

# Kommentar till Återstartsutredningens betänkande Från kris till kraft – återstart för kulturen (SOU 2021:77)

Från Sveriges Producenter och Privatteatrar  
Kontaktperson Emelie Löfmark, Ordförande  
[emelie@juliusab.se](mailto:emelie@juliusab.se), 0707-333372

*Sveriges Producenter och Privatteatrar står bakom stora delar av Sveriges kulturliv och är ett viktigt komplement till de skattefinansierade kulturinstitutionerna. Sveriges Producenter och Privatteatrar är en förening bestående av tolv kulturarrangörer: 2Entertain/China Teatern, All Things Live, Cirkus Arena/Pop House, Göta Lejon, Julius Production/Nöjesteatern, Krall Entertainment, Lifeline Entertainment, Lorensbergsteatern/Kulturtuben, Oscarsteatern/Vicky Nöjesproduktion, Scalateatern, Villman Produktion/Maximteatern och United Stage. Vi är helt egenfinansierade och vår ordinarie verksamhet får inga kommunala, regionala eller statliga bidrag för vår verksamhet.*

## Inledning

Vi vill inledningsvis tacka för möjligheten att kommentera betänkandet Från Kris till Kraft – Återstart för kulturen. Vi anser att utredningen är välskriven och väl genomarbetad.

Vi väljer att inleda med en övergripande fråga om vår roll i betänkandet och i framtida kulturpolitik. Vi anser att den marknadsdrivna kulturen inte är tydligt definierad i utredningen och vill därför argumentera för att vår roll i Sveriges kulturliv är avgörande för svensk kultur. Därefter kommenterar vi de problem och utmaningar som utredningen belyser. Slutligen kommenterar vi förslagen och utvecklar resonemang kring ytterligare förslag.

Vi kommenterar utifrån våra verksamheter och vill understryka att följande kommentarer enbart är ställt från våra verksamheters synvinkel. Det vi inte kommenterar är inte oviktigt. Vi begränsar oss inte till att våra kommentarer är de enda rätta utan vill betona att det finns flera sidor på ett mynt.

## Sammanfattning

Vem är Sveriges Producenter och Privatteatrar i kultursverige?

Sveriges Producenter och Privatteatrar är en viktig del av det svenska kulturlivet och bidrar genom att vara en avgörande kugge i det ekosystem som kultursverige består av. Pandemin blottade det faktum att kommersiell, marknadsdriven kultur inte är en avgörande del i den svenska kulturpolitiken. Även om vi som bransch vill tillbaka till ett läge där biljettintäkter finansierar vår verksamhet så måste vår del av kulturen hädanefter synliggöras och omtalas i all kulturpolitik.

Våra problem och utmaningar

- Utmaningar att få tillbaka publiken: pga två års nedstängning och signaler om att det är farligt att besöka publika evenemang samt på grund av avbrott i människors vana att konsumera kultur.
- Kompetensbrist inom tekniska yrken, kreativa yrken och andra yrken som kräver specialkunskap och är baserade på gig-ekonomi.
- Brister i infrastrukturen för att nå ut med kultur till publik i hela landet: Arrangörer behöver nå ut med produktioner i hela landet för att få ekonomi i produktionerna. Samtidigt saknas

det möjligheter i form av tillräckligt stora lokaler och tillräckligt stort publikunderlag för att kostnaderna på mindre orter ska kunna täckas av intäkterna.

- Brister i kunskap om våra verksamheter: Under pandemin har vi uppmärksammat att kommersiell, marknadsdriven kultur inte är en avgörande del i den svenska kulturpolitiken. Vårt bidrag till kulturen måste hädanefter synliggöras och omtalas i all kulturpolitik.

#### Sveriges Producenter och Privatteatrars kommentarer till utredningens förslag

Vi ser positivt på de förslag som presenteras, vi saknar dock tydlig definition av hur den kommersiella och marknadsdrivna kulturen stöds genom en återstart. Vi berör särskilt behovet av att stimulera biljettförsäljning och utredningen av KKN som kommer att bidra till långsiktig kunskap hos politiker, tjänstemän och myndigheter.

#### Utvärdera restriktioner och deras konsekvenser och gör redan nu en plan för eventuella kommande kriser

Vi föreslår att man skyndsamt startar en utredning och utvärdering av hur restriktionerna skyddat befolkningen ställt mot de konsekvenser som restriktionerna inneburit. Vi föreslår också att en plan för kommande kriser färdigställs och att en tydlig färdplan finns på plats för eventuella nya restriktioner. Alla restriktioner måste sammankopplas med förutsägbar ekonomisk ersättning till de drabbade verksamheterna.

#### Definiera kulturen som ett välfärdsområde och befäst kulturens roll som en grundläggande byggsten i Sverige

I tider av kris måste vi fokusera på överlevnad, men också på att ha något att leva för. Utredningens bedömning 5.2.1 är det viktigaste konstaterande som görs. Kulturen ska ses som ett välfärdsområde och därmed inkluderas i beslutsprocesser som behandlar strategiska vägval för välfärden på statlig, regional och kommunal nivå.

## Vem är Sveriges Producenter och Privatteatrar i kultursverige?

Inledningsvis vill vi ägna ett längre stycke åt att kommentera och belysa våra bidrag till kultursverige. Efter samtal med representanter för utredningen och genom att läsa utredningen konstaterar vi att vi som grupp finns omnämnda, men att vi inte tillräckligt tydligt definierade.

Sveriges Producenter och Privatteatrar består, som ovan nämnt, av tolv bolag som innan pandemin finansierades av biljettintäkter. Vi anser att benämningen kommersiell och marknadsdriven kultur är ett lämpligt begrepp som innefattar bland annat oss. Det betyder att vi finansierar produktioner genom att skapa kultur som tillräckligt många människor vill betala pengar för att se, för att i sin tur kunna betala alla de människor som arbetar med produktionerna. Produktionerna som vi producerar måste skapa positiva resultat, det vill säga vinst, för att bolagens ekonomi fortsatt ska vara tryggade och för att man ska kunna och våga satsa på nya projekt. Under vissa år kan bolagens ägare få utdelning av resultatet och detta ska ställas mot att samma ägare andra år måste ta risken och personligen eller via bolagsengagemang säkerställa bolagens finansiella situation genom ekonomiska insatser.

Sveriges Producenter och Privatteatrar strävar efter att återgå till våra normala ekonomiska modeller, det vill säga att publiken ska vara vår främsta finansiär. Men vägen dit är lång; publiken är ännu inte redo att bära kostnaderna. Mer om detta i nästa avsnitt.

Sveriges Producenter och Privatteatrar är en viktig del av det svenska kulturlivet och bidrar genom att vara en avgörande kugge i det ekosystem som kultursverige består av. Pandemin blottlade det faktum att kommersiell, marknadsdriven kultur inte är en avgörande och uttalad del i den svenska kulturpolitiken. Även om vi som bransch vill tillbaka till ett läge där biljettintäkter finansierar vår verksamhet så måste vår del av kulturen hädanefter synliggöras och omtalas i all kulturpolitik.

I relation till de kulturpolitiska målen bidrar vi i stor utsträckning genom vår verksamhet. I följande stycken utvecklar vi detta resonemang och vill reservera oss för att vi här enbart berör vår del av branschen – vi har stor respekt för att andra typer av kultur bidrar på sätt som vi inte kan eller avser göra.

### Kommersiell och marknadsdriven kultur bidrar till Självständighetsmålet

Det är problematiskt att det uppfattas som negativt att marknadens krafter styr de kreativa alster som vi och våra kollegor genererar till svenskt kulturliv. Vi vill ge ett bredare perspektiv på frågan i följande utläggning.

Att välja mellan att uttrycka sig fritt mot att skapa produktioner som marknaden önskar att se - det är två krafter som inte behöver stå inte i motsats till varandra.

För en demokrati är det givetvis viktigt att det möjliggörs att kultur får och kan vara självständig, oberoende av ekonomiska krafter och värna om yttrandefrihet. Det utesluter dock inte att våra kommersiella verksamheter också möjliggör att dynamisk, utmanande kultur produceras. Genom marknadens krafter och publikens finansiering så kan ett stort antal aktörer idag vara yrkesverksamma inom svenskt kulturliv och tack vare den finansieringen kan de vid vissa tillfällen välja att jobba med marknadsstyrda produktioner och vid andra tillfällen välja att jobba med att skapa kultur som är obunden kulturens ekonomiska villkor.

Med detta sagt vill vi understryka att vi är en viktig pusselbit för att skapa en bredd av kultur.

## Kommersiell och marknadsdriven kultur bidrar till Delaktighetsmålet

Under 2022 hade Sveriges Producenter och Privatteatrar över 6000 inbokade föreställningar och 4 miljoner biljetter budgeterades för att säljas. Detta är siffror som vittnar om att våra verksamheter i allra högsta grad bidrar till Delaktighetsmålet.

Alla ska **kunna** ta del av kulturlivet men utöver det ska också allmänheten **vilja** ta del av kulturlivet. Våra verksamheter bidrar med starka varumärken som år efter år skapar en känsla av samhörighet och kulturell tradition i hela Sverige: På picknickfilten med familjen på Diggiloo-konsert i den lokala slottsparken. På Oscarsteaterns uppsättning av Rain Man som berör på djupet. Musikalen med Babblarna som ger de allra yngsta sin första kulturupplevelse och mormodern en svettig timme i teatersalongen.

För stora delar av den svenska befolkningen är den kultur vi tillhandahåller den enda de upplever av den enkla anledningen att de *vill* uppleva den och den är *lättillgänglig* och *lättförståelig*.

Våra verksamheter bedrivs i hela landet – eftersom vår marknad finns i hela landet. Sverige är alldeles för litet till folkmängd och för stort till ytan för att bara stanna i en stad. Vi behöver nå ut överallt och gör det också.

Sveriges Producenter och Privatteatrar är en viktig aktör för att nå ut med kultur till hela landet och till alla målgrupper.

## Kommersiell och marknadsdriven kultur bidrar till Samhällsmålet

Sveriges Producenter och Privatteatrar bidrar till positiv samhällsutvecklingen genom att arrangera och producera kultur i hela Sverige och att skapa en kraftfull vi-känsla (kultur) kring starka och stora varumärken. Vi är en viktig del av både stadsliv och landsbygd. Vi hänvisar återigen till siffrorna 6000 inbokade föreställningar och 4 miljoner biljetter budgeterade att säljas – det är stora delar av Sveriges befolkning som upplever våra arrangemang.

I städer driver vi teatrar och fyller ofta både konserthus och arenor med innehåll.

Lorensbergsteatern, Oscarsteatern, Nöjesteatern, Chinateatern, Göta Lejon, Maximsteatern, Scalateatern – det är bara några exempel på kulturell infrastruktur som vi i årtionden tagit ansvar för, fyllt med innehåll, betalt hyra och reparationer för – även under perioder då vi inte kunnat bedriva verksamhet, som under pandemin, till exempel.

Sveriges Producenter och Privatteatrar tar ett stort ansvar för kulturen i samhället – både genom att skapa kultur för alla och genom att ta ansvar för kulturell infrastruktur.

## Avslutning - Vem är Sveriges Producenter och Privatteatrar i kultursverige?

Sveriges Producenter och Privatteatrar, tillika all kommersiell och marknadsstyrd kultur, är en oerhört viktig del av svenskt kulturliv. Vi är en del av det ekosystem som möjliggör självständig kultur i hela Sverige – vi är och gör kultur för alla, kultur som många vill uppleva.

Pandemin blottade det faktum att kommersiell, marknadsdriven kultur inte är en avgörande del i den svenska kulturpolitiken. Även om vi som bransch vill tillbaka till ett läge där biljettintäkter finansierar vår verksamhet så måste vår del av kulturen hädanefter synliggöras och omtalas i all kulturpolitik. Tappar man bort oss i kulturpolitiken och i synnerhet vid eventuella kommande kriser, så försvinner stora delar av det ekosystem som är avgörande för att kulturen i Sverige ska kunna överleva.

## Våra problem och utmaningar

Vi delar uppfattningen om vilka problem och utmaningar som kulturbranschen står inför. Vi vill särskilt belysa följande och kommentera desamma.

### Utmaningar att få tillbaka publiken

Vi såg redan under hösten 2021, då restriktionerna tillfälligt lättade, att försäljningen var kraftigt minskad jämfört med samma period 2019. När vi närmade oss jul och det ställdes krav på vaccinpass, dämpades försäljningen ytterligare. Detta beror främst beror på två orsaker.

1. Under nästan två års nedstängning har vi matats med ständiga påminnelser om att den farligaste aktiviteten man kan sysselsätta sig med är att besöka publika verksamheter som teater och konserter. Från att tidigare har varit ett normalt beteende så är det nu starkt förknippat med smittspridning. Signalerna har skadat oss i grunden och kommer att ta lång tid att reparera.
2. Att konsumera kultur är som vilken annan vana som helst, det krävs upprepning för att skapa ett beteende, en vana – konsumtion föder konsumtion. När man lämnar en kulturell upplevelse så bär man ofta med sig en stark känsla av att man snart vill uppleva något liknande igen och snart sneglar man på nästa sak man ska uppleva tillsammans med nära och kära. De känslorna är en bidragande faktor i vårt marknadsföringsarbete. Det är nu längesedan invånarna fick uppleva känslan av en kulturupplevelse, att bara genom marknadsföring återskapa det beteendet är svårt – startsträckan är mycket lång.

Detta sammantaget gör att vi delar utredningens uppfattning om att det kommer att ta lång tid innan publiken åter är den huvudsakliga finansieringen i våra verksamheter.

### Kompetensbrist

Vi delar uppfattningen om att det råder kompetensbrist i många delar av branschens olika verksamhetsområden. Yrkesgrupper som kräver specialkunskap och samtidigt är baserade på gig-ekonomi har på kort tid lämnat branschen. Anledningen till detta är att den osäkra tillvaron under pandemin har tvingat dem till att hitta andra inkomstkällor. Att återskapa dessa yrkesgrupper kommer att vara svårt och ta tid eftersom mycket bygger på specialkompetenser som lämnas från person till person och som skapas genom arbete och nätverk.

### Brister i infrastrukturen för att nå ut med kultur till publik i hela landet

Sverige är sett till invånare litet land men till ytan ett stort land. Vi arrangörer och producenter behöver ofta besöka många städer och ofta mindre städer för att nå tillräckligt stor målgrupp för att täcka kostnaderna i en produktion.

Man konstaterar i utredningen att arrangörsledet spelar en central roll för att föra kultur ut i landet. Vi anser oss vara en väsentlig spelare i detta hänseende och vill därför ge en fördjupning av några svårigheter och behov som uppstår när man ska ta ut produktioner i landet.

- Marknadsföringen: När man ska ta ut en produktion i hela landet ökar marknadsföringskostnaderna. För att illustrera med en kraftig förenkling: Om man flyttar en produktion från Göteborg så räcker inte längre att bara annonsera i Göteborgsposten och GT. Man måste även nå ut via Nerikes Allehanda, Kalmarposten, Västerbottenkuriren, Skånska Dagbladet, Karlstadstidningen, och så vidare.
- Transportkostnader: Ett stort land innebär stora transportkostnader. Det är mer kostnadseffektivt att ligga still på ett och samma ställe än att flytta produktionen mellan olika städer.

- Lokala kostnader: På mindre orter täcker inte intäkterna kostnaderna. Antalet platser i lokalen och antalet potentiella gäster är inte tillräckligt stort i förhållande till kostanden som uppstår när man ska besöka orten. Hyrorna är till exempel fortfarande höga eftersom husen har samma krav som i en större stad, men publikunderlaget är inte tillräckligt för att motivera kostnaden.

Utöver utmaningarna kring att nå ut med kultur i landet så ser vi även brister i strukturen kring ägandet och drivandet av kulturella byggnader så som teatrar och konserthus. Ofta står en kommun som huvudman bakom själva fastighetsbolaget och ibland även bakom driftsbolaget. Hyror och villkor är ofta en stor begränsning och det finns inget uttalat mål inom kommunen att kulturell verksamhet ska bedrivas i många av de aktuella lokalerna, vilket innebär att man ibland/ofta hellre lämnar lokaler vakanta än möjliggör för kulturell verksamhet i desamma. Om utvecklingen fortsätter i denna linje och om inte verksamheter som våra tar ansvar för de kulturella byggnaderna så kommer anrika teatrar snart att vara parkeringshus, shoppinggallerior och casinon.

#### Brister i kunskap om våra verksamheter

Under pandemin har vi uppmärksammat att kommersiell, marknadsdriven kultur inte är en avgörande del i den svenska kulturpolitiken. Det saknas tillräcklig kunskap hos både politiker och tjänstemän på avgörande positioner. Vårt bidrag till kulturen måste hädanefter synliggöras och omtalas i all kulturpolitik. Relevant information måste insamlas och presenteras kontinuerligt, minst årligen. Tappar man bort oss i kulturpolitiken och i synnerhet vid eventuella kommande kriser, så försvinner stora delar av det ekosystem som är avgörande för att kulturen i Sverige ska kunna överleva.

## Sveriges Producenter och Privatteatrars kommentarer till utredningens förslag

Vi ser positivt på de förslag som presenteras. Vi anser att det krävs insatser på kort sikt för att få i gång det maskineri som ligger bakom den stora kulturnäringsen. Vi anser också att det behövs insatser på längre sikt för att återskapa den svenska kulturnäringsen och säkerställa framtida kulturyttringar.

Vi saknar tydlig definition av hur den kommersiella och marknadsdrivna kulturen stöds framöver. Generellt så anser vi att kommersiell och marknadsdriven kultur ska finansieras av biljettförsäljning, men att det enligt resonemanget ovan finns behov av att stärka krafterna som möjliggör kommersiell kultur. Bland annat genom att stärka möjligheterna till att flytta produktioner runt om i landet och genom att kommuner ger tydligare direktiv kring kulturella byggnader så att dessa nyttjas till sin fulla kapacitet. Dessutom ser vi positivt på förslag som ska motivera och stimulera biljettköp.

De stöd som tillgängliggörs får inte hindra verksamheter att bedriva vinstdrivande produktioner och bolag. Ekonomiska modeller i marknadsdriven kulturproduktion är av det slag att produktioner och verksamheter måste göra vinst för att bolagen ska kunna och våga satsa på kommande produktioner. I kommande utredningar måste stöden vara utformade på ett sätt att vi inte begränsar verksamheter från att skapa möjligheter för framtida produktioner. De ansvariga myndigheterna som kommer att hantera eventuella stöd måste också beredas möjlighet att få större och bättre inblick i marknadsdrivna verksamheter och ekonomiska modeller för att på så sätt kunna ta mer precisa beslut som faktiskt gynnar verksamheterna och bidrar till återstart och återväxt.

Vi vill särskilt belysa att följande förslag kan komma att bidra till återstart och utveckling för den delen av kulturlivet som vi representerar, med tillhörande kommentarer:

## **7.2 Förslag för kulturens återstart**

### 7.2.2 Återstarts- och utvecklingsstöd

Kommentar: En förutsättning för att detta stöd ska hjälpa oss är att stödet blir tillgängligt för marknadsdrivna och kommersiella kulturaktörer och att våra ekonomiska modeller respekteras och hedras.

### 7.2.3 Kulturcheckar som stimulansstöd

Kommentar: Kulturcheckar skulle kunna vara precis den typ av stöd som våra verksamheter blir hjälpta av. Dock måste en sådan lösning hanteras med stor varsamhet för att inte sätta verksamheter i sämre kommersiellt utgångsläge.

Kulturcheckarna måste vara enkla att använda och tydligt kommunicerade till potentiell publik hur de används. De måste fungera att använda i alla digitala biljettförsäljningssystem – något som rent tekniskt skulle kunna vara en stor utmaning för både ansvarig myndighet och för biljettbolagen.

En stor utmaning och ett potentiellt problem med att under en period använda kulturcheckar som stimulans för biljettförsäljning är att kunderna blir vana vid att biljetterna blir billigare. Vi producenter tampas hela tiden med att hålla nere biljettpriserna, men biljettpriserna hamnar ändå på mellan 700 och 2000 kr per biljett som standard. Vi kämpar hårt för att normalisera dessa biljettpriser (som tyvärr måste till för att täcka produktionernas kostnader) och om biljetterna under en period blir billigare kan vi få ett bakslag när checkarna sedan försvinner och vi åter måste upp i högre biljettpriser.

Ytterligare en risk är att checkarna i stor utsträckning används till redan subventionerad kultur och att redan "billiga" biljetter (i förhållande till kostnaderna bakom) blir tillgängliga till ännu mindre pengar och att den redan snedvridna konkurrensen från offentligt finansierad kultur, påverkar oss mer ännu mer kraftfullt.

### 7.2.5 Stärk stödet till musikarrangörer

Kommentar: En förutsättning för att detta stöd ska hjälpa oss är att stödet blir tillgängligt för marknadsdrivna och kommersiella kulturaktörer och att våra ekonomiska modeller respekteras och hedras.

## **7.3 Långsiktig förstärkning av kulturens ekonomiska förutsättningar**

### 7.3.1 Stärk stödet till det fria kulturlivet

Kommentar: En förutsättning för att detta stöd ska hjälpa oss är att stödet blir tillgängligt för marknadsdrivna och kommersiella kulturaktörer och att våra ekonomiska modeller respekteras och hedras.

### 7.3.5 Långsiktiga stöd

Kommentar: Att göra kulturstöden mer långsiktiga ser vi mycket positivt på. En utmaning som vi gång på gång ställts inför under pandemin är att vi har tvingats ta beslut baserat på information som vi inte har fått bekräftad, både gällande stöd och eventuella kommande beslut. Att göra de permanenta kulturstöden mer långsiktiga kommer att skapa en tryggare tillvaro för arrangörer och för de personer som kan engageras i projekt. Man kommer kunna ta mer stabila beslut baserat på information man har i stället för information man tror sig ha.

## 7.5 Stärk trygghetssystemet

Kommentar: Att stärka trygghetssystemet för frilansande kulturaktörer hade kunnat bidra till att kompetensförsörjningen i branschen blir mer stabil. Vi vill understryka att vi här avser alla våra frilansande kulturarbetare till kollegor – inte bara de som står för de kulturella alstren utan även tekniker, administratörer, marknadsförare, med flera.

## 7.7 Förbättra förutsättningarna för kulturella och kreativa näringar

7.7.3 Utveckla och samordna politiken för kulturella och kreativa näringar

7.7.4 Utveckla statistik och analys

Kommentar: Vi ser oerhört positivt på förslagen i avsnitt 7.7. Vi gick in i en kris i mars 2020 och upptäckte att kunskapen om våra verksamheter var bristfällig både hos politiker och hos myndigheter som bland annat skulle ansvara för utdelning av krisstöd. En djupdykning i branschens strukturer och sedan en kontinuerlig uppföljning av statistik och struktur är en nödvändighet för att stå rustade för eventuella kommande kriser. Vi vill dock lyfta behovet av att inkludera branschen i detta arbete.

## 7.10 Utveckla kulturpolitikens utveckling

7.10.4 Utred förutsättningarna för en kulturstiftelse

Kommentar: Vi har under pandemin uppmärksammat externa aktörers vilja att stöda branschen men de har inte haft rätt verktyg för att på ett ekonomiskt effektivt sätt göra det. Det är positivt om regeringen tar initiativ till att driva frågan om privat finansiering av kultur i Sverige.

## Utvärdera restriktioner och deras konsekvenser och gör redan nu en plan för eventuella kommande kriser

Under december 2021 och januari 2022 sattes kraftfulla restriktioner åter in för att förhindra smittspridningen av Covid -19. Detta gjordes hastig och utan att hinna presentera relevanta konsekvensanalyser. Ett förberedande arbete hade kunnat göras redan under hösten 2021.

Vi föreslår att man skyndsamt startar en utredning och utvärdering av hur restriktionerna skyddat befolkningen ställt mot de konsekvenser som restriktionerna inneburit.

Vi föreslår också att en plan för kommande kriser färdigställs och att en tydlig färdplan finns på plats för eventuella nya restriktioner.

Alla krisåtgärder måste sammankopplas med förutsägbar ekonomisk ersättning till de drabbade verksamheterna. Det är för en verksamhet helt avgörande att ha all relevant information på bordet när beslut måste fattas.

Att vi stod den 21 december och återigen begränsades utan en plan för avveckling är oacceptabelt och får inte hända igen. Att vi dessutom behövde ta avgörande beslut om hundratals produktioner och tusentals arbetstillfällen, helt utan information om ekonomiska kompensationer är inget som branschen kommer att acceptera igen.

Vi ställer nu ett starkt krav på att man utvärderar hanteringen av våra verksamheter, genom hela pandemin men i synnerhet hanteringen december 2021-februari 2022, och med den utvärderingen som stöd lägger en plan för framtiden.



## Avslutningsvis: Definiera kulturen som ett välfärdsområde och befäst kulturens roll som en grundläggande byggsten i Sverige

I tider av kris måste vi fokusera på överlevnad, men också på att ha något att leva för. Kultur ska inte komma sist. Kultur ska genomsyra allt vi gör, kultur ska vara det vi kämpar för. Kultur kan vara skillnaden mellan att ge upp och att fortsätta kämpa – att hålla ut. Kultur bidrar till förbättrad hälsa och livskvalitet.

Allt det kulturämnet är: konst, musik, underhållning, livsupplevelser, litteratur, med mera – statligt finansierat, ideellt, kommersiellt – alla delar är viktiga.

Det breda begreppet kultur måste värnas och beskyddas och verksamheterna som ligger bakom måste respekteras och behandlas med värdighet.

Utredningens bedömning 5.2.1 är det viktigaste konstaterande som görs. Kulturen ska ses som ett välfärdsområde och därmed inkluderas i beslutsprocesser som behandlar strategiska vägval för välfärden på statlig, regional och kommunal nivå.