



**PRESSMEDDELANDE**  
**2008-02-14**

## **Första årsboken över upplevelseindustrin ute nu – Svensk upplevelseindustri sålde för 485 miljarder kronor 2007**

Nätverket för Upplevelseindustrin har nu sammanställt den svenska tillväxten för de kreativa näringarna i sin första årsbok – Nybyggarna '08. Utgångspunkt för årsboken är i första hand de ekonomiska effekterna och upplevelseindustrin som ett industriellt system, som tar allt större plats i svensk ekonomi.

Nätverket för upplevelseindustrin arbetar för att förbättra förutsättningarna för hållbar tillväxt i svensk upplevelseindustri. Det består idag av åtta mötesplatser runt om i landet, bland andra Transit på Konstfack i Stockholm och Rockcity i Hultsfred. Samtliga arbetar regionalt och nationellt med att utveckla både upplevelseindustrin generellt och specifika branscher som mode, design, dataspel, musik och film.

- De kreativa näringarna tar allt mer utrymme i tillväxten, både i Sverige och internationellt. I Europa omsätter den mer än dubbelt så mycket som bilindustrin. I Sverige arbetar fler inom upplevelseindustrin än i hela IT-branschen. Utöver det har vi de indirekta effekterna på tillväxten. Design syftar ju till merförsäljning, och det skapas också ny teknik för att kunna lyssna på musik, spela dataspel och se film, säger Anders Sjöstedt, koordinator för Nätverket Upplevelseindustrin och ansvarig författare av årsboken.

Upplevelseindustrin bidrar med 4,7 procent av Sveriges BNP. Ungefär 280 000 personer är sysselsatta i upplevelseindustrin i Sverige, främst i små företag. Drygt 71 procent av företagen i upplevelseindustrin i Sverige är enmansföretag. Drygt 97 procent av företagen har 0-10 anställda. Endast 0,1 procent har fler än 250 anställda.

Tillväxten inom underhållning och media förväntas fortsätta öka med 6,5 procent per år i världen. Det innebär en världsmarknad på 1 600 miljarder dollar år 2011. Dataspel växer snabbast av alla branscher i upplevelseindustrin. Under 2007 ökade världsmarknaden för dataspel med 18,5 procent och passerar därmed skivindustrin. Snabbast går det i Asien. Under 2008 förväntas tillväxten inom underhållning och media vara 11,2 procent, jämfört med 6,0 procent i USA och 5,9 procent i Europa.

- Det ifrågasätts ibland att man sätter siffror på kultur och kreativ verksamhet. Men de här branscherna är med och driver utvecklingen i Sverige, kanske ännu mer här än i andra länder. Med H&M har vi ett mode- och designföretag som största företag på börsen. Det är vi ensamma om i världen, avslutar Anders Sjöstedt.

### **För mer information kontakta**

Anders Sjöstedt, koordinator, Nätverket för upplevelseindustrin

Telefon: 0708-24 01 03

e-post: [anders@upplevelseindustrin.se](mailto:anders@upplevelseindustrin.se)

www: [www.upplevelseindustrin.se](http://www.upplevelseindustrin.se)

Beställ tryckt rapport: [info@upplevelseindustrin.se](mailto:info@upplevelseindustrin.se)

Ladda hem rapporten: <http://www.upplevelseindustrin.se/sectionMeetingSpace.aspx?sectionid=179>

### **Om nätverket för upplevelseindustrin**

Nätverket för upplevelseindustrin består av åtta mötesplatser som arbetar för utveckling och tillväxt inom branscherna i upplevelseindustrin, bland annat genom att bedriva specialinriktad kompetensutveckling och bygga samarbeten mellan aktörer. Mötesplatserna fungerar ofta som en neutral part i mötet mellan kreatörer, akademi, näringsliv och offentlig sektor. Satsningen initierades av KK-stiftelsen år 2000 och de mötesplatser som finns idag etablerades i olika etapper mellan 2002 och 2006. Nätverket för upplevelseindustrin och dess mötesplatser finansieras av KK-stiftelsen samt av kommuner, regioner och högskolor.

### **Mötesplatser (branschfokus)**

Stockholm (mode/design)

Göteborg (design/marknadskommunikation)

Malmö (rörlig bild)

Hultsfred (musik)

Hällefors/Grythyttan (måltid)

Karlshamn (dataspel)

Piteå (turism)

Trollhättan (film)