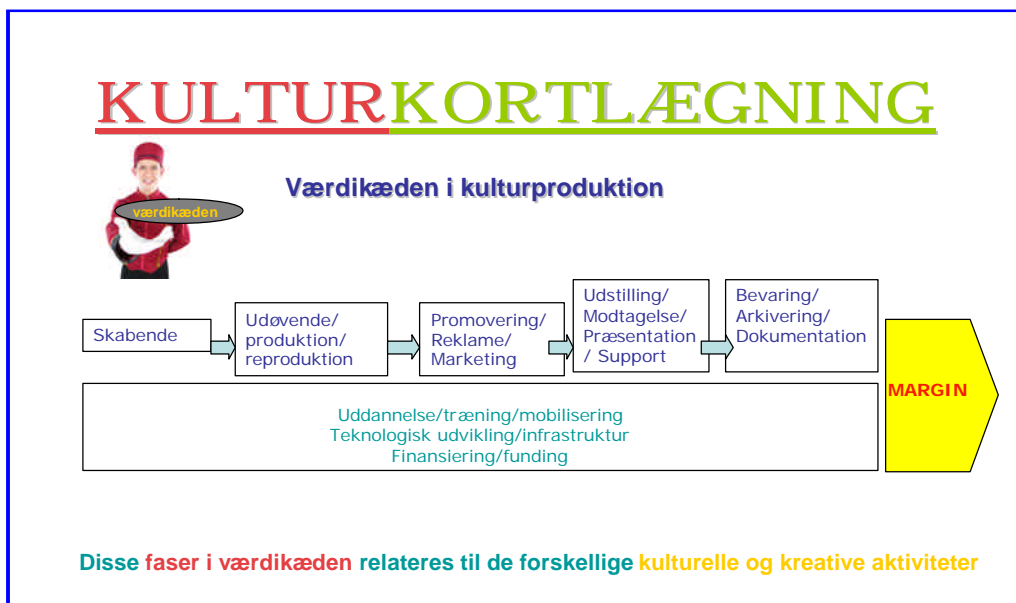


# Kulturkortlægning og værdikæden

I forhold til de kreative aktører er det af interesse at afdække, hvordan de arbejder med kulturproduktion. Til denne brug er der i *Spørgeskemaet* valgt værdikædemodellen. Værdikæden er en økonomisk analysemodel med opdeling af produktionsprocessen i en faserækkefølge.



## Værdikæden

- Formålet i forhold til kulturelle og kreative erhverv:
  - At udvikle tiltag til at evaluere virkningen - og mulige uheldsmæssige bivirkninger - af satsninger på udvalgte dele af den kulturelle produktion
  - At tage fat på politik og bevillingsmæssige ubalancer mellem støtte til at skabe/producere/fremvise (historisk stærk) og støtte til distribution, markedsføring, udvikling af publikum og stimulering af efterspørgsel (historisk svag)
  - Identificere uddannelsesbehov hos medarbejdere i den kulturelle og kreative sektor
  - At anerkende betydningen af bevægelse af viden, kulturarbejdere og ekspertise mellem offentlige, kommercielle og offentligt støttede sektorer
  - At understrege vigtigheden af kendskab til, og træning i, respekt for rettigheder
  - At gøre noget ved svagheder og flaskehalse med hensyn til distribution og promotion/markedsføring
  - At fremme viden om forbrugsmønstre omkring kulturelle produkter og service
  - At fremme sammenhængende og strategiske måder at forholde sig til sub-sektorer, der dukker op, f.eks. inden
  - At kortlægge forbindelser og spændinger mellem traditionelle og oprindelige kulturelle praksisser og masse-kulturelle produktioner

## Værdikæden

- Værdikæden er en systematisk metode til vurdering af udviklingen i konkurrence fordele
  - ♦ Udviklet af M.E. Porter i "Competitive Advantages" (1980)
- Værdikæden er en serie aktiviteter, der skaber og opbygger værdier. De kulminerer i en total værdi, der leveres af en organisation.
- Værdikæden er en økonomisk analysemodel, men kan bruges til også mere kvalitative analyser
  - ♦ Colin Mercer, 2005

I *Spørgeskemaet* er værdikæden aktuelt anvendt således, at de enkelte respondenter først tager stilling til, hvilken områder (områder for kulturel og kreativ produktion) - og dernæst hvilke faser i kulturproduktionsprocessen, deres organisation- /virksomhed primært opererer inden for og satses på. Der er tale om følgende faser i værdikæden:

### Skabende

### Udøvende/produktion/reproduktion

### Promovering/reklame

### Formidling/Spredning/Salg/Distribution

### Udstilling/Modtagelse/præsentation/

### Bevaring/Arkivering/dokumentation

### Uddannelse/Træning/Mobilisering

Der indgår yderligere 1 mulighed i *Spørgeskemaet*.

### Finansiering/Funding