



LUND UNIVERSITY

Helsingborg hyser Skånes transmedianav. Utvärdering av BoostHbg 2011-2014

Lindqvist, Katja; Månsson, Maria

2014

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Lindqvist, K., & Månsson, M. (2014). *Helsingborg hyser Skånes transmedianav. Utvärdering av BoostHbg 2011-2014*. Helsingborgs stad.

Total number of authors:

2

General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117
221 00 Lund
+46 46-222 00 00

HELSINGBORG HYSER SKÅNES TRANSMEDIANAV

UTVÄRDERING AV BOOSTHBG 2011-2014

Katja Lindqvist

Maria Månsson

Sammanfattning

Vision och uppdrag

- BoostHbg har genomfört sitt uppdrag under perioden, och utvecklat verksamheten utifrån de önskemål och trender som funnits i branschen
- BoostHbg har inte bara närmat sig, utan realiserat visionen formulerad för perioden
- Eftersom området rörlig media utvecklas väldigt snabbt, kan det vara skäl att se över visions- och målformuleringar för kommande år för BoostHbg
- BoostHbgs verksamhet, med fokus på stöd och utveckling för individer, är unik i Sverige och har en avgörande roll i branschen i Skåne och Sverige
- BoostHbg bidrar med utveckling och innovation i branschen genom sina talangutvecklingsaktiviteter och genom olika workshops och möjligheter att träffa andra aktiva inom branschen
- Genom att bjuda in nationella och internationella gäster sker lärande inom en mängd områden samtidigt som nätverk etableras mellan aktörer lokalt, regionalt, nationellt och internationellt

Organisation och samarbeten

- Det framgångsrika samarbetet mellan BoostHbg och Kulturkraft Syd som avslutats i och med Kulturkraft Syds avveckling visar på sårbarheten i projektbaserade verksamheter samtidigt som det visar på kostnadseffektiva samarbetsmodeller inom området.
- Det är svårt att rekrytera och behålla kompetent personal samt etablera samarbeten på grund av projektformen
- Utvecklingen inom området rörlig media är mycket snabb vad gäller teknologiska möjligheter. Detta gör att BoostHbg utformat sina verksamheter efter vad branschen definierat som behov och intressanta områden att lära sig mer om, samt tendenser i utlandet inom fältet

Resultat och effekter

- Transmedia är ett synsätt snarare än en specifik teknik. Därför är transmedia inte ett separat område som kan utvecklas, utan det är en utveckling som sker inom och tillsammans med olika berättarformer och tekniska möjligheter.
- BoostHbg:s internationella, nationella och regionala kontaktnät är en avgörande resurs som genom olika aktiviteter möjliggjort kunskaps- och erfarenhetsöverföring inom branschen
- BoostHbg:s verksamhet och publicitet i samband med framgångsrika projekt har lett till att Helsingborg som stad förknippas med den innovativa verksamhet som bedrivs av BoostHbg
- Helsingborg uppfattas idag som en lika naturlig mötesplats inom film- och transmediabranschen som exv Malmö. En strategi att placera möten och evenemang i staden samt att anställda bor här har bidragit till detta

Finansiering

- Externa medel (EU-medel, stöd från Region Skåne m fl) har varit en förutsättning för högkvalitativa aktiviteter under perioden, samtidigt som finansieringen från Helsingborgs stad har minskat
- Arbete med att generera externa medel till verksamheten har varit och är fortsatt prioriterat hos verksamhetsledningen vid BoostHbg

Innehåll

Utvärderingsuppdraget	4
BoostHbg, kortfattad historia	7
Utvärderingens resultat	9
Inledning	9
Uppfyllande av uppdraget	9
1. BoostHbg ska utveckla talanger inom rörlig media genom att stödja och förstärka talangerna som framtidens kreatörer och entreprenörer.	9
2. BoostHbg ska arbeta med professionella talanger som inte är fullt etablerade.	15
3. BoostHbg ska vara en plattform för nytänkande och ny teknik i nära samarbete med bransch och näringsliv.	16
4. BoostHbg ska vara en regional, nationell och internationell mötesplats för talanger.	17
Fördjupning av frågor rörande uppdrag	18
a) Möjliggörare för nya berättare och mångfald	18
b) Transmedia och crossmedia som arbetssätt	20
c) Kulturens arbetssätt.....	22
Närmande till visionen	23
BoostHbg är en viktig utvecklingsaktör som bidrar till fördjupad kompetens och innovation inom fältet.....	23
BoostHbg är Helsingborgs och Skånes arena för talangutveckling inom film och cross-/transmedia.	24
Slutsatser och rekommendationer	27
Källor	29

Utvärderingsuppdraget

Helsingborgs stad har i ett beslut i kulturnämnden 22 september 2011 överlåtit åt kulturchefen att under våren 2014 låta genomföra en utvärdering av BoostHbg:s verksamhet sedan 2011. Föreliggande rapport är resultatet av arbete med en sådan utvärdering. I detta avsnitt tas bakgrunden till utvärderingsuppdraget samt dess huvudsakliga frågeställningar upp, samt viss information om arbetet med utvärderingen.

Visionen för BoostHbg under perioden 2012-2014 har, enligt protokoll för Helsingborgs stads kulturnämnd 2011-09-22, på kulturchefens förslag, varit följande:

BoostHbg är Helsingborgs och Skånes arena för talangutveckling inom film och cross-/transmedia. BoostHbg är en viktig utvecklingsaktör som bidrar till fördjupad kompetens och innovation inom fältet.

Uppdraget för BoostHbg enligt kulturchefens förslag i samma protokoll består av följande:

- BoostHbg ska utveckla talanger inom rörlig media genom att stödja och förstärka talangerna som framtidens kreatörer och entreprenörer.
- BoostHbg ska arbeta med professionella talanger som inte är fullt etablerade.
- BoostHbg ska vara en plattform för nytänkande och ny teknik i nära samarbete med bransch och näringsliv.
- BoostHbg ska vara en regional, nationell och internationell mötesplats för talanger.

Frågor som Helsingborgs stad önskar få besvarade genom utvärderingen:

1. Närmande till visionen

- Har BoostHbg under 2011-2014 utvecklats mot att bli Helsingborgs arena för talangutveckling inom film och cross media? I så fall, hur och i vilken utsträckning?
- Har BoostHbg under 2011-2014 utvecklats mot att bli Skånes arena för talangutveckling inom film och cross media? I så fall, hur och i vilken utsträckning?
- Har BoostHbg under 2011-2014 utvecklats mot att vara en viktig utvecklingsaktör som bidrar till fördjupad kompetens och innovation inom fältet? I så fall, hur och i vilken utsträckning?

2. Uppfyllande av uppdraget

- Har BoostHbg under 2011-2014 utvecklat talanger inom rörlig media genom att stödja och förstärka talangerna som framtidens kreatörer och entreprenörer? På vilket sätt? Med vilka resultat? Till vilka kostnader och insatser?
- Har BoostHbg under 2011-2014 arbetat mot och nått den tilltänkta målgruppen som är professionella talanger som inte har varit fullt etablerade?
- Har BoostHbg under 2011-2014 varit en plattform för nytänkande och ny teknik i nära samarbete med bransch och näringsliv?
- Har BoostHbg under 2011-2014 varit en regional, nationell och internationell mötesplats för talanger?

3. Övriga punkter som kan/bör utvärderas

- Boost ska ha fokus på att möjliggöra för nya berättare (kön, etnicitet, sexuell läggning, funktionshinder etc) att komma igenom med nya berättelser. Boost ska bryta den traditionella filmbranschens strukturer/vara en förgrundsgestalt och en agent i en strukturbrytande tid. Boost ska motverka likriktning. Hur har BoostHbg under 2011-2014 arbetat med och lyckats med detta?
- Transmedia och crossmedia har tillkommit som arbetssätt under projektets gång. Detta utgör nya sätt att berätta som i sin tur ger möjlighet att berätta nya typer av berättelser och stämmer därmed väl in på projektets fokus enligt punkten ovan. Vad har transmedia och crossmedia tillfört projektet? Hur stor del av verksamheten inom Boost handlar idag om trans- och crossmedia?
- Boost ska använda kulturens arbetssätt i sitt arbete. Deltagarna utgörs av kulturens entreprenörer som skapar sina verk. Avspeglas detta i arbetet inom BoostHbg under 2011-2014? Hur i så fall?

4. Omvärld

- Vad har BoostHbg för betydelse för Helsingborgs kommun? Positiva effekter?
- Den regionala betydelsen av BoostHbg? Framförallt Skåne men även delregionen Skåne Nordväst samt eventuellt internationellt.

Som underlag för utvärderingen har vi från Helsingborgs stads kulturförvaltning fått dokumentet "Utvärdering BoostHbg – frågeställningar/punkter att utvärdera mot" daterat 2014-01-13, där frågorna ovan återfinns, samt ett antal referenshandlingar, bestående av olika protokoll och dokument från kulturförvaltningen rörande BoostHbg. Vidare har vi tagit del av tidigare rapporter och utvärderingar av BoostHbg:s verksamhet; alla källor finns angivna sist i denna rapport. I utvärderingsuppdraget framgår att frågorna under punkt 3 baseras på dimensioner ambitioner som mer övergripande är aktuella för BoostHbg som projekt. Bakgrunden till frågorna under punkt 4 är inte kommenterad i utvärderingsuppdraget, men pekar på ett intresse för betydelsen av den geografiska lokaliseringen.

Utifrån det material som utgör bakgrunden till utvärderingsuppdraget, inklusive bland annat visionen och uppdraget samt frågorna ovan, identifierar vi följande som centrala dimensioner i Helsingborgs stads vision och uppdrag för BoostHbg:

- Den geografiska lokaliseringens betydelse
- Genomförda aktiviteter

- Resultat av aktiviteterna
- Betydelse för branschens utveckling i lokalt, regionalt, nationellt och internationellt perspektiv

Dessa dimensioner relaterar vi till i vår rapport, utöver att redovisa i vilken mån BoostHbg enligt vår information har uppfyllt sitt uppdrag och närmat sig visionen för projektet.

Helsingborgs stad har föreslagit intervjuer med för området centrala aktörer som lämplig metod. Vi delar tanken om detta angreppssätt, och har använt oss av intervjuer som informationsinhämtningsmetod. Vi har både genomfört intervjuer där vi träffat respondenten och telefonintervjuer. I och med utvärderingens omfattning har vi gjort ett urval av respondenter utifrån de i vår uppfattning mest centrala aktörerna på området i Skåne, liksom utifrån intervjurespondenternas och uppdragsgivarnas förslag. Intervjuerna har löst genomförts med stadens frågor som grund, men samtalen har utgått ifrån varje respondents relation till och kunskap om BoostHbg, samt deras funktion inom organisationer eller som enskilda aktörer på området.

I rapporten har vi valt att anonymisera enskilda svar så långt som möjligt. Fullständig anonymisering är förstås inte möjlig med ett så tydligt uppdrag och få relevanta aktörer att intervjua. Dock är fokus i utvärderingen på tankar från branschen snarare än på att identifiera specifika ståndpunkter hos enskilda aktörer i förhållande till BoostHbg. Därför redovisar vi uppfattningar och synpunkter utan hänvisning till källan, med undantag för de två verksamhetsledarna under perioden, Anna J Ljungmark och Annika Gustafson.

Vi har frångått den struktur som frågorna ovan följer i vår redovisning av utvärderingens resultat. Detta eftersom olika dimensioner av både uppdrag och vision återkommer, och skulle skapa en onödigt svårforcerad redovisning av resultaten.

Den 1 augusti 2014

Katja Lindqvist

docent
Institutionen för service management
och tjänstvetenskap
Lunds universitet
katja.lindqvist@ism.lu.se

Maria Månsson

doktorand
Institutionen för service management
och tjänstvetenskap
Lunds universitet

BoostHbg, kortfattad historia

Vårt uppdrag har inte varit att redogöra för BoostHbg:s historia. Dock vill vi kortfattat ta upp några aspekter av projektets utveckling sedan mitten av 2000-talet, då det som idag är BoostHbg först tog form som visioner kring ett mediecenter med fokus på unga. Sedan dess har verksamhetens fokus breddats till att fokusera på personer som redan är verksamma i branschen men som inte är fullt etablerade inom fältet film, rörlig media och cross media.

I mitten av 2000-talet började man i Helsingborgs stad medvetet satsa på utveckling av ungas filmskapande. Detta hängde ihop med ett ökat regionalt intresse för filmproduktion i Skåne under samma period. Bland annat startade man 2006 i Helsingborg ett projekt med namnet Ung Film i Skåne. Detta projekt visade på ett behov av mer systematiskt stöd till ungas filmskapande. Tankar på etablering av ett mediecenter med tekniska resurser och stöd för unga talanger tog också form inom staden. 2006 togs beslut i stadsfullmäktige om start av ett mediecenter i Helsingborg, och i avtal med Region Skåne satsade staden årligen i tre år i snitt tre miljoner kronor för detta projekt (för detaljer kring BoostHbg:s budget, se nästkommande avsnitt). Avtalet med regionen omfattade dessutom ett bidrag från Helsingborg om 3 miljoner under perioden 2007-2009 till Skånes filmfond. Starten av mediecentret sköts trots beslutet i fullmäktige upp och utreddes igen, medan bidraget till Skånes Filmfond betalades ut. 2008 kom verksamheten i mediecentret i Helsingborg sedan igång då Anna J Ljungmark rekryterades som utvecklare och chef. Ljungmark fick mandat att utveckla de idéer hon hade kring vad ett centrum för talangutveckling skulle kunna innebära. Mediecentret hade till en början en relativt otydlig struktur och identitet, vilket upplevdes både som en frihet och en begränsning av den första chefen. Verksamheten kom slutligen att organisatoriskt placeras vid Dunkers kulturhus med kulturhusets chef som chef även för verksamheten vid BoostHbg. Under de första verksamhetsåren var förankringen hos kulturförvaltningen i Helsingborg något varierande, eftersom det var viss omsättning på personal i nyckelpositioner. Kontakten med kulturförvaltningens strategiska utvecklare har dock varit stabil och viktig över åren. Sedan 2013 är Annika Gustafson verksamhetschef.

Verksamhetschefen ringade in cross- och transmedia som ett område att fokusera på, och detta fokus finns kvar 2014. Cross media, transmedia och konvergens är bara några av namnen som cirkulerar som benämning på detta fenomen. Det beskrivs ofta som ett sätt att kommunicera en berättelse, produktion eller händelse genom att använda sig av en kombination av olika medieplattformar så som exempelvis film, TV, tidningar, mobiltelefoner osv. Vad som ofta betonas inom transmedia är konsument och användarperspektivet. Istället för att se publiken, åskådaren som en passiv användare av medieprodukter ses de nu som högst delaktiga i processen. Det finns kritik mot begreppet där det kan ses som enbart ett kommersiellt sätt att nå en större

publik via ett antal medieplattformar. Men transmedia ska snarare förstås som att det är berättelsen som är i fokus där de olika medieplattformarna utvecklar och berikar berättelsen utifrån sina egna premisser. Som det uttrycks i ett diskussionsunderlag från 2014: "Kort kan man säga att transmedia är ett begrepp lika brett som 'musik'. Det innefattar både utförandet, verken, upplevelsen, och publikkontakten. Och det har breda genrer och stilar som börjar utkristallisera sig inom olika kreativa discipliner och fysiska regioner." Vidare beskrivs i samma rapport transmedia inte som en teknik i sig utan "ett sätt att tänka". Transmedia som ett sätt att tänka är alltså något som genomsyrar hela processen och inte bara som ett val av olika plattformar. Vi diskuterar detta vidare senare i denna rapport.

Den första verksamhetsledarens fokus var på att söka externa medel och att etablera en identitet hos verksamheten internationellt. Man har sedan starten fått medel till flera EU-projekt beviljade, något som enligt Anna J Ljungmark varit avgörande för vad man kunnat genomföra vid BoostHbg.

Finansiering av verksamheten

(Källor: "BoostHbg, 452/2010", tjänsteskrivelse inför beslut i kulturnämnden 2011-03-24, daterad 2011-03-11, samt ekonomiska data från BoostHbg.)

BoostHbg har under projekttiden finansierats av Helsingborgs stad enligt följande:

2008: 3,6 miljoner kronor, 2009: 2,7 miljoner kronor samt 2010: 2,7 miljoner kronor.

2012-2014: 2 miljoner kronor per år.

Region Skåne har stöttat verksamheten med en halv miljon kronor per år under 2011 och 2012, och med drygt 600 000 kronor 2013. 2014 har Region Skåne gjort en större satsning på transmedia i regionen, och skjuter detta år till 1,2 miljoner kronor till BoostHbg:s verksamhet. Dessutom ger Regionen 800 000 kronor till Film i Skåne 2014 för aktiviteter i samarbete med BoostHbg.

EU-projektmedel har exempelvis erhållits via Media Evolution med 2,3 miljoner kronor fördelat på tre år. Man har också fått EU-medel för projektet First Motion: Crossmedia for the Baltic Sea Region, för vilket man fått c. 400 000 kronor under perioden 2010-2012. För deltagande i SWIM har man fått tillskott på drygt 100 000 år 2012 och drygt 350 000 under 2013. Man har också genererat inkomster genom samarbete, bland annat med Torino Film Lab under 2011-2012 (c. 600 000 kronor). Under 2014 har BoostHbg från Kulturbryggan fått 100 000 kronor i stöd för att utveckla ett koncept som heter Change Through Story.

Genom samarbeten har tillgång möjliggjorts även till andra typer av resurser inom samverkande organisationer.

Utvärderingens resultat

Inledning

I samtalen med intervjurespondenter har det framkommit att det inte går att tydligt separera BoostHbg:s verksamhet under den första försöksperioden (2009-2011) från den andra och pågående (2011-2014). I våra samtal har vi diskuterat BoostHbg:s utveckling över de senaste åren. Det är främst i samtal med de två verksamhetsledarna som vi har diskuterat förändringar i prioriteringar och aktiviteter över båda perioderna. Dock har vi valt att i nedan redovisa uppdragsuppfyllelse och närmande till visionen utan närmare angivelse av tidsperioden.

Uppfyllande av uppdraget

- 1. BoostHbg ska utveckla talanger inom rörlig media genom att stödja och förstärka talangerna som framtidens kreatörer och entreprenörer.**

BoostHbg har utvecklat talanger inom rörlig media genom att stödja och förstärka talangerna som framtidens kreatörer och entreprenörer genom ett antal aktiviteter som redovisas nedan.

På vilket sätt har BoostHbg uppnått detta?

Sedan 2011 har BoostHbg bedrivit en mängd olika typer av aktiviteter. Aktiviteterna har möjliggjorts med medel från Helsingborgs stad, Region Skåne, EU-medel samt andra externa medel. De viktigaste aktiviteterna redovisas nedan årsvis. Källor: årsredovisningar samt verksamhetsplaner 2011-2014 samt information från Annika Gustafson, Anna J Ljungmark samt Hanna Sohlberg. Andra aktiviteter kan ha förekommit, nedanstående baseras på källmaterialet.

2011

Egna aktiviteter:

- Transmediaprogram, 6 projekt, 6 månader, inklusive en huvudmentor, experthjälp, träffar, bransch/festivalbesök samt ett utvecklingsstipendium
- Workshops
- Seminarier

Samarbete med Kulturkraft Syd

2012

Egna aktiviteter:

- 3 Allmänna program, ca 5-8 personer i varje.
- 1 Specialprogram för cross media/ transmedia, ca 6 personer
- 1 internationellt program
- Konsulent inom cross- och transmedia, som ger stöd till individuella projekt genom rådgivning, coachning och match-making
- 1 c-labb
- 8 workshops
- 2 nationella workshops
- 1 internationell workshop
- 8 seminarier samt föreläsningar
- 3 nätverksträffar
- 20 kortare insatser
- Deltagande i olika festivaler och andra nationella och internationella sammanhang där BoostHbg bjudits in för att medverka i juryer samt hålla föredrag och seminarier, oftast kring de nya rönen inom cross media, transmedia och innovationsmetoder.

Samarbete:

First Motion

Swim Lab, drogs igång på hösten men labbförfarandet startade inte förrän våren 2013.

Växthusstöd: I samarbete med film i Skåne har Växthusstöd varit tillgängligt för vissa projekt. Finansieringen har Film i Skåne stått för, medan BoostHbg hanterat programmet.

Samarbete med Kulturkraft Syd

2013

Egna aktiviteter:

- coachning av inbjudna gäster som är professionella regionalt, nationellt eller internationellt
- workshops där kreatörer möter andra kreatörer och tillsammans med professionella inom branschen utvecklar sitt berättande
- Programmet, i samarbete med Film i Skåne
- Genom att erbjuda en fysisk samlingspunkt, The Creator's Cave, för flera olika projekt har det skapats nya möjligheter för kreativa samarbeten mellan olika projekt. Där har 9 olika projekt varit engagerade.
- Öppna föreläsningar. Dessa har en bred målgrupp och attraherar och ökar kännedomen om BoostHbg:s verksamhet bland potentiella talanger

- Labb. Vid labb samlas kreatörer och andra aktörer runt om dessa, för att skapa fungerande ekosystem för enskilda projekt
- Presentation av talang vid A Swedish Affär, Los Angeles Creator's Cave

Regionalt samarbete:

Film i Skåne flyttade i maj 2013 all sin talangutveckling till BoostHbg och deras talangutvecklare, som är betald av Film i Skåne, sitter nu på 50 % hos BoostHbg.

I samarbete med Kulturkraft Syd har ordnats, bl a Transmedia Boost workshops.

Samarbete med konferensen Alibis for Interaction, Landskrona (ny konferens kring analog och digital interaktion och upplevelse)

Internationella samarbeten:

SWIM - Scandinavian World of Innovative Media, Nordens största transmediasamarbete mellan BoostHbg, Film i Skåne, New Danish Screen (DFI) och CPH:DOX 2013-2014. SWIM består av fyra delar:

1. Ett 9-månaders utvecklingsprogram för 10 projekt med tre stycken 1-veckors långa labb samt coachmöten mellan labben. Projekten lämnar förloppet med ett rejält utvecklat projekt, komplett med färdig prototyp samt en tydlig businessplan.
2. Ett internationellt finansieringsforum på CPH:DOX där projekten pitchar till regionala, nationella och internationella finansiärer, fonder, privat kapital, företag, etc.
3. Think Tank för att analysera transmedia branschen i Öresundsregionen och peka framåt.
4. En gränsbrytande internationell 2-dagars konferens som belyser det senaste inom transmedia, film, ny media, businessutveckling, etc.

MergingMedia

Under 2013 inleddes ett strategiskt partnerskap med MergingMedia som är Kanadas största konferens och pitchforum för transmedia fiktionsprojekt. 3 skånska projekt pitchade på detta forum vilket genererade sammanlagt över 100 möten med producenter, fonder och andra samarbetspartners.

Enligt nuvarande verksamhetschef nådde BoostHbg 2012 c. 2 500 personer genom i workshops, föreläsningar, paneler och andra aktiviteter, lokalt, nationellt och internationellt. 2013 var samma siffra runt 5 500.

2014

BoostHbg samarbetar med Film i Skåne i delar av satsningen Pure Fiction som pågår under ett år, och har som målgrupp kvinnor som siktar på ett längre format. Det första programmet startade redan 2013 med 3 skånska kvinnor. Samarbete sker inom projektet även med Filmbasen Stockholm och Film i Västerbotten. Pure Fiction är delvis finansierat med medel från kulturdepartementet.

SWIM – 2014 finns det 11 projekt: 6 skånska och 5 danska.

Fortsatt samarbete med Film i Skåne och konferensen Alibis for Interaction i Landskrona.

(Dessa punkter är givetvis endast några av ett större antal, som inte kan redovisas här på grund av det innevarande verksamhetsåret.)

Med vilka resultat?

Man kan säga att de aktiviteter (listade ovan) som genomförts under perioden är resultat av BoostHbg:s verksamhet – det är dessa aktiviteter man producerat med hjälp av de resurser man haft till sitt förfogande för uppfyllande av de stipulerade visionerna och uppdraget. Vi har dock valt att förstå begreppet resultat som de effekter dessa aktiviteter enligt våra respondenter fått för deltagare och för branschen i förlängningen.

För perioden 2011-2014 är i stort effekterna av BoostHbg:s verksamhet desamma som redovisats för olika program och aktiviteter på BoostHbg under den tidigare perioden 2009-2011 (redovisat i Thomas Lindqvists rapport, se källförteckningen). Mest värdefullt med BoostHbg:s verksamhet är enligt respondenterna under båda perioderna

- Möjligheten att träffa andra talanger och kunna utbyta idéer och hjälpa varandra
- Entusiasm, tillit och en tilltro från personalens sida, men också förväntningar
- Genom detta stärkt självförtroende i en tuff bransch
- Kontakt med viktiga aktörer, som finansiärer
- Inspiration genom att kunna ta del av andras erfarenheter och sätt att arbeta
- Att få nya perspektiv och vidgade vyer
- Injektioner av kreativitet och kunskap
- Satsningen på BoostHbg från det offentliga, för att stärka branschen, trots svårsmätbara resultat
- En brygga in i arbetslivet och möjliggörare av projekt som annars inte blivit av
- Känslan av att någon tror på ens arbete genom att ha blivit utvald att delta i olika aktiviteter

- Branschkunskap och know-how som professionella delar med sig av
- En känsla av sammanhang och trygghet genom möjligheten till plats i lokalerna fysiskt, och genom social interaktion med personal och andra talanger
- Coachning och mentorskapet som erbjuds

Sammanfattningsvis uppfattar vi att BoostHbg:s aktiviteter har bidragit till en kompetenshöjning i branschen i Skåne. Vidare har mer högkvalitativa resultat kunnat produceras under perioden genom att verksamheterna och arbetsformerna inom BoostHbg utvecklats, och samarbeten med andra aktörer stabiliserats under perioden. Genom en breddad målgrupp har mer diversifierade projekt kunnat få stöd genom BoostHbg under perioden. Detta i sin tur har resulterat i priser och utmärkelser, samt i ökad synlighet regionalt, nationellt och internationellt. Valet att bredda möjlig bakgrund hos individer som tar del av BoostHbg:s verksamhet har också resulterat i större mångfald bland de individer som deltar i aktiviteter som BoostHbg anordnar och de berättelser och uttrycksformer som kommit till uttryck. Det nu tätare samarbetet mellan Film i Skåne och BoostHbg har höjt kvaliteten inom både film och transmedia i hela Skåne.

Det unika som våra respondenter lyfter fram i sättet att stimulera talanger är ett helt individuellt fokus i stöd och förstärkning av dessas kompetenser och idéer. Att initialt fokusera på individen är centralt för utveckling av en högkvalitativ berättelse och idé vilket är något som respondenterna uppfattar efterfrågas av branschen och är effektivt sett i förhållande till resultat.

Till vilka kostnader och insatser?

2012 bestod personalresurserna vid BoostHbg av en verksamhetschef på heltid, en filmkonsulent på heltid och en transmediakonsulent från våren på heltid, samt en koordinator på 80 %. Mycket av filmkonsulentens arbete utfördes av transmediakonsulenten på grund av sjukskrivning utan ersättare. I september fick BoostHbg medel för medverkan i EU-projektet SWIM, och verksamhetsledaren, Anna J Ljungmark, arbetade då som representant för BoostHbg inom ramen för sitt uppdrag. I slutet av året anställdes en administratör på halvtid.

2013 slutade Anna J Ljungmark som verksamhetschef på BoostHbg, och ersattes under våren av Annika Gustafson, som föregående år anställdes som transmediakonsulent. Personalen bestod detta år av verksamhetschefen, den halvtidsanställda administratören samt en koordinator på 80 %. Det fanns ingen finansiering inom verksamhetsbudgeten för att anställa en ny transmediakonsulent. Personalminskningen berodde på att film- och senare transmediakonsulenttjänsten finansierats med ett överskott från BoostHbg:s uppstartsperiod. Sedan maj 2013 sitter dock Film i Skånes kortfilmskonsulent fysiskt i BoostHbg:s lokaler och samverkar enligt avtal. Kortfilmskonsulenten är anställd av Film i Skåne, och den fysiska samlokaliseringen underlättar kommunikation och samarbete.

2014 består personalresurserna av en verksamhetschef, en koordinator på heltid inklusive filmstöd motsvarande 20 % av arbetstiden, samt en halvtidstjänst för administration och teknisk support. Förutom anställd personal hyser man även praktikanter från olika utbildningar.

De ekonomiska resurserna är 2 miljoner från Helsingborgs stad, samt en halv miljon från Region Skåne. Utöver dessa resurser har externa medel möjliggjort olika aktiviteter tillsammans med andra aktörer, främst EU-medel. För ytterligare detaljer, se den ekonomiska redovisningen i avsnittet "BoostHbg, kortfattad historia" (s 8).

2. BoostHbg ska arbeta med professionella talanger som inte är fullt etablerade.

Professionella talanger som inte är fullt etablerade är den målgrupp man arbetat mot och nått. Det har varit många sökande till de aktiviteter man erbjudit. Man har haft sökande och deltagare i aktiviteter från hela Skåne. Olika aktiviteter man genomfört har haft något olika målgrupper, en utveckling som tydliggjorts under perioden. Med andra ord har man mer och mer utvecklat olika typer av aktiviteter som passar för olika målgrupper som man ser som viktiga att stöda genom BoostHbg. Detta har varit ett resultat av medvetet arbete inom BoostHbg samt samarbete med olika aktörer inom fältet. Under perioden har mindre betoning lagts på en yngre målgrupp, och därmed har en större spridning i ålder och kön, samt bakgrund och kompetensprofiler uppnåtts, något som man från BoostHbg:s och Film i Skånes sida ser som positivt. Detta eftersom det ger större mångfald bland deltagare samt typen av projekt som genomförs. Det i sin tur ger större lärande och mindre konkurrens mellan deltagare i samma aktivitet. Här har BoostHbg alltså mer tagit fasta på målsättningen att stimulera mångfald och lärande framom att rikta sig mot en yngre målgrupp. Talangerna inom BoostHbg kan därför ses som semi-professionella då de redan har erfarenhet av branschen eller närliggande branscher men inte tagit steget fullt ut. Med talanger som har större erfarenhet är sträckan till kommersialisering eller marknad kortare, och därför är detta en viktig dimension när det gäller att bedöma prestationerna och resultaten av BoostHbg:s verksamhet, menar våra respondenter. Vår slutsats är att BoostHbg har fördjupat sin förståelse av dynamiken mellan målgruppen mot vilken man verkar, och de resultat man har i form av antal projekt som når en marknad. Utifrån denna ackumulerade kunskap och erfarenhet har BoostHbg valt att bredda målgruppen från det som tidigare angetts. Detta har man gjort för att öka mångfalden, närhet till marknaden, samt tydliggöra att spannet för gruppen "inte fullt etablerade" är stort. BoostHbg har valt att göra denna vidgning av målgruppen för att bättre kunna stimulera branschen till bättre utveckling. Man har alltså under perioden tydligare kunnat identifiera ett område där man kan ge ett avgörande bidrag till branschens utveckling.

BoostHbg arbetar även med professionella filmare och producenter som redan är etablerade inom branschen men de saknar kompetens inom transmediaområdet vilket gör dem till nybörjare inom just detta område. Inom SWIM har man till exempel valt att strategiskt utveckla de två största dokumentärfilmsbolagen för att de sedan ska kunna vara med och leda utvecklingen samtidigt som man satsat på mer oerfarna talanger. Det skapar en givande struktur där de lär av varandra och större kontaktnätverk skapas.

3. BoostHbg ska vara en plattform för nytänkande och ny teknik i nära samarbete med bransch och näringsliv.

BoostHbg har varit en plattform för nytänkande och nya sätt att använda (ny) teknik. Man har gjort detta i samarbete med många aktörer, kommersiella som icke-kommersiella, i branschen. Våra respondenter menar BoostHbg:s uppgift är inte att erbjuda ny teknik, utan att visa på andra och nya möjligheter för hur den kan användas. BoostHbg:s uppdrag är rörlig bild, betonar de, och transmedia är ett medel för att uppnå detta. BoostHbg:s uppgift är, enligt våra respondenter, att förena och länka ihop människor med olika kompetenser för att möjliggöra innovation. Genom en sådan pedagogisk idé kan samverkan med näringslivet också utvecklas. BoostHbg har utvecklat aktiviteter som speglar behov och kunskapsbrister som finns i branschen, och aktiviteterna har svarat mot sådant som branschen har uttryckt önskemål för, eller som man sett som viktigt att introducera från utlandet, där utvecklingen pågått längre än i Sverige. Därmed är BoostHbg, som den enda aktören inom detta område i Sverige unik och helt avgörande för den fortsatta utvecklingen relaterat till transmedia och rörlig bild. Dock har ny teknik i sig inte varit i fokus som sådant inom BoostHbg:s verksamhet. Vi som utvärderare uppfattar också denna formulering som ett uttryck för en (naturligt) begränsad kunskap om den framtida utvecklingen inom BoostHbg:s verksamhetsområde 2011 då uppdraget formulerades.

Vi som utvärderare noterar att både bransch och näringsliv i uppdraget anges som samarbetsparter för BoostHbg. Som vi uppfattar begreppet bransch så ingår både näringsidkare, kreatörer utan vinstintresse, samt olika typer av organisationer i branschen. Vi ser ambitionen att involvera näringslivet i stort, liksom det offentliga, i BoostHbg:s verksamhet, men vi tycker att Helsingborgs stad här kan bli tydligare på vad man vill med denna målformulering. En möjlig tolkning av denna uppdelning är att branschen uppfattas som verkande utan vinstintresse, men det menar vi inte är ett rimligt antagande. Däremot finns en rad olika motiv och drivkrafter, varav en är att generera inkomster av eller till den egna verksamheten.

Våra respondenter uppfattar att BoostHbg arbetat med kunniga professionella i branschen, där det finns både kommersiella och icke kommersiella verksamheter och organisationer. De uppfattar inte att BoostHbg har ett uppdrag att arbeta med näringslivet bortom sitt verksamhetsområde. Man har genomfört många aktiviteter i samarbete med andra aktörer, något som varit helt avgörande för kvaliteten på aktiviteterna. Eftersom mycket av kunskapen inom området finns utanför Skåne, är samarbete ett grundelement för att skapa lärandesituationer för branschen. Våra respondenter menar vidare att det är viktigt att lära sig och vara öppen för hur man gör saker inom andra områden, exempelvis att kreatörer förstår grunden för företagande, men också tvärtom, att företag förstår grunderna i skapandeprocesser. Enligt Anna J Ljungmark är det för BoostHbg:s framtida verksamhet viktigt med kopplingar forskning vid sidan av nära anknytning till kultursektorn, branschen och näringslivet, och nämner MEDEA vid Malmö högskola som exempel. Vissa kontakter har under perioden tagits med Campus Helsingborg (Lunds universitet) tagits.

4. BoostHbg ska vara en regional, nationell och internationell mötesplats för talanger.

BoostHbg har varit en regional, nationell och internationell mötesplats för talanger. Detta är enligt verksamhetsledarna helt avgörande för att lärande och utveckling i branschen i Sverige ska ske, eftersom detta är mycket litet utvecklat här idag. Fokus för BoostHbg har varit att skapa samarbeten och därmed länka ihop BoostHbg:s resurser med andra aktiviteter och stöd som finns i regionen. Genom detta har man strävat efter att skapa en kedja som främjar nya projekt och talanger i branschen i Skåne. BoostHbg är en regional mötesplats för talanger genom att olika typer av aktiviteter för samman människor från hela Skåne. BoostHbg har fungerat inspirerande för talanger från Skåne då de blivit varse och kunnat interagera med andra talanger och mer etablerade aktörer regionalt, och lyfts fram som av avgörande värde för deras eget arbete. Nationellt är BoostHbg också en mötesplats, eftersom gäster kommit från andra delar av Sverige, och man genomfört aktiviteter tillsammans med aktörer från andra regioner. Det är mycket viktigt, menar våra respondenter, att inte all innovation och verksamhet sker i Stockholm eller Göteborg. Det är också viktigt ur Helsingborgs stads men även ett regionalpolitiskt perspektiv att inte all utveckling och verksamhet inom kulturella och kreativa verksamheter samlas till Malmöområdet. Avslutningsvis har BoostHbg varit en internationell mötesplats, eftersom mycket av kunskande och erfarenhet av transmedia och olika specifika tekniker eller motsvarande inte alls finns i Sverige utan har bjudits in till olika aktiviteter. Enligt vår uppfattning är en av BoostHbg:s själva grundfunktioner att verka som mötesplats, något som bekräftas av alla de gäster som deltagit i deras aktiviteter.

Fördjupning av frågor rörande uppdrag

a) Möjliggörare för nya berättare och mångfald

I utvärderingsuppdraget anges följande mål för BoostHbg:s verksamhet, och fråga om måluppfyllelse under de senaste åren:

BoostHbg ska ha fokus på att möjliggöra för nya berättare (kön, etnicitet, sexuell läggning, funktionshinder etc.) att komma igenom med nya berättelser. BoostHbg ska bryta den traditionella filmbranschens strukturer/vara en förgrundsgestalt och en agent i en strukturbrytande tid. BoostHbg ska motverka likriktning.

Hur har BoostHbg under 2011-2014 arbetat med och lyckats med detta?

Vi får först konstatera att dessa målsättningar är mycket ambitiösa. Syftet för BoostHbg som en liten organisation med begränsade resurser är att förändra hela film- och rörliga media-branschen. Detta bör man ha i åtanke vid bedömning av måluppfyllelsen. Våra respondenter ser också dessa mål som viktiga att eftersträva i branschen, och menar att BoostHbg:s val av deltagare i olika aktiviteter skett enligt dessa mål.

Vår sammantagna bedömning är att BoostHbg **har** uppfyllt målen i hög grad. Det första målet har nåtts genom att målgruppen vidgats jämfört med tidigare år från yngre och mindre erfarna talanger till åldersmässigt sett en spridd grupp med mer erfarenhet av arbete i branschen, har BoostHbg uppnått en större grad av mångfald i typen av berättelser, typen av media och teknik som används, talangernas ålder, bakgrund och erfarenhet. Som vi förstår det har utgångspunkt för urval av talanger för olika aktiviteter varit en projektidé eller en berättelse, och inte projektägarens personliga egenskaper. Dock har man på BoostHbg vid sammansättningen av talanger på workshops med mera tänkt på hur olika deltagare kunnat berika varandra och hur urvalet kan skapa en miljö där samarbete, och inte konkurrens, råder.

Det andra målet har uppnåtts främst genom att agera på ett välkomnande och uppmuntrande sätt, och genom kunskap om branschen, om enskilda aktörers villkor, rättigheter och möjligheter, samt med erfarenheter från motsvarande branscher utomlands, där villkoren många gånger är bättre för enskilda kreatörer än i Sverige. Genom kunskap om branschstrukturer och produktionsprocesser ges nya aktörer i branschen nya etiska förhållningssätt än dem som, åtminstone inom filmbranschen, hittills varit rådande. En större spridning erfarenhetsmässigt bland dem som deltar i BoostHbg:s aktiviteter möjliggör, enligt våra respondenter, utveckling av produktioner som ligger närmare marknaden, och som därför kan ge snabbare synliga

resultat av utvecklingsverksamheten än talanger som har mindre erfarenhet av branschen.

Ett illustrerande exempel på mångfald är att de sökande till projektet Pure Fiction (ett program riktat enbart till kvinnor) har i de flesta fall varit närmare 40 år. Enligt Annika Gustafsson är det en kombination av familjebildning och lågt självförtroende som gör att många kvinnliga kreatörer först vid denna ålder vågar satsa på sin egen karriär. Detta är ett tydligt exempel på hur BoostHbg möjliggör ökad mångfald.

b) Transmedia och crossmedia som arbetssätt

I utvärderingsuppdraget finns också följande målsättning och fråga om måluppfyllelse formulerade:

Transmedia och crossmedia har tillkommit som arbetssätt under projektets gång. Detta utgör nya sätt att berätta som i sin tur ger möjlighet att berätta nya typer av berättelser och stämmer därmed väl in på projektets fokus [...].

Vad har transmedia och crossmedia tillfört projektet?

Hur stor del av verksamheten inom Boost handlar idag om trans- och crossmedia?

Vi besvarar de båda frågorna ovan genom en integrerad diskussion. Vi har valt att inte kvantifiera andelen av verksamheten som utgörs av cross- och transmedia idag, utan vi konstaterar endast att dessa områden utgör en **integrerad** del av all BoostHbg:s verksamhet idag. Trans- och crossmedia har under den utvärderade perioden varit fokus för all verksamhet. Fokus ligger och har legat på att följa utvecklingen inom hela området rörlig bild-trans-(cross-)media. Cross- och transmedia är ett sätt, ett medium, att nå en publik med en berättelse, menar våra respondenter. Sedan finns det en palett av tekniska möjligheter som används efter behov. Det är en glidande skala mellan film och andra medieformer. Det finns alltså inget egenvärde i att fokusera den teknologiska delen av detta område, utan snarare vad som utvecklas och vilka uttrycksmedel som är intressanta för aktörer i branschen. Eftersom hela området utvecklas väldigt fort, har man velat vara öppen för olika möjligheter och utvecklingsområden, och försökt ta fasta på de behov och intressen som talanger inom erbjudna verksamheter pekat på. Det är uppenbart att trans- och crossmedia är en utveckling som kommer att bli bredare i framtiden. I länder som Kanada och USA samt Storbritannien och Frankrike men även Danmark arbetar man med att stimulera samtidig utveckling av tekniska och innehållsrelaterade dimensioner av digitala medier, och denna utveckling stöds av den tekniska utvecklingen av integrerad teknologi inom IT och telekom. Genom BoostHbg har Sverige en möjlighet att vara med i den vidare utvecklingen av dessa integrerade områden med fokus på innehållsutveckling. Cross- och transmedia har blivit allt viktigare i branschen, eftersom den tekniska utvecklingen möjliggjort många nya intressanta sätt att konsumera innehåll. Filmbranschen finns kvar som en del av området, men digitaliseringen har gjort att filmandet ser annorlunda ut och återfinns i ett växande teknologiskt sammanhang av tillkommande möjligheter. Som exempel kan nämnas att man köpt in Oculus Rift (3D virtual reality) och kommer att erbjuda workshops i hur man arbetar i det formatet under 2014.

I sin förstudie om behovet av en strategi för det regionala filmområdet i Skåne lyfter Chris Mathieu (2013) fram att det är värt att prioritera transmediaområdet, eftersom

Skåne är pionjär inom detta område i Sverige, då det möjliggör förståelse av branschen och dess utveckling. Det behövs, menar Mathieu kunskap om branschens utveckling internationellt och nationellt för att kunna stödja den regionalt på bästa sätt, och pekar på behovet av offentligt stöd till området för att stimulera idéer och företag, liksom forskning för att förstå dynamiken och utvecklingen inom detta område. En av respondenterna anser att BoostHbg är unika i Sverige med sin kompetens inom transmediaområdet vilket gör dem till en självklar resurs att vända sig till för att få mer kunskap inom området. Samtidigt påpekas det att transmedia nu har blivit så pass integrerat att det oavsett projekt är något som måste tas i beaktning. Transmedia är därmed en självklar del av en projektutveckling och BoostHbg blir den naturliga källan för kompetens och kunskap.

Sammanfattningsvis kan då sägas att BoostHbg genom sitt fokus på transmedia och crossmedia är en möjlighet för Helsingborg att bli unikt som nav för Sveriges enda organisation som utvecklar talanger och stöder kunskapsutveckling inom detta område. Helsingborg har genom BoostHbg:s fysiska lokalisering blivit centrum i både Skåne och Sverige för kunskap om denna komplexa utveckling och möjlighet, som driver både innehålls- och affärsutveckling tvärsöver och inom både traditionella och nya medier. Detta ligger väl i linje med kommunal och regional utvecklingsstrategi.

c) Kulturens arbetssätt

Helsingborgs stad har formulerat följande målsättning och fråga om måluppfyllelse i utvärderingsuppdraget:

BoostHbg ska använda kulturens arbetssätt i sitt arbete. Deltagarna utgörs av kulturens entreprenörer som skapar sina verk.

Avspeglas detta i arbetet inom BoostHbg under 2011-2014? Hur i så fall?

Våra respondenter har varit osäkra på vad denna formulering betyder. Vi har förstått andemeningen som att de kreativa och konstnärliga skapandeprocesserna inte ska underställas kommersiella eller affärsmässiga hänsyn. Samtidigt betonar uppdraget att BoostHbg:s uppdrag är att främja både innehålls- och affärsmodellsutveckling samt nya tekniska möjligheter.

Enligt Anna J Ljungmark är denna formulering som inte är eller varit aktuell som målsättning för BoostHbg i denna form. Vägledande för BoostHbg:s verksamhet har varit att öka förståelsen för både hur berättelser och skapandeprocesser utvecklas som för hur man bedriver affärsmässig verksamhet inom branschen, särskilt för de dimensioner man inte själv är så bekant med. Utgångspunkten är berättelser, och hur dessa kan nå en marknad eller publik. Det behövs både ett "kulturellt" och ett "affärsmässigt" perspektiv på verksamheten. Både kultursektorn och näringslivet kan och behöver lära sig saker av varandra. Det viktiga för utveckling av cross- och transmediaområdet är samspelet mellan de kreativa och kommersiella sfärerna. Kultursektorns aktörer behöver, menar Anna J Ljungmark, bli bättre på att berätta om varför man gör det man gör, och vem man riktar sig till med det man gör. Näringslivet å sin sida har behov av att förstå betydelsen av autenticitet. Vägledande för BoostHbg under hela perioden har varit att allt stöd utgår från individens behov; de stödjer kreatörerna med det som dessa identifierar som brister. Det viktiga är att man får möjlighet att utveckla sin berättelse, och får kunskap och inspiration om hur detta kan göras, hur finansieringen kan se ut exempelvis, och lära sig om nya sätt att nå publiken.

Vår slutsats är att formuleringen om kulturens arbetssätt visar att man från Helsingborgs stads sida är mån om att inte endast kommersiella hänsyn ska tas i BoostHbg:s stöd och aktiviteter, utan likafullt de kreativa drivkrafter som är avgörande för en god slutprodukt vad gäller innehåll och uttryck. Detta tycker vi är positivt, och bör utgöra en grund för stöd till BoostHbg:s verksamhet även i framtiden. Samtidigt betonar våra respondenter att den utveckling som nu sker inte ser kommersiella och kreativa hänsyn som motsatser, utan snarare som båda lika nödvändiga för framgång inom området. Det värdefulla med BoostHbg:s stödverksamhet har också, enligt våra respondenter, varit att båda dimensionerna tagits på allvar.

Närmande till visionen

I detta avsnitt diskuterar vi visionerna för verksamheten. Först diskuteras den andra punkten, därefter den första.

BoostHbg är en viktig utvecklingsaktör som bidrar till fördjupad kompetens och innovation inom fältet.

BoostHbg **har** bidragit till fördjupad kompetens inom fältet genom ett antal aktiviteter där regionala, nationella och internationella aktörer delat med sig av kunskap, erfarenheter och kontakter till talanger från Skåne. De erfarenheter som talangerna kunnat ta del av är, enligt dem själva, avgörande för innovation och för att projekt över huvud taget ska utvecklas och kunna realiseras. Flera respondenter för fram att en utmaning för branschen i Sverige är den fortfarande relativt stora avsaknaden av kunskap om vad som händer runt om i världen i filmbranschen och närliggande områden. Detta är också något som BoostHbg genom sin verksamhet i nära samarbete med branschen nationellt och internationellt försöker förändra.

En utmaning för både kreatörer och BoostHbg är att det är mycket ny teknik som utvecklas hela tiden, det gör att fler faktorer påverkar berättande i rörliga media samtidigt. BoostHbg:s strategi för att hantera detta hittills har varit att inte investera i specifik teknisk utrustning, utan genom workshops och besök kunna ta del av erfarenheter av och kunskap om hur ny och existerande teknik kan användas för talangernas syften. BoostHbg är en experimentell verksamhet utan jämförbara andra verksamheter nationellt. Vår uppfattning är att med de resurser man har till sitt förfogande, har man haft en avgörande roll i att bidra med fördjupad kompetens och innovation inom fältet med särskild tonvikt på transmedia genom de aktiviteter man genomfört. Bidrag till fördjupad kompetens och innovation har möjliggjorts för olika typer av grupper inom fältet, både talanger som tagit del av aktiviteter, men även professionella som deltagit som coacher och föreläsare i BoostHbg:s verksamheter, samt andra aktörer som tagit del av presentationer som personalen vid BoostHbg hållit i en rad olika sammanhang. Alltså har inte verksamheterna varit exklusivt till förmån för de talanger som valts ut att delta i BoostHbg:s verksamheter.

BoostHbg är Helsingborgs och Skånes arena för talangutveckling inom film och cross-/transmedia.

De aktiviteter, inspiration och kunskap som talangerna i olika aktiviteter får del av, kommer från regionen, andra delar av Sverige, samt från utlandet. Denna dimension av aktiviteterna är avgörande för de resultat man uppnått, eftersom detta är ett nytt sätt att tänka kring berättelseskapande och rörlig media i Sverige. Genom olika aktiviteter har talanger kunnat möta andra talanger och kreatörer, samt professionella och andra aktörer i branschen nationellt och internationellt. Ett fåtal talanger har även fått möjlighet att presentera sina projekt i utlandet vid evenemang dit de bjudits in med projekt som stöds av BoostHbg.

Vad vi erfar har BoostHbg varit en plattform för nytänkande och ny teknik i nära samarbete med bransch och näringsliv relativt naturligt, eftersom deltagarnas behov av stöd och kompetensutveckling styr aktiviteterna. Eftersom det är ett område som är i en experimentell tillväxt- och utvecklingsfas i Sverige, så får nytänkande till dags dato sägas vara ett med att försöka spegla branschen och dess utveckling. Externa medel har möjliggjort aktiviteter med internationella gäster, vilka är avgörande för nya perspektiv, erfarenheter och inspiration, liksom för att kunna erbjuda en regional, nationell och internationell mötesplats för talanger.

Man arbetar idag (2014) med att stärka hela skalan eller "trappan" av stöd- och utvecklingsåtgärder för kreatörer inom rörlig bild- och transmediaområdet, det vill säga att det ska finnas stipendier för yngre sökande, och hela vägen fram till marknadsföring av produktioner. Film i Skåne kan inte ge stipendier, men det kan BoostHbg, och detta stärker organisationens profil som individutvecklande verksamhet. Man har sedan 2006 gett stipendier till personer inom film i ett samarbete mellan Helsingborgs stad och Film i Skåne, just eftersom man sett värdet av ett tidigt stöd till personer där inte Film i Skåne kunna stödja individer. Relationen med Film i Skåne har under perioden stärkts. Detta genom att man börjat samarbeta närmare med varandra, och genom att renodla de verksamheter som är separata respektive gemensamma. Film i Skånes kortfilmskonsulent sitter på halvtid på BoostHbg som ett resultat av det närmare samarbetet, och kan därför bättre bidra till verksamheten på BoostHbg. Ett exempel på samarbete är projektet Pure Fiction 2014 där BoostHbg tilldelades hälften av alla projektpengar som delades ut av Svenska Filminstitutet för Pure Fiction-projektet eftersom man kunde visa upp goda resultat. Film i Skåne är även samarbetspartner i andra projekt såsom i ansökan till Kulturbryggan.

Nyckelpersoners beslut att vara bosatta i Helsingborg, och praxis att hålla möten i Helsingborg har enligt våra respondenter medfört att Helsingborg har blivit en naturlig mötesplats. I och med att Helsingborg är Nordvästra Skånes huvudort, har BoostHbg:s verksamhet genom lokaliseringen i Helsingborg skapat en attraktivitet och en ökad kännedom om hela regionen. Man kan säga att BoostHbg har satt Helsingborg och Nordvästra Skåne på film- och mediebranschens aktörer karta

genom sin verksamhet. De orter som nämns av våra respondenter är Malmö som centrum för digitala media och kreativa verksamheter generellt, Ystad för filmproduktion, samt Helsingborg för transmedia. BoostHbg:s verksamhet har alltså satt tydliga spår i branschen vad gäller lokaliseringen av branschrelevanta verksamheter. Denna typ av kännedom bygger i allmänhet på långvarig verksamhet genom institutioner och organisationer. Ifall BoostHbg som projekt skulle avvecklas, finns givetvis inte den nod för annan kreativ verksamhet kvar som skapar "platskännedom" i branschen.

Under 2013-2014 har man arbetat mer med publika workshops med internationella gäster, något som stärkt den lokala synligheten och kännedomen om BoostHbg:s verksamhet.

Visionen att BoostHbg utvecklas mot att bli Helsingborgs arena för talangutveckling inom film och crossmedia är i vår mening något begränsad, eftersom Helsingborg är den största orten i Nordvästra Skåne, och därför en lämplig ort att placera en dylik verksamhet. Genom att bli Skånes arena för talangutveckling inom området blir Helsingborg naturligt förknippad med talangutveckling inom detta område. I Helsingborg finns en kritisk massa av kompetens och transportmöjligheter åt olika håll, samt en mängd samarbetsparter. För att göra verksamheten mer publik och tillgänglig för andra än talanger inom BoostHbg:s Program och andra satsningar, krävs dock resurser som gärna får vara öronmärkta för denna typ av aktivitet, så att detta slipper konkurrera med kärnverksamheten resursmässigt och uppmärksamhetsmässigt för de anställda inom BoostHbg.

Det naturliga fokuset för BoostHbg:s verksamhet är enligt oss, liksom enligt respondenterna i utvärderingen, hela region Skåne. Det är regionen som är huvudsakligt upptagningsområde för talanger till vilka man riktar sin verksamhet och information. En del av BoostHbg:s målgrupp bor eller verkar i Nordvästra Skåne, men det är hela Skåne som är det naturliga upptagningsområdet. Det är viktigt att det förblir hela Skåne eftersom man då vi får en bredare grupp av talanger att välja från vilket ökar chansen för succé.

BoostHbg varit nytänkande genom att inte ha färdiga utvecklingslösningar för de talanger de arbetar med och stödjer. I stället är det deltagarna i olika aktiviteter som själva formulerar behov av kunskap och resurser i samarbete med BoostHbg. Det innebär att varje nytt Program och Pure Fiction har ett innehåll baserat på de aktuella talangernas behov. Till detta lägger de ansvariga vid BoostHbgs till sådant som talangerna ännu inte vet vad de kan tänkas ha behov av till exempel kommer de medverkande i Pure Fiction att få en tvådagars workshop i transmediafiktion även om ingen i gruppen anser sig arbeta med transmedia i nuläget. Tanken är även att utmana konservativa tankesätt inom själva filmbranschen för att få talangerna att själva reflektera och bli öppna för nya tankesätt.

BoostHbg arbetar även med att stötta intressanta Helsingborgare som inte är filmskapare genom att till exempel bjuda in till en tvådagarsworkshops i transmediafiktion för att se vad det skulle kunna generera. Med andra ord, BoostHbg

arbetar även med att leta brett efter talanger som inte är traditionella filmare utan är kreatörer inom andra områden som kan vara med och driva utvecklingen och innovationen framåt. Jämfört med dataspelsbranschen är utvecklingsprocesserna längre inom området rörlig bild, och det är här det kan vara avgörande med individuellt stöd och coachning.

Avgörande har varit regionala och internationella kontakter samt extern finansiering genom främst EU-medel. Fördjupad kompetens och innovation får också sägas ha stimulerats genom att man erbjuder nätverk för de individer man accepterat till sitt Program.

Vi kan se att BoostHbg har utvecklats som projektorganisation enligt ett relativt förutsägbart mönster, där legitimitetsbyggande samt fokus på kontaktetablering har varit centrala, samtidigt som samverkan med regionala och lokala aktörer har förbättrats och fördjupats över tid.

Slutsatser och rekommendationer

Visioner och mål, huvudmannaskap

- Det är viktigt att de målsättningar och prioriteringar som både huvudmän och verksamhetsledning har med BoostHbg:s verksamheter är tydliga. Helsingborgs stad bör tydliggöra viktiga begrepp i sina formulerade visioner och uppdrag, i den mån dessa är viktiga, alternativt aktivt tillåta att visioner och uppdrag tolkas och i viss mån operationaliseras självständigt av BoostHbg
- Eftersom kompetensen om områdets snabba utveckling finns hos BoostHbg, ser vi som bästa alternativ att Helsingborgs stad anger övergripande mål och riktlinjer för verksamheten, och överlåter åt BoostHbg att bestämma på vilket sätt detta bäst sker. Detta givetvis i kombination med lämpliga styrmedel.

Organisation och samarbeten

- Projektformen gör att det blir väldigt svårt att inom organisationen planera långsiktigt för BoostHbg:s verksamhet
- Det är svårt att rekrytera och behålla kompetent personal då man är organiserad som ett projekt
- Det är också svårt att samordna verksamheten i BoostHbg med andra verksamheter i kommunen, men även nationellt och internationellt, på grund av projektformen
- Organisationen är sårbar genom sin mycket begränsade personal med stor arbetsbelastning
- Det vore av största vikt att stärka organisationen så att sårbarheten minskar
- Det tar tid att bygga ett bra samarbete mellan organisationer
- Få nyckelpersoner aktiva inom verksamheten gör att personlighet och personkemi mellan samarbetande personer blir avgörande för goda eller mindre goda resultat
- De goda resultaten under perioden beror till stor del på personligt engagemang från personal på BoostHbg och samverkande organisationer, som Film i Skåne. Sådant engagemang är dock inte hållbart på sikt utan endast i en uppstartsfas av verksamhet och samarbete

Resultat och effekter

- BoostHbg har varit och är en experimentell verksamhet, och man kan inte förvänta sig snabba resultat av en sådan verksamhet
- BoostHbg har åstadkommit hög publicitet och kännedom internationellt och nationellt, och i dessa sammanhang blir lokaliseringen i Helsingborg också uppmärksammas. Genom detta och verksamheter med internationella, nationella och regionala gäster och deltagare fungerar BoostHbg som marknadsförare för staden Helsingborg. BoostHbg:s innovativa aktiviteter gör att staden Helsingborg uppfattas som locus för nytänkande.

- Ifall verksamheten avvecklas kommer de positiva effekterna och resultaten att försvinna
- BoostHbg är värdefull som kunskapsbank och kontaktyta inom branschen
- BoostHbg behövs om branschen ska ta in transmedia som ett (nytt) sätt att tänka
- BoostHbg:s verksamhet stimulerar entreprenörskap inom både det innehållsmässiga som det affärsmässiga området, något som är i linje med kommunala och regionala utvecklingsstrategier, och är ett exempel på den nya typen av tjänsteekonomi och digitala kulturyttringar som även nationellt ses som viktiga att utveckla.

Finansiering

- Extern finansiering (EU-medel bland annat) har varit avgörande för att kunna erbjuda ett bra utbud av resurser
- En filmfond i Helsingborg skulle ha direkt och påtaglig betydelse för branschen och för enskilda kreatörer, även med relativt begränsade resurser

Branschens och områdets utveckling

- När kreatörernas kunskapsnivå stiger, har de behov av nya typer av stöd, därför behöver huvudmän tillsammans med BoostHbg och andra aktörer kontinuerligt se över hur stöd till branschen bäst ges
- Offentliga aktörer och branschen bör tillsammans reflektera över vilken typ av stöd som kan stärka branschen i stort och få fram fler projekt till publik och marknad
- BoostHbg som organisation behöver följa vad som sker i branschen och tillåtas vara en flexibel organisation som kan förändras med utvecklingen i branschen, även åt oväntade håll, för att själva kunna driva den åt önskat håll genom sin verksamhet
- Det är fortsatt viktigt med koppling till och mellan kulturområdet, näringsliv och forskning för verksamheten i stort och enskilda aktiviteter
- Konvergens är ett begrepp som ibland används för att beskriva utvecklingen mot att kombinera nya och äldre tekniker på nya sätt, inom bland annat digitala tjänster och produkter, och är mer känt bland företag utanför rörlig-mediaområdet
- Enligt nuvarande verksamhetschef bör frågan om BoostHbg som samproducent (equity investor) diskuteras inför framtiden. I framgångsrika projekt, som fallet är med filmen *Äta, sova, dö*, så hade framgångarna kunnat generera inkomster till BoostHbg för återinvestering i nya projekt och aktiviteter.

Källor

Muntliga källor

Annika Gustafson, transmediakonsulent (2012-mars 2013) och verksamhetschef BoostHbg 2013-2014, intervju, 2014-04-03

Anna J Ljungmark, utvecklare och verksamhetschef BoostHbg 2008-2013, telefonintervju, 2014-06-02

Hanna Sohlberg, kortfilmskonsulent Film i Skåne, intervju, 2014-05-27

Ralf Ivarsson, VD Film i Skåne, intervju, 2014-06-10

Magnus Thure Nilsson, VD Media Evolution, intervju, 2014-05-27

Robert Lillhonga, regissör, intervju, 2014-06-17

China Åhlander, producent, intervju, 2014-06-17

Amanda Romare, producent, intervju, 2014-06-17

Skriftliga källor

BoostHbg verksamhetsberättelse 2013.

Frost, Elin (2011) *Utvärdering av verksamheten BoostHbg 2011.*

Lindqvist, Thomas (odat.) *Uppföljning av Boost Hbg's Talanger.*

Mathieu, Chris (2013) *En förstudie om behovet av en strategi för det regionala filmområdet i Skåne.* Daterad 2013-11-12. Lund: Sociologiska institutionen, Lunds universitet.

Projekt BoostHbg: Lägesrapport. 2010.

Talangutveckling i Skåne (odat.) Beskrivning av Film i Skånes syn på möjligheter för närmare samarbete mellan BoostHbg och Film i Skåne kring talangutveckling. Skickad med e-post till Kulturförvaltningen i Helsingborg 2010-10-16. Film i Skåne.

Thufvesson, Ola (2011) *Utvärdering av Boost HBG – talangernas syn på verksamheten.*

Underlag för diskussion angående förstärkning av crossmedia/filmutveckling med inriktning på innehållsproduktion. Helsingborg: BoostHbg.

Verksamhetsplan BoostHbg (2012)