgiving og koplingspunkt/nettverk bør innrettes slik at aktører og talenter får oversikt og respons på egne initiativ. Storbykommuner bør delegeres en rolle som formidler og i langt sterkere grad forvalter av statlige ordninger.

##### *Infrastrukturelle tiltak for den kulturbaserte næringens vekst på grasrotnivå*

Det bør utvikles en oversikt over mulige tilgjengelige lokaler og en plan for arealutvikling og lokalisering av kreative næringer i tilknytning til by- og regionsutvikling. Tilgang til rimelige

og hensiktsmessige lokaler og verksteder er grunnleggende for talenters mulighet til kreativ produksjon. Samlokalisering eller klyngedannelser skaper ringvirkninger og en faglig ”vinn-vinn” effekt. Dette kan være musikkens hus med produksjonsstudioer, forlag etc., incubatorer for fremming av design og visuell kommunikasjon, ”filmbyer”, opplevelsesområder med mer. Nye statlige tilskuddsordninger bør innrettes mot formålet og delegeres storbyregioner som forvaltningsansvarlige.

## Fase 2

### *Møteplasser mellom forskning, kreative bransjer og finansinstitusjoner*

I verdikjeden er det viktig å skape møteplasser mellom kompetanseinstitusjoner (forskningsmiljøer og læreinstitusjoner), offentlige myndigheter (innenfor kultur og næring), næringslivsaktører og kulturaktører.

Dette må etableres som vedvarende og stabile forsknings- og dialogsentre, hvor det utvikles forskningsstudier, seminarer, konferanser og som har som formål å bringe tenkende og praktiserende mennesker sammen for å promotere innovasjon i utviklingen av kreative næringer. I dette arbeidet må det koples inn ulike nettverk med betydning for arbeidet. Statlige støtteordninger bør innrettes til formålet og som delegeres til storbykommunene/regioner.

### *Arbeidsmarkedstiltak og arbeidsplasser for kunstnere og kulturarbeidere*

Årlig investeres i store summer i utdanning innen ulike sjangre og uttrykksformer, men samfunnet utnytter ikke den investerte kulturelle kapital, som kunstnere og kulturarbeidere representerer. Kunstnere tar seg annet lønnsarbeid for å finansiere sin kunstneriske produksjon, noe som stjeler ressurser og tiden til kunstnerisk utfoldelse og kreativt arbeid blir ofte knapp.

Statlige arbeidsmarkedstiltak bør innrettes for å fremme den kreative næringen. I dette arbeidet bør Kultur – og Kirkedepartementet og Arbeids- og Sosialdepartementet samordne sine incentiver inn mot en større satsing. Kaja ordningen, som var meget gunstig for kunst- og kulturlivet og for kunstproduksjon og formidling, burde vurderes på nytt og sees i sammenheng med Kulturdepartementets aspirantordning. Denne ordningen bør i en periode kraftig utvides og videreføres med ny ambisjon.

### *Statlige incentiver som muliggjør og underletter utvikling av kreative næringer, innovasjon og økt verdiskaping*

Statlige forordninger som skattespørsmål, moms/avgifter, gaver, stipender, stønadsordninger må gjennomgås med tanke på å gjøre etableringen og utviklingen av kreative næringer lettest mulig. Ordninger, retningslinjer og reglement må innrettes slik at det blir gode virkemiddel for fremming av kulturbasert næringsliv. Herunder må ESA problematikken belyses og tiltak bla. utforming av en letttilgjengelig veileder utarbeides. I tillegg vil det være viktig å etablere system for å bibeholde rettigheter (copyright, lisenser etc.) og alle inntekter i den kreative næringen der produktet er utviklet, og i den regionen der virksomheten er etablert. I dag kan for eksempel cd`er selges stort i utlandet og fortjenesten bibeholdes der og ikke hos produsent.

## Fase 3

### *Møteplasser og visningsarenaer for kreativite prosjekter og resultat*

”Showcase arena” er et mye brukt internasjonalt begrep for visning av kreative prosjekter og resultat. Dette kan være lokale markeder som bringer sammen konsumenter og produsenter

eller større regionale og nasjonale høyprofilerte evenementer innen ulike kulturbaserte næringer, som viser talenter i utvikling overfor et internasjonalt publikum. Evenementer bør og legges til utlandet slik at norske talenter får vist seg på en internasjonal arena. I tillegg til å bringe kreative produkter til et bredt publikum vil slike møter skape nettverk, som igjen kan gi nye ideer, nye samarbeidspartnere, nye markeder og flere konsumenter. Dette er og prosjekter som kan fremme steds- og regionsutvikling, bidra til opplevelser og styrke reiselivsnæringen.

Slike "showcases" bør omfattes av statens støtteordninger og utvikles i et samspill mellom utenriksdepartementet, kommunal- og regionsdepartementet, nærings- og handelsdepartementet og kulturdepartementet, som alle og hver for seg er ansvarshavende på ulike deler av området. Kompleksiteten og manglende samordning hindrer mange talenter fra å få den stimulans og støtte som er nødvendig. Ansvarsområdene må klargjøres og det foreslås at samordnede statlige støtteordninger delegeres til storbykommuner/regioner.

### *Markedsførings kompetanse*

En viktig dimensjon knyttet til utvikling av kulturbasert næring er markedsføring og markedsføringskompetanse. Det anses som svært viktig at kreative talenter lærer seg å selge sitt eget produkt og å bygge en merkevare rundt egen person og eller produkt. For sterk fokusering på kunsterisk og kreativ produksjon og perfektjonisme, kan bygge hindre for salg, omsetning og markedsadgang. "Perfeksjonister", som ikke har salgsevne bør bli koplet mot slik kompetanse.

Ett produkt, en merkevare kan skape identitet og være svært viktig for stedutvikling. Ett eksempel er Kulturbyen Bergen, som bla. Reiselivslaget benytter i sitt markedsførings- og promoteringsarbeid. Reiselivsnæringens markedsføringsstrategi baseres i dette tilfellet på selve kunst -og kulturlivet og arkitekturen i byen .

### *Tiltak som kan fremmer omsetning av produkter herunder på eksportmarkedet*

Dette bringer en over til ulike tiltak som fremmer omsetning, og som utvikler eksportmarkedet og som kan trekke konsumenter, turister til byen, regionen, nasjonen. Music Export Norway er bla. en innstans som bidrar i dette arbeidet, men som uttaler at bransjen må skolerer med økt eksport som mål. Norske artiser som slår igjennom internasjonalt har ofte vært signet på et utenlandsk plateselskap og med en ikke-norsk organisasjon i ryggen. Dette medfører at man ikke klarer å bygge opp en stor og kompetent infrastruktur i Norge. Kompetansehevende tiltak er derfor viktig.

Det samme er nye støtteordninger som muliggjør lanseringer, distribusjon etc.

Byrådsavdeling for finans, kultur og næring anbefaler at en stortingsmelding om kultur og næring ikke bør ha hovedfokus på forholdet mellom kultur og næring, men på kulturbasert næringsutvikling som eget politikkområde. Stortingsmeldingen bør slik verdikjeden viser, presentere et tverrdepartementalt program der strategier og virkemidler for en kulturbasert næringsutvikling har hovedfokus. Meldingen bør derfor behandle virksomhet med utspring i kunsterisk produksjon, eller virksomhet basert på en kreativ og innovativ tilnærming til kunst- og kulturlivet og kulturopplevelser, som har potensiale til å bli en næring og ulike virkemidler for å lykkes på politikkområdet.

Gode eksempler på kulturbasert næringsutvikling eller kreative næringer bør synliggjøre faser i verdikjeden og representere overførbar erfaringskompetanse.

Her presenteres noen slike eksempler fra Bergen med både regional og nasjonal verdi:

- Rytmask musikk felt – Bergensbølgen

Bergen har det siste tiåret markert seg som ledende innen produksjon og distribusjon av rytmask musikk. Den såkalte "bergensbølgen" er et resultat av en langvarig offentlig satsning, der man har arbeidet for å legge til rette for unge musikere og band – kombinert med et unikt miljø av ildsjeler og med mange talent innen de ulike feltene i denne verdikjeden; musikere, plateprodusenter, arrangører, og distributører.

Miljøet kjennetegnes av utstrakt samarbeid på tvers av bandkonstellasjoner og genremessige uttrykk, de fleste musikere spiller i flere band, innen flere forskjellige genre.

**BRÅK - Bergens Rockaktører-** er en paraplyorganisasjon for rock og beslektede musikkformer i Bergensregionen. Organisasjonen er en medlemsorganisasjon, som samler hele verdikjeden innen dette feltet; musikere/band, arrangører og studentorganisasjoner, pedagogisk virksomhet, plateselskap, booking og management, grafisk design, fotografer, reisebyrå som spesialiserer seg på turnèer, radio og nettaviser, lyd- og lydteknikere, studio, lyd og bildeproduksjon og musikkjurister.

Flere band og musikere med utspring fra dette miljøet har også markert seg sterkt internasjonalt – her kan nevnes Bjørn Torske, Røyksopp, Kings of Convenience, Sondre Lerche, Ralph Myerz & the Jack Herren Band og Ephemera.

- Oleana

For 10 – 12 år siden dukket etableringen av en ny trikotasjefabrikk opp i Bergen. Tekstil, konfeksjon og trikotasje hadde gjennom flere generasjoner vært en av de viktigste bransjene innen industrivirksomhet i Bergen. Bransjen hadde fått en dramatisk avskalling de siste 20-30 årene, gjennom nedleggelse eller utflytting av produksjonen. Overraskelsen var derfor stor da det ble klart at en ny trikotasjefabrikk skulle etableres i gamle industrilokaler i Arna. Noen ville "gå mot strømmen".

Gründerne sammen med tekstildesigner fant at årsaken til tilbakegangen og stagnasjonen i bransjen delvis kunne tilbakeføres til bransjens manglende innovasjonsevne og dårlig markedsforståelse. Gjennom ny design og formgivning, med røtter i gamle mønstre, kombinert med høy kvalitet og utstrakt bruk av høyteknologi i produksjonsprosessen, skapte disse gründerne kostbare plagg for et lite, men godt betalingsvillig internasjonalt marked. Oleana-plagg selges i dag i de aller fleste europeiske hovedsteder, samt New York. Nisjeprodukter med god design, sammen med en utrolig lidenskap til bransjen, er nøkkelen til Oleanas internasjonale suksess.

- GAFFA – unikt Bergenssamarbeid mellom musikk og film

GAFFA er et samarbeidsprosjekt mellom Bergens musikk- og filmmiljø hvor det skal produseres 5 musikkvideoer og en rammefilm om prosjektet. Formålet er å produsere musikkvideoer av høy faglig kvalitet og med internasjonalt potensiale av og for bergensbaserte plateselskap, artister og produksjonsselskap. Hovedmålsettingen er å styrke småbedrifter innen både film- og musikknæringen i Bergen.

Dette er to kulturbaserte næringer som har markert seg sterkt både nasjonalt og internasjonalt de siste årene. Fra et ustabil samarbeid mellom de to miljøene, bidrar GAFFA til et målrettet arbeid for tverrfaglig samhandling, kompetanseheving og markedsføring av to betydelige

kulturnæringer i vekst. En permanent videreføring av et slikt tverrfaglig samarbeid vil vurderes etter evaluering av pilotprosjektet.

Oppsummering og anbefaling i forhold til departementets fire punkter:

- **Innhold og virkemidler:**

En statlig tverrdepartemental melding som uttrykker en sterk ambisjon for et definert og avgrenset politikkområde "kulturbasert næringsutvikling".

Politikkområdet skal fremme økt innovasjon for enkeltmennesket og bysamfunnet.

En ny stortingsmelding om kultur og næring bør utformes som et tverrdepartementalt program og der nye statlige virkemidler delegeres til storbykommuner for økt verdiskaping i regioner.

Meldingen bør peke på viktige områder i en sammenhengende verdikjede, der potensielle talenter i ulike produksjonsmiljøer danner opptakten i kjeden og markedet og konsumentene sluttfasen.

- **Utfordring og muligheter:**

En ny melding om kultur og næring må ikke videreføre en definisjon av kulturbasert næringsutvikling som en gråsoner mellom tradisjonelt næringsliv og kunstnerisk produksjon. Dette kan skape hindre for en ønskelig utvikling på området. En famling etter en forståelse av politikkområdets kjerne kan innebære at virkemidler utformes feil og eller koordineres dårlig samt at dyktige talenter og gode prosjekter ikke får rett stimulans.

Det er videre en utfordring å legge rammer for storbyregionens betydning for nasjonal verdiskaping og regional utvikling og bedre samordning av statlig politikk og virkemidler.

En melding om kulturbasert næringsutvikling gir muligheter for å skape forutsetninger for lokal utvikling og vekst av kulturbaserte, kreative næringer hvor mangfold, kvalitet og energi preger arbeidet. Meldingen bør behandle virksomhet med utspring i kunstnerisk produksjon, eller virksomhet basert på en kreativ og innovativ tilnærming til kunst- og kulturlivet og kulturopplevelser, som har potensiale til å bli en næring og ulike virkemidler for å lykkes på politikkområdet. Meldingen gir derfor muligheter for økt innovasjon og verdiskaping for enkeltmennesket og bysamfunn/regioner.

En forutsetning er økt delegasjon til storbyene med ditto overføringer av statlige virkemiddel herunder støtteordninger for slik å styrke storbyens rolle som motor for innovasjon i sine respektive regioner.

- **Eksempler fra Bergen med både regional og nasjonal verdi:**

Rytmask musikk felt – Bergens bølgen, Oleana – tekstildesign og høyteknologi og GAFFA.

- **Digitalt materiale kan framskaffes.**