



**Copenhagen
Business School**
HANDELSHØJSKOLEN

imagine..



Creative Industries Research
global perspectives

Den kreative klasse i Danmark og Norden

**Kristina Vaarst Andersen
&
Mark Lorenzen**

**Imagine..
Copenhagen Business School**

Projekt talent, teknologi og tolerance

- Europæisk/nordamerikansk projekt
- Komparativt sigte
- Kvantitativ og kvalitativ del

Teorien om den kreative klasse

- 2 forskere og en kedelig reception...
- En model med stor forklaringskraft
- Forudsætninger for modellen

Hvad er kreativitet?

- **Nyt**, ikke rutine
- **Egne løsninger**, ikke standardløsninger
- **Tage beslutninger**, ikke følge regler
- **Improvisere**, ikke harmonere
- **Innovere**, ikke applikere

Den kreative proces

1. Forberedelse
2. Inkubation
3. Heureka! 
4. Afprøvning, tilpasning

kræver

- Fleksibilitet i tid
- Fleksibilitet i opgaver
- Selvstændighed, ansvar
- Inspiration/diversitet

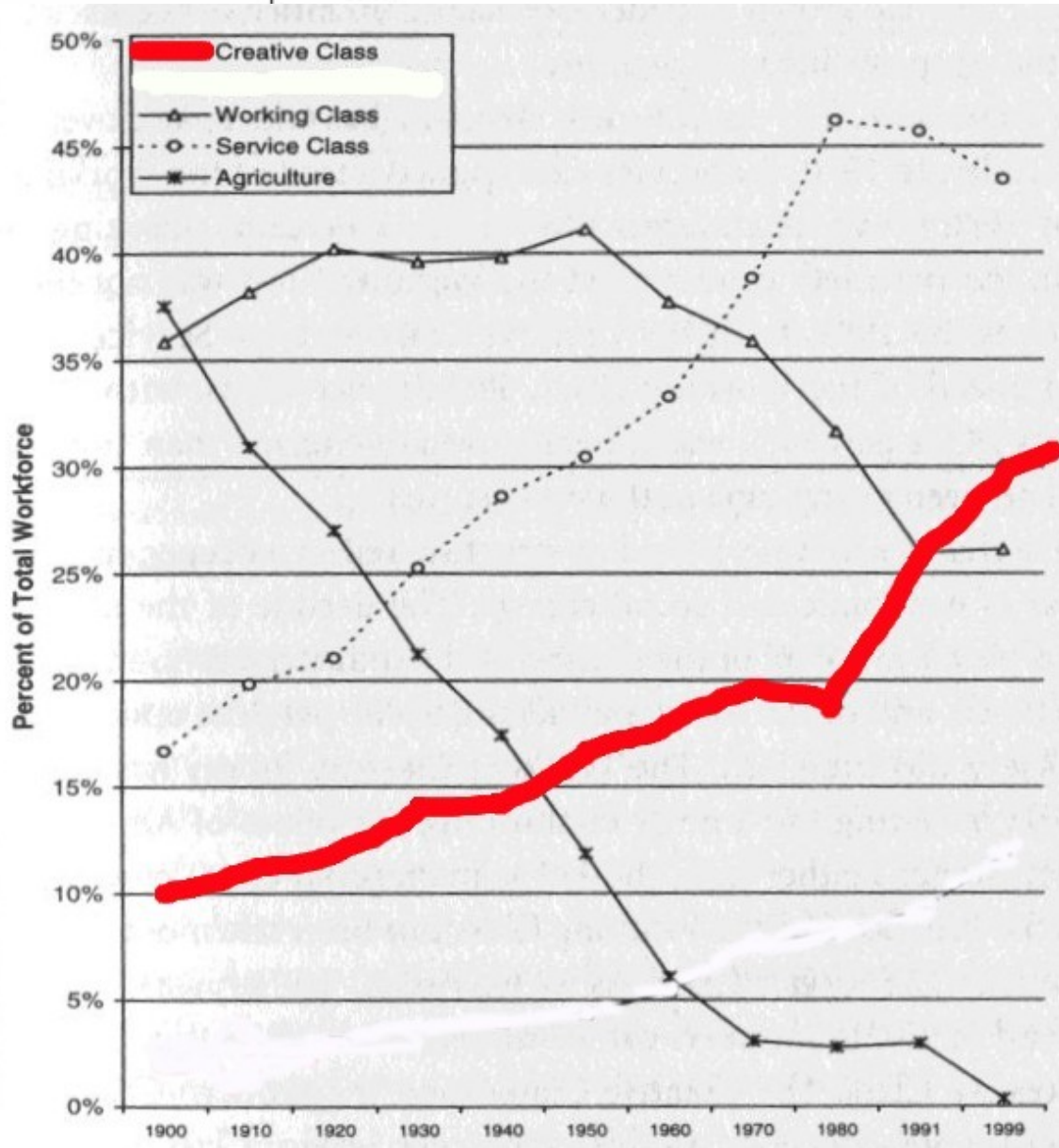
Den kreative klasse

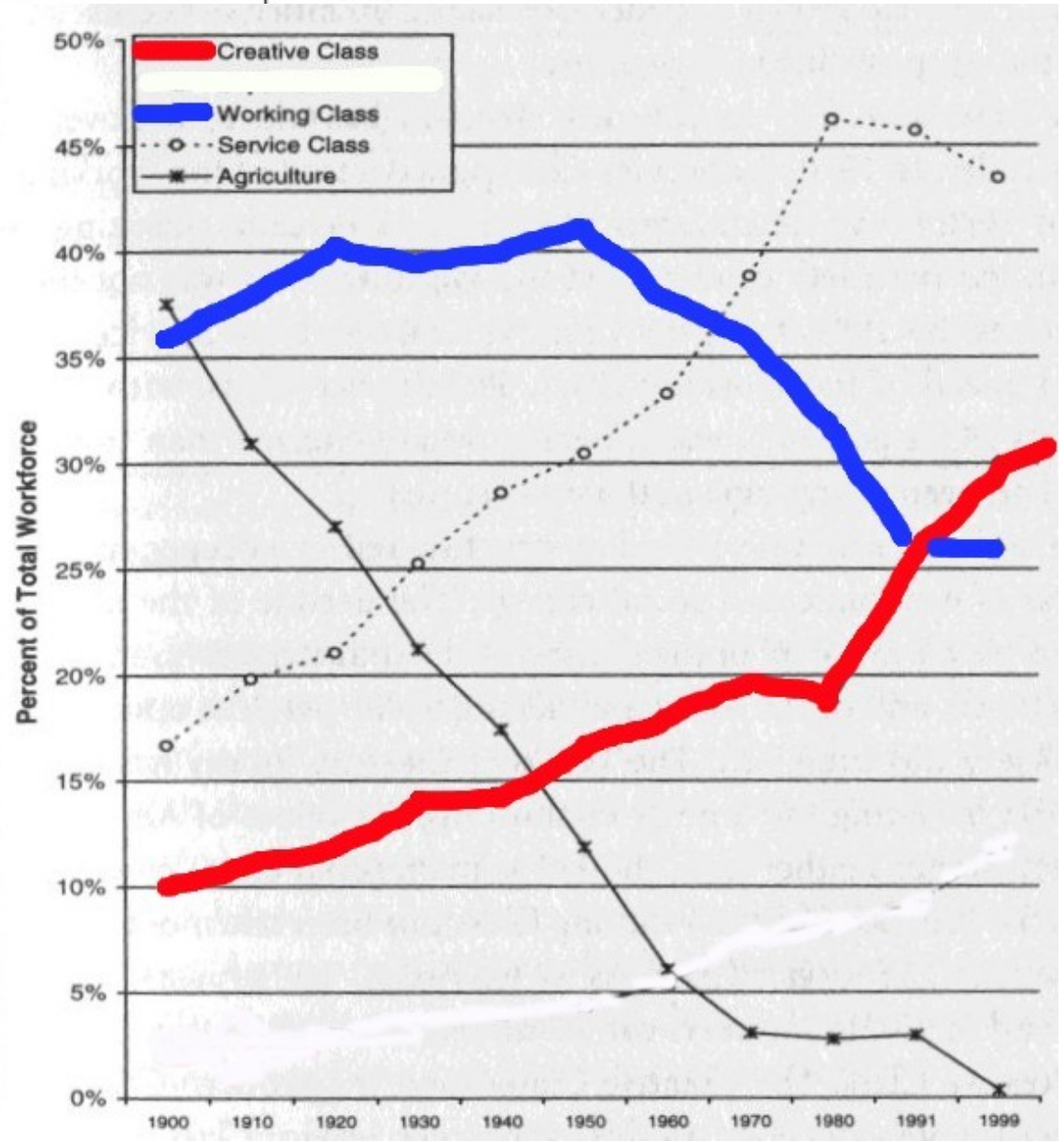
De bliver betalt for at være kreative det meste af tiden

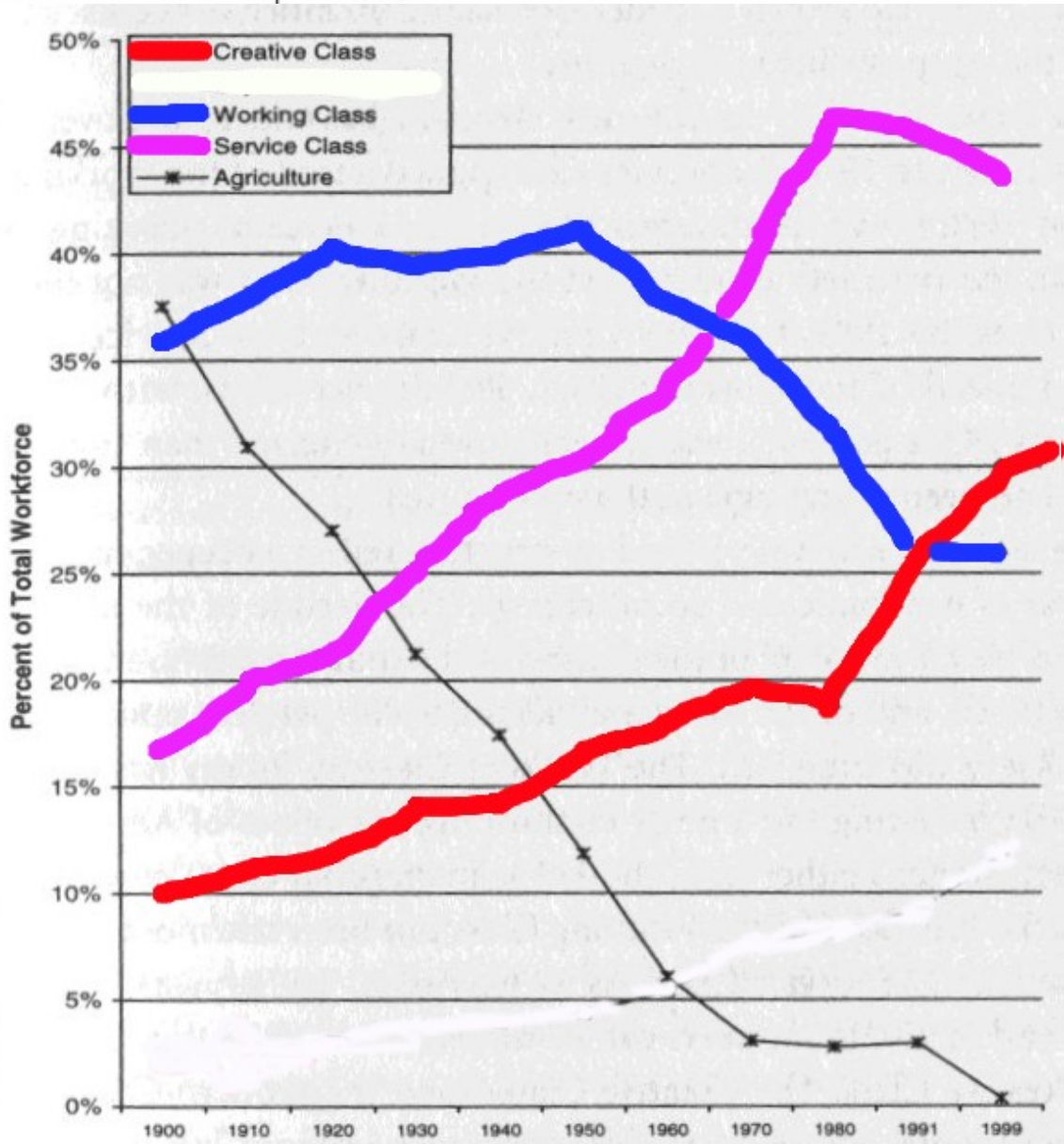
- **”Den kreative kerne”:**
 - Computer og matematiske fag
 - Arkitektur og ingeniør fag
 - Medico, fysisk, og samfundsvidenskabelig forskning
 - Uddannelses, oplærings og bibliotekar fag
- **”Bohemer”:**
 - Forfattere og journalister
 - Skulptører, malere, komponister, musikere, sangere, koreografer, dansere og modeller
 - Film- og teaterskuepillere og instruktører
 - Designere, fotografer og dekoratører
 - Klovne, tryllekunstnere og aktobater

De bliver betalt for at være kreative noget af tiden

- **”De kreative professionelle”**
 - Ledere
 - Jurister
 - Sygepleje og tekniske fag
 - Finansiering
 - Salg og marketing







Den amerikanske kreative klasse

Størrelsen af den kreative klasse i USA

Procent af den amerikanske arbejdsstyrke, der tilhører den kreative klasse og undergrupper, 1999

Den kreative kerne + Bohemians	12%
De kreative professionelle	18%
Den kreative klasse	30%

Kilde: Florida 2002:330

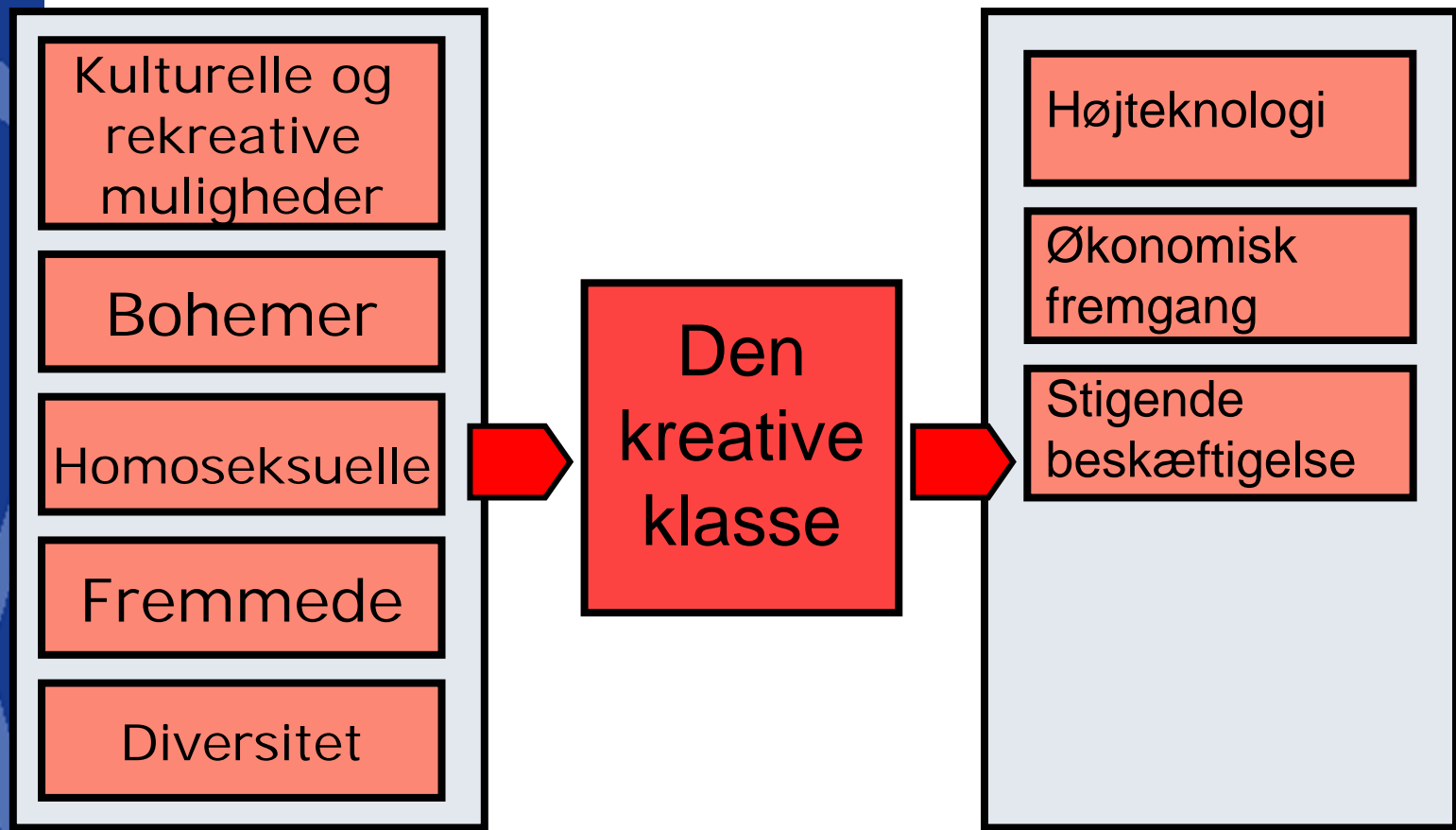
USA's top 10

- Washington DC
- Raleigh-Durham
- Austin
- Boston
- San Francisco
- Seattle
- Hartford
- Denver
- Minneapolis
- New York

- Ikke de største amerikanske byer

- Byer med en særlig kvalitet

Hvad påvirker lokaliseringen af den kreative klasse i USA?



Den danske kreative klasse

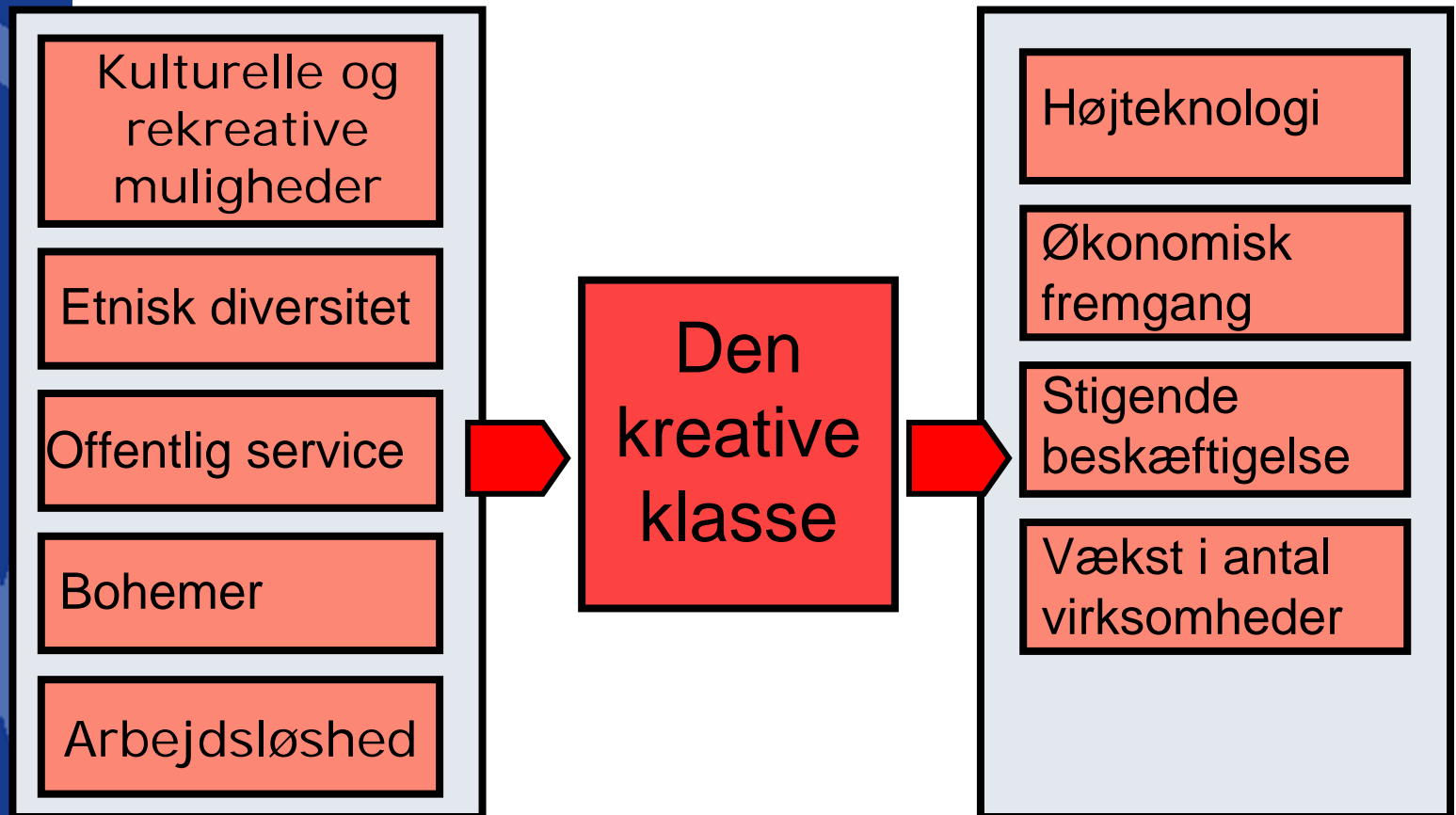
Størrelsen af den kreative klasse i Danmark, 1995, 1999 and 2002.

	Pct af den danske arbejdsstyrke 1995	Pct af den danske arbejdsstyrke 1999	Pct af den danske arbejdsstyrke 2002
Den kreative kerne	13.3%	15%	15.7%
De kreative professionelle	26.7%	29.3%	25.8%
Bohemians	1.6%	1.7%	1.2%
Den kreative klasse	41.5%	46%	42.7%

Baseret på tal fra Danmarks Statistik 2005



Hvad påvirker lokaliseringen af den kreative klasse i Danmark?





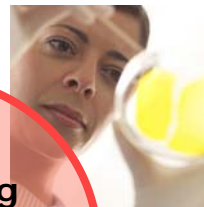
Sted

Talent

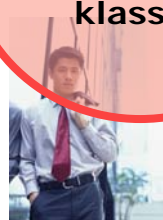
Udvikling



Tolerance
Åbenhed
Diversitet
Kulturtilbud



Tiltrækning
af den
kreative
klasse



Beskæftigelse
High tech
Opstart af nye
virksomheder
Indkomstniveau



Hvor bor den danske kreative klasse?

- København
- Århus

- Odense
- Ålborg

- Sønderborg
- Svendborg
- Roskilde
- Marstal

Områdernes karakteristika

Andele af den kreative klasse i forhold til regionernes størrelse

Byregion	Kreative klasse	Befolkning
København	1	1
Århus	2	2
Sønderborg	3	14
Svendborg	4	18
Odense	5	3
Marstal	6	33
Kolding	7	6
Holbaek	8	8
Vejle	9	4
Viborg	10	11
Åbenrå	11	17
Ålborg	19	5

Baseret på tal fra Danmarks Statistik

De nordiske perspektiver

- De 10 største byregioner har generelt en større andel kreativ klasse end landet i gennemsnit
- Bohemer og de kreative professionelle drages mod de største byer
- Den kreative kerne er mindre fokuseret på de største af de nordiske byer
- Den bymæssige koncentration er særlig stærk i Finland
- I Danmark trækker København og Århus mere end Odense

Undersøgelsen mangler

- Operationaliseringen flytter fokus
- Koblingen mellem den kreative klasse og uddannelse
- Forskelle i statistiske opgørelsesmetoder
- Kulturelle forskelle
- Størrelsen af byregionerne

Næste fase

- Udvælgelse af cases
- Interviews
- Kobling af fordelinger og forklaringer
- Forskningsartikler, konferencer og formidling
- Måske en samlet bog...?

imagine.. | 造

Creative Industries Research
global perspectives

imagine..



www.kreativeklasse.dk

www.cbs.dk/imagine

Sverige: Høgni Kalsø Hansen, Hogni.Kalso_Hansen@keg.lu.se

Norge: Arne Isaksen, Arne.Isaksen@hia.no

Finland: Mika Raunio, Mika.M.Raunio@uta.fi

Danmark: Kristina Vaarst Andersen, kva.ivs@cbs.dk