

En investering för framtiden



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden



”Inte visste jag att jag var en egen sektor”

En intervjuundersökning med åtta personer i
Örebro län, verksamma inom den kreativa sektorn
2009-06-18



Uppdrag: Intervjuer med åtta kreatörer i Örebro län
Beställare: KRUT-projektet, Regionförbundet Örebro
Kontaktperson: Anna Uhlin Landh
Utförare: Sofia Hadders, sofia@hadders.se
Undersökningsperiod: maj-juni 2009

Sofia Hadders arbetar med projektledning, processledning, föreläsningar och utredningar. Uppdragen utförs alltid med engagemang

Innehållsförteckning

Innehållsförteckning	3
Introduktion	4
Om undersökningen – urval och genomförande	4
Redovisning av intervjuerna	4
Beskrivning av de utvalda företagen	5
V – konstnär med enskild firma	5
W – digitala medier	5
X – lantbruk och rekreation	5
Y – en ideell förening i etern	6
Z – ateljé på ”hobbybasis”	6
Å – upplevelseindustri	6
Ä – med bilder i fokus	7
Ö – en ”vilande” husarkitekt	7
Kvantitativ sammanfattning	7
Redovisning av företagarnas svar	8
Kontakter med näringslivsfrämjande organisationer	8
Kvantitativ sammanfattning	10
Möjlighet att leva på sin verksamhet	11
Kvantitativ sammanfattning	11
Förutsättningar som måste finnas för att kunna leva på/utveckla verksamheten	12
Sammanfattning	13
Initiativ, om några, till samarbete med andra företagare i syfte att utveckla verksamheten	14
Sammanfattning	15
Medskick till KRUT-projektet; vad skulle underlätta din verksamhet	16
Sammanfattning	18
Övriga synpunkter och kommentarer	19
Avslutande reflektion	20

Introduktion

Den kreativa sektorn omfattar arkitektur, dator- och tv-spel, design, film, konst, litteratur, marknadskommunikation, media, mode, musik, måltid, scenkonst, turism/besöksnäring och upplevelsebaserat lärande. Det är inte enbart skapandet som räknas utan även verksamheter som stöttar skapande i form av material, reproduktion, distribution, bevarande och utbildning.

Under år 2008 bearbetades, beskrevs och analyserades den kreativa sektorn i Örebro län, utifrån bland annat statistiskt material. Arbetet utfördes inom ramen för KRUT-projektet. KRUT (Kreativ Utveckling) är ett sexlänsprojekt som syftar till att synliggöra och öka utvecklingen av den kreativa sektorn ur ett samhälls- och näringslivsperspektiv.

Under våren 2009 genomfördes den intervjuundersökning som sammanfattas i denna rapport. Syftet med undersökningen var att genom kontakt med några personer få svar på frågor om deras situation som ”kreatörer” och företagare. Utifrån dessa intervjuer kan inga generella slutsatser dras men de bidrar med en bild av enskilda kreatörers förutsättningar att bedriva och leva på sin verksamhet.

Om undersökningen – urval och genomförande

Intervjufrågorna togs fram av projektledaren och administratören i KRUT-projektet tillsammans med Sofia Hadders.

KRUT:s projektadministratör sammanställde en lista med namn på 38 företag utifrån vilken intervjuer bokades. Listan bestod av åtta företag i sektorn ”turism/rekreation”, sex företag i sektorn ”media/digitalt”, 17 i sektorn ”konst/design” och sju i sektorn ”kulturarv/informationshantering”.

Efter en diskussion med KRUT:s projektledare och administratör bestämdes att två företag i sektorn ”turism/rekreation”, två företag i sektorn ”media/digitalt” och fyra företag i sektorn ”konst/design” skulle intervjuas. Företag i sektorn ”kulturarv/informationshantering” uteslöts eftersom dessa verksamheter främst bedrivs i offentlig regi.

Efter att intervjuerna bokats in skickade KRUT:s projektadministratör ett brev till dem som skulle intervjuas. Breven innehöll information om KRUT-projektet.

Intervjuerna genomfördes på plats hos de olika företagen, med undantag för en intervju, som ägde rum på företagarens nuvarande arbetsplats. Samtliga intervjuer spelades in och där efter transkriberades dessa.

Redovisning av intervjuerna

I redovisningen återfinns flera citat från intervjuerna. För att underlätta läsandet har språket ibland ändrats från talspråk till skriftspråk. Detta har gjorts med hänsyn till den intervjuades uttalanden för att i största möjliga mån undvika en ändring av innehåll och budskap.

Redovisningen av intervjuerna är strukturerad utifrån de frågor som ställdes och redovisas inte i kronologisk ordning. I stället för att använda företagens eller företagarnas namn används bokstäverna V, W, X, Y, Z, Å, Ä och Ö.

Beskrivning av de utvalda företagen

Beskrivningen av företagen baseras helt och hållet på de genomförda intervjuerna.

V – konstnär med enskild firma

Företag V drivs av en person som först och främst målar tavlor. På senare år har V börjat göra smycken och lite annat. Till exempel håller V kurser i måleri. Företaget bedrivs som enskild firma och har varit igång sedan 1994.

För några år sedan bedrev V företaget på heltid men nu går det inte. V har för närvarande en anställning på timmar och arbetar heltid som anställd.

- ”Ja alltså /.../ om man räknar ihop dom saker jag gör så har jag ju inte någon 40-timmars vecka utan jag har ju 60-timmarsvecka kan man säga...”

V:s kunder är huvudsakligen privatpersoner, företag och konstföreningar.

W – digitala medier

Företag W har funnits i tio år och har hela tiden drivits som ett aktiebolag. Förutom ägaren arbetar där två personer på heltid och en person på deltid. Ägaren själv uppskattar sin arbetstid till kanske 60 timmar i veckan.

Verksamheten består i produktion av filmer, webbsidor, interaktiva lösningar för Internet eller för DVD. W gör också utbildningsplattformar med filmer och grafik med mera. Därutöver utbildar W också i dramaskrivande.

Företagets kunder finns, utöver de som finns i det lokala företagsnätverket, i hela Sverige. W har också arbetet med internationella projekt. Under senare tid har W varit nischat mot industrin.

X – lantbruk och rekreation

Företag X är ett traditionellt jordbruksföretag med ekologisk spannmålsodling. Jordbruket har gått i arv i flera generationer och den nuvarande innehavaren tog över jordbruket i början av 2000-talet. Utöver jordbruket hyr X ut en stuga. Planer finns på att bygga ett antal torp utifrån gamla befintliga torpgrunder, för att sedan hyra ut dessa. Verksamheten bedrivs i en enskild firma.

Arbetet bedrivs året runt men med varierande intensitet under året. X menar att när det gäller jordbruksarbete så går gränserna mellan arbete och fritid ihop vilket gör att det inte alltid är så lätt att särskilja vad som är arbete och vad som är fritid.

Kunderna varierar beroende på vilken del av verksamheten som berörs. Spannmåls säljs oftast direkt till Lantmännen eller Dalvikskvarn. X gör också eget mjöl som paketeras på gården och som säljs till ett tiotal affärer i närområdet. Uthyrningsverksamheten riktar sig till privatpersoner.

Y – en ideell förening i etern

Företag Y är i själva verket en ideell förening som funnits sedan 1983. Föreningen driver en reklamfinansierad närradiostation. En närradiostation är i princip till för att vara ett media för lokalföreningar som vill berätta om sig själva. Y är dock i första hand en musikradiokanal. Mestadels spelas 50-, 60-, och 70-talslåtar (mycket amerikansk country, en hel del dansband och gamla svenska artister). Lyssnargruppen är mellan 30 – 35 år. Radiokanalen kan sedan 2005 höras via webbradio.

Föreningen driver också Trucknet Radio som främst riktar sig till lastbilsbranschen. Trucknet Radio är en webbradiokanal där flera nationella företag är med och finansierar. Här finns också ett samarbete med Vägverket.

Genom arbetsmarknadsåtgärder (lönebidrag) har Y sedan början av 2000-talet haft anställda sysselsatta i föreningen. Utöver den person som har det övergripande ansvaret (och som arbetar i verksamheten tre dagar i veckan och för övrigt är pensionär) har Y tre medarbetare, som samtliga arbetar heltid.

Z – ateljé på "hobbybasis"

Z:s företagsstart var resultatet av bland annat en utbildning till maskiningenjör, kärlek, en möjlighet att sy kläder till teaterdockor, vidare till att sy kulisser och hela uppsättningar. 1992 fick Z en förfrågan om att göra en almanacka åt ett företag och den händelsen kan sägas vara själva starten till företaget. Verksamheten har huvudsakligen bedrivits på hobbybasis och i form av enskild firma. Idag är företagare Z pensionär men är fortsatt mycket engagerad i flera kreativa verksamheter.

Å – upplevelseindustri

Företag Å verkar inom upplevelseindustrin och drivs, sedan starten 1997, som ett aktiebolag. Företaget ägs av två personer av vilka en intervjuades. Arbetstiden uppgår till minst 50, ibland upp till 60, timmar i veckan. Utöver ägarna är det 10-12 personer som försörjer sig i verksamheten

Vid starten var Å något av en föregångare inom upplevelseindustrin. Idag har konkurrensen hårdnat, även om verksamheten än idag är relativt unik. Konceptet finns på åtta platser i landet och bedrivs på franchisebasis.

Kunderna varierar lite beroende på årstid. För närvarande är Å inne i en årstid då det är mycket skolelever, mestadels från årskurs sex, som kommer. Under sommaren är det främst turister som kommer. Framåt hösten kommer många föreningar och företag. Utöver upplevelser erbjuder Å föreläsningar i teambuilding.

Ä – med bilder i fokus

Verksamheten i Ä består, förutom av fotografering av studenter och brölloppar, främst av att tillhandahålla layouttjänster till företag och organisationer och en hel del trycksaksproduktion. Stort är också digital printproduktion med försäljning på Internet av bland annat canvasdukar och högkvalitativa fotoutskrifter. Internet är en källa till nya kundkontakter, långt utanför stadens gränser.

Ä startade någon gång runt 1980, 1981 som en enskild firma men ombildades till ett aktiebolag i början av 2000-talet. Som företagare arbetar Ä ”för mycket”.

- *”Ja jag börjar väl 8 på morgonen eller någonting sånt och man är sällan hemma före sju på kvällen.”*

Ö – en ”vilande” husarkitekt

Ö, startade som enskild firma för ungefär tio år sedan, men är sedan ett par år ett aktiebolag. Personen bakom Ö är husarkitekt. Ö har i dagsläget ingen verksamhet i sitt företag. Bakom beslutet att låta företaget vila låg bland annat ett önskemål om att flytta till en ny stad (verksamheten var tidigare förlagd till Stockholm) samt en önskan om att jobba med planering, vilket Ö fick möjlighet att göra inom ramen för en anställning. Om rätt anledning infinner sig kan det hända att Ö återupptar företagande mer aktivt igen.

Om sina kunder säger Ö så här:

- *”Det har varit väldigt olika. Om man är en så blir det lätt så att det man kör helt och hållet i sitt eget företag blir ganska små projekt /.../. Jag har inte jobbat så mycket med privatpersoner för det undviker jag gärna, men uppdrag som kanske inte är så personalkrävande helt enkelt /.../. Sen har jag tagit in dom som suttit omkring mig som underkonsulter när jag har behövt hjälp precis som dom har tagit in mig. Och sen har jag gjort så att när jag velat jobba med större projekt då har jag haft avtal med ett eller flera stora företag.”*

Ö har försökt hålla sig till en normal 40-timmarsvecka men periodvis har det pendlat och legat mellan 40 och 60 timmar i veckan.

Kvantitativ sammanfattning

Tre av de intervjuade bedriver en enskild firma. Fyra driver ett aktiebolag och ett är en ideell förening. Fem av de intervjuade uppger att de arbetar mer än 40 timmar i veckan (40 – 60 timmar). Ett företag bedrivs på hobbybasis. Fem företag är ”soloföretag”. Samtliga företag har varit verksamma i cirka tio år eller mer.

Redovisning av företagarnas svar

Kontakter med näringslivsfrämjande organisationer

V har, tillsammans med andra, bildat en ekonomisk förening. I samband med det var V i kontakt med Coompanion. Denna kontakt upplevde V var väldigt bra. V har också varit i kontakt med länsstyrelsen.

- *”Sen är det ju då länsstyrelsen och nu vet ju inte jag vad dom heter men det är ju /.../ det är ju för kvinnor.”*

Företag W har haft lite kontakt med länsstyrelsens näringslivsavdelning. Där har W sökt och beviljats utvecklingsstöd. Vid en kontakt med ALMI blev W direkt hänvisad till banken med motiveringen ”Vi (ALMI) är så dyra...” Utöver dessa kontakter upplever W att det inte finns någon naturlig ingång till näringslivsfrämjande aktörer. W säger sig också sakna tillräckligt med kunskaper om dem.

X har haft kontakt med länsstyrelsen, bland annat för att söka investeringsstöd till den planerade torpverksamheten. Idén om att bygga på det som fanns i närheten av jordbruket uppstod i samtal med en representant från Hushållningssällskapet.

- *”Istället för att bygga upp något helt nytt, bygga ett nytt spa-hotell uppe på gårdet tillexempel och låna upp några hundra miljoner, då tar man det man har och då var det dom här husen och så var det omgivningarna, framför allt husen. Kåken där borta, den röda, den hyr vi ut och får pengar på /.../ så har vi torp nu som vi har börjat på med och söker investeringsmedel /.../. Så det är också ett sätt att försöka utnyttja dom sakerna som finns här.”*

Om kontakterna med länsstyrelsen säger X följande:

- *”Länsstyrelsen, det har vart mest när jag sökte investeringsstöd /.../ men då borrar man mer med en tjänsteman som ska tala om att så här ska du göra för att söka stöd, det här får du stöd till, inte det där. Det har inte varit så utvecklande /.../ utan det har vart mer: Så här måste du göra för att få stödet. Gör du så där så blir det inget.”*

Y säger sig först inte ha haft någon specifik kontakt men sent i intervjun framkom att Y, i samband med att webbradion för tung trafik skulle dras igång, hade kontakt med ALMI för att ta ett mikrolån. Om kontakterna med ALMI säger Y följande:

- *”Jättebra, fungerade skitbra från första kontakten tills vi hade pengarna på kontot. Men sen har inget hänt och det förvånar mig. Jag får lite mejl undan för undan om olika typer av träffar och så men det har inte varit något som direkt har passat in i sammanhanget. Men jag har i alla fall haft mejlkontakt med dom och ifrågasatt det här positiva mötet från början men sen då – ingenting, ingen uppföljning. Ingen har frågat hur det gått för oss och hur ser det ut och har pengarna kommit fram. Inte ett ljud alltså, det är jag mycket besviken på.”*

Utöver kontakter med ALMI har Y haft kontakt med arbetsförmedlingen. Detta med anledning av de anställda Y har på lönebidrag.

Företagare Z nämner ett medlemskap i ett lokalt företagarnätverk som svar på denna fråga. Men Z har också haft kontakt med länsstyrelsen angående möjligheter att få bidrag i samband med en satsning på kvinnor på landet. Så här berättade Z om detta:

- *”Det var jag för länge sen, när jag skulle börja, för då kunde man för kvinnor på landet få något bidrag, men då var det så här, att då skulle man få bidrag för marknadsföring men jag sa, att det är jag jättebra på, det sköter jag själv, det behöver jag inget bidrag till för jag ville ha bidrag till, ja då skulle jag ha keramikundervisning och sånt där, så jag köpte in två drejskivor och ugn och en massa såna saker och stafflier och målargrejor /.../ det var inte så mycket, det rörde sig om fem tio tusen så då tänkte jag, nej då får det vara med bidrag, så jag har inte sökt något bidrag sen dess.”*

Även om det var länge sedan Z hade denna kontakt med länsstyrelsen säger Z så här om kontakten:

- *”Det var ju då den där första kontakten och den tyckte jag var byråkratisk eftersom dom inte tog hänsyn till det som man kunde och behövde utan bara körde sitt eget som dom själva hade bestämt att jag skulle behöva. Det är bättre att ta reda på vad folk behöver för att lansera sitt så att man kan stötta där det fattas.”*

Företag Å har inte haft mycket kontakt med näringslivsfrämjande aktörer. Initialt fick Å mycket stöd från kommunen och Å fick också glesbygdsstöd (från länsstyrelsen trodde respondenten). En ny kontakt har tagits med länsstyrelsen med anledning av att verksamheten kan komma att utvecklas de närmaste åren. Kontakterna med länsstyrelsen har Å upplevt på följande sätt:

- *”Jag har nog uppfattat dom rätt bra, inga direkta invändningar. Vi har fått rätt bra stöd och support sen har vi ju inte alltid fått pengar men det är ju liksom steg två. Kan tycka att dom är lite otillgängliga sådär, man lyfter inte på luren bara och frågar kan det här vara nåt och så. Men det kanske är erfarenhet, att man vet att man ska ha en plan, det ska vara nytt och det ska vara alla ingredienser innan man lyfter på luren. Men gör man det så har vi nog fått ett bra bemötande.”*

Å har även varit i kontakt med ALMI och med banker. Kontakterna där har också fungerat bra även om Å upplevt att ALMI och banken är beroende av varandra:

- *”Det är alltid någon som ska säga ja först. Om en säger ja så hänger den andra med/.../. Banker trodde inte (på idén), ALMI trodde inte (på idén) men sen var det så att när banken gick med så gick ALMI med så /.../ så fick vi låna där och där.”*

Företag Ä har inte haft någon kontakt med någon av de så kallade näringslivsfrämjande aktörerna förutom med banken.

- *”När det gäller investeringar och sånt där då är jag lite gammaldags, då vill jag gärna finansiera mina egna grejer /.../. Det var likadant när jag köpte den här maskinen. ... och så var det någon som sa: ta det på avbetalning så jag pratade lite med banken då. Det var bara det att banken här inte var van att göra avbetalningshanteringar med vår leverantör så jag blev så trött så jag sa, vi lägger ner den här skiten, vi betalar allt kontant i stället, det är bättre. Alltså det är lite fyrkantigt kan jag tycka ibland, så jag vet inte, men det kanske är jag som är fyrkantig, jag vet inte.”*

Företag Ö har haft kontakter med Vinnova, bland annat för att söka utvecklingsstöd för speciella projekt. När företaget startade gick Ö också ”någon starta eget kurs”. Om kontakten med Vinnova säger Ö så här:

- *”Ja just den kontakten var väl inte så positiv tycker jag, för jag förstod på något sätt att det var svårt att hamna i rätt fack där. Jag kan ta ett exempel på vad vi skulle göra. Vi skulle utveckla lekplatser, vi var tre stycken som satt i en kontorsgemenskap då, jag och två stycken inredningsarkitekter, och då sökte vi stöd /.../ Vi hade kontakt med några företag som eventuellt skulle kunna producera i ett senare skede men i första hand så sökte vi en slags förstudiepengar för att kunna lägga ganska mycket tid på att kunna hitta några alternativ till det som finns idag och då förstod vi, när vi hade fått respons, att det var, vad ska man säga, det var inte tillräckligt produktfokuserat från början /.../. Hade det varit att vi skulle utveckla en ny gunga så hade vi kanske fått pengar men det var just det vi inte ville göra utan vi ville; så som trenden är idag så går man mer och mer från utrustning till att platsbygga och utnyttja platsen och det är mycket sånt man jobbar med, natur och sten och terrängen och sen lägger man till några saker och det försökte vi att göra. Det var väldigt svårt för dom att förstå för det gick inte omsätta så där direkt i någon slags /.../ man skulle kunna producera det. Det var en kontakt jag hade med dom. Sen har jag väl haft några fler såna kontakter men, ja det har varit lite trögt tycker jag faktiskt. Det har det.”*

Kvantitativ sammanfattning

Fem av de intervjuade har varit i kontakt med länsstyrelsen. Tre har varit i kontakt med ALMI. Ett företag har varit i kontakt med Coompanion och ett med Vinnova. Därutöver nämner ett företag en kontakt med Hushållningssällskapet, ett en kontakt med arbetsförmedlingen, ett kontakt med den aktuella kommunen och två kontakter med bank.

Möjlighet att leva på sin verksamhet

Idag känner V av lågkonjunkturen och de senaste tre åren har det varit ganska omöjligt för V att leva på sin verksamhet. För inte så mycket som för tio år sedan kunde V göra det.

- *”Företagen måste ju spara in och vad sparar de in på, jo det är ju såna kostnader som inte är fasta, som kan vänta, och det blir ju konst och det märks ju väldigt mycket.”*

W däremot har försörjt sig själv och sina medarbetare helt och hållet sedan starten för tio år sedan. Också X säger sig ha klarat sig hyfsat bra ekonomiskt på sin verksamhet. Personen som representerar Y är pensionär och arbetar enbart på provision för Y, utöver att han har en liten fast summa för chefsansvaret. Så här säger respondenten om förutsättningarna att leva på verksamheten:

- *”När jag började med det här så satte jag mig ner och gjorde en kalkyl på hur mycket man skulle kunna sälja. Jag konstaterade att det inte finns underlag för att sälja så mycket så att man kan dra ihop en årslön. Däremot satte jag då en tid för hur mycket jag skulle jobba. Sen är det inte så heligt för mig det är ju roligt som sagt va det är ju en lite udda /.../. Så att det där med tider och timmar och vad det blir för timersättning det räknar man aldrig på, så därför är vi väl lite udda kan man väl säga. Men det är klart att vi skulle ju inte kunna driva runt den här organisationen om vi skulle betala fulla löner till alla, det ginge inte alls. Vi kan fungera tack vare dom lönebidrag vi får. Och skulle vi inte få det då kunde vi inte vara så många som kunde jobba och då kunde vi inte göra så mycket radio heller.”*

Z säger sig ha drivit företaget mer som hobby än för att kunna leva på verksamheten. Företag Å säger sig kunna leva på företagandet och utöver de två delägarna är det ytterligare tio tolv personer som lever på verksamheten. Också företag Ä säger sig kunna leva på sitt arbete:

- *”Vi har hittills kunnat ta ut marknadsmässiga löner om man så säger, men det är inte något överdåd, det är det inte. Och jag menar, om man räknar timmar, då är det väl som för dom flesta företag, timpenningen kanske inte är så hög, men samtidigt så tycker man att när man har kreativa yrken /.../ då har man ju någon sorts arbetsglädje i vad man ändå gör va och då tror jag inte att man räknar timmar och minuter och kronor per timma på samma sätt.”*

Företagare Ö säger sig ha kunnat leva på sitt företagande men tillägger:

- *”Om man skulle titta på siffrorna dom här tio åren så tror jag att, vissa år så har jag nog undrat, hur fanken har jag kunnat levt på den här summan och vissa år har det gått betydligt bättre.”*

Kvantitativ sammanfattning

Fem av de intervjuade säger sig kunna leva på sin verksamhet. För en är det helt omöjligt idag. En av företagarna har aldrig haft för avsikt att leva på företagandet utan det har bedrivits på hobbybasis. En av de intervjuade säger att om det inte vore för lönebidrag så skulle verksamheten inte kunna existera i den form den gör idag.

Förutsättningar som måste finnas för att kunna leva på/utveckla verksamheten

V skulle vilja göra massor med andra saker men tiden räcker inte riktigt till. Brist på tid återkommer flera gånger under intervjun med V. En konsekvens av tidsbristen är att arbetet med att marknadsföra sin verksamhet får stå tillbaka.

- *”Det är marknadsföringen, det är det stora hela tiden. Det är likadant för oss här. Vi försöker komma ut men ingen av oss alltså, det fattas den där lilla energin och tiden till det där som egentligen är så himla viktigt. Istället så tänker man på att man måste producera nytt, måste göra nya grejer och så där.”*
- *”Det är ju så här att man /.../ har ju en produktionstid. Under den produktionstiden måste det ju komma in pengar på något sätt för man ska klara sina räkningar och då måste jag jobba med annat och då minskar produktionstiden och energin och man orkar inte hur mycket som helst så man sitter lite som en; jag tror många konstnärer konsthantverkare sitter i den här sitsen, det är som en rävsax alltså.”*

Ett önskemål som V framför för att kunna leva på utövandet som konstnär är:

- *”Kanske någon som peppar upp. Man behöver ju ibland /.../ väldigt mycket push /.../ men även, tror jag, utbildning i marknadsföring.”*

Företag W planerar att fokusera på lite andra områden än industrin för att utvecklas vidare. En tänkt målgrupp är mer institutionella uppdragsgivare som inte är så konjunkturkänsliga.

X säger, att för framtiden gäller det att fortsätta att utveckla de delar X redan har. Så småningom tänker X sig att marknadsföra torpverksamheten, både via Internet och med hjälp av turistbyråer.

Y:s initiativ att starta en nationell webbradio har öppnat upp för reklamintäkter från flera nationella aktörer. För att kunna utveckla verksamheten ytterligare efterlyser Y statligt stöd.

Företag Å säger sig ibland ha trott att de kan luta sig tillbaka i och med att de är en etablerad verksamhet, men har med tiden konstaterat att det inte fungerar. Man måste hela tiden vara ”på”. För att möta detta, uppdateras marknadsplanen löpande och inte minst uppdateras husen i vilken verksamheten bedrivs, så att det ska kännas som en ny upplevelse varje gång en besökare kommer dit. För att ytterligare kunna utveckla verksamheten önskar Å bättre kommunikationer, till kommunen och i kommunen, för att underlätta för besökare att komma till dem.

- *”Kommunikationerna till kommunen är urusla från alla håll och framför allt i kommunen. Vi får be våra gäster att gå från busstationen och hit. Det finns inga lokala bussar och det känns inte kul, jag menar, vi har över 50 000 gäster /.../. Det är totalt katastrofuruselt att man inte kan ta sig hit på ett enklare sätt. Det är sånt som kan uppröra en ibland.”*

Företagare Ä framhåller att man som verksam i den aktuella branschen, på en liten ort, inte kan sitta och vänta på arbete. Det gäller att hålla sig framme. Ett stort intresse för teknik och nya möjligheter gör att företaget just nu ser möjligheter i att levandegörande stillbilder på webben, genom att addera till exempel en speakertext eller miljö ljud. Förutom att ta egna initiativ för att utveckla verksamheten kommer Ä med synpunkter på sådant som har med moms att göra:

- *”Det kan bli väldigt otakt på momshanteringen i ett sånt här litet företag för ibland har man ganska stora utfakturerade belopp och då får man ju ligga ute med moms. Det där gör att det blir en ganska konstig historia egentligen, man måste hela tiden tänka på att det här ska ut innan det kommer in. Sådana saker tycker jag är lite fyrkantigt.”*

Ä kommer även med synpunkter på satsningar i form av stöd till starta eget och hänvisar till hur det kan påverka Ä:s egen verksamhet:

- *”Och sen kan jag väl tycka som sådana här starta eget grejer slår lite fel. Nu ska jag inte säga att det är så just nu /.../. Om man som ungdom eller arbetslös får starta eget bidrag på ett halvår eller ett år och så ger man sig in och så startar man en liten verksamhet med porträtt eller foto eller vad det nu är för något och så tar man inte ut någon lön utan man går ut och priskrigar på marknaden och det är ju inget bra. Den typen av åtgärder känns väldigt fel. Då slår man faktiskt lite undan benen på dom som ligger precis på marginalen vilket många gör, speciellt i på mindre orter och för all del även i Örebro /.../ och sånt där tycker jag stökar till det lite. Man åsidosätter faktiskt konkurrenskrafterna lite där. Hur kul är det egentligen då att man ska ställa upp först och ta emot praktikanter och så där och sen, när den där praktikanten har varit med ett tag, då får den plötsligt ganska mycket pengar för att starta en verksamhet som direkt konkurrerar /.../.”*

Ö har idag inga planer på att leva på eller utveckla sitt företag men säger att det skulle kunna bli aktuellt att återuppta företagandet, till exempel om det dyker upp ett projekt som är så pass kreativ och spännande att det inte går att säga nej till.

Sammanfattning

Beroende på situation och verksamhet har företagarna olika tankar om, och strategier för, vad som behövs för att fortsatt kunna leva på och utveckla företaget. Begränsningar för utveckling som nämns är brist på tid, avsaknad av statligt stöd, arbetsmarknadsåtgärder i form av starta-eget-bidrag, nuvarande momsregler och brister gällande kollektivtrafik. Flera framåtsyftande initiativ ges det exempel på: mera marknadsföring, söka nya kundgrupper, utveckla befintlig verksamhet och möjligheter med ny teknik.

Initiativ, om några, till samarbete med andra företagare i syfte att utveckla verksamheten

V har, tillsammans med tre andra företagare, startat en ekonomisk förening. Alla (utom kanske en som är ganska ny) i föreningen har en enskild firma. De lägger var och en, en viss pott till förening, som betalar lokalen. De delar också på andra räkningar. En tanke med föreningen var att ingen av de som ingår skulle behöva stå som juridisk person när det gäller hyreskontrakt eller sådana saker.

- *”Ja /.../ vi jobbar jättebra ihop och hjälper varandra och så /.../ men vi skulle önska att vi kunde göra mer tillsammans. Vi har gjort en del /.../ utställningar, marknadsföring och sånt.”*

Företag W har ett upparbetat nätverk med samarbetspartners i hela Sverige som anlitas vid behov av specifika kompetenser som inte finns i företaget. W är också medlemmar i ett lokalt företagsnätverk. Brist på tid begränsar deltagande i ytterligare nätverk.

- *”Man är liten och man har inte så mycket tid över till sidoaktiviteter, man får begränsa sig där, passa sig noga där som företagare och inte vara med på allt. Även om man vill. Man får sålla.”*

Y är stolta över det samarbete de har med Vägverket. Rätt trafikinformation vid rätt tidpunkt ska gå ut till framför allt yrkestrafikanter. Y är medlemmar i en lokal företagarförening och har också varit i kontakt med BNI, ett nätverk för affärer. Så här säger Y om detta:

- *”Jag har varit på ett par möten med en intressant nätverksorganisation som heter BNI och det är klart att där knyter man mycket kontakter med personer och grupper som vi kan ha nytta och intresse av men det kostar mycket att vara med där, 9000 är lite för mycket...”*

Z har under inom ramen för sitt företag samarbetat med andra företagare. Under en tid då företaget hade en ateljé i Wadköping i Örebro, marknadsförde Z sig tillsammans med andra företag.

Å, som har turister som en viktig målgrupp, arbetar mycket i turistiska nätverk. För närvarande är samarbetet med ”det turistiska” starkare med nätverk i det intilliggande länet än vad det är i Örebro län. Samarbetet med ”det turistiska” i Örebro län är något Å säger sig sakna.

- *”/.../ turistiska nätverk som går ut och marknadsför länet på mässor och i broschyrer och what ever, men så har Örebro blivit så splittrat./.../ Vi tyckte det var en jättefördel i början, liksom dubbla möjligheter att komma ut i Sverige, men på örebrosidan har det mer eller mindre dött helt och hållet vilket är jättesynd.”*

- *I Värmland är det regionförbundet, som håller i Visit Värmland. Sen är det väl lite så att turistbyrån här i staden har väl /.../ allierat sig mer med Värmland och det kanske gör då att vi i näringen hänger med på samma sätt. Sen är det ju så att man har alldeles för mycket att göra så är det någon som tar ett bra initiativ så hänger man på det. Tar dom inget initiativ från örebrohället så söker man inte upp det, man letar inte så intensivt. Men det är synd för Örebro är en jätteviktig marknad för oss, jätteviktig.”*

Över tiden har det sett olika ut för företag Å vad gäller samarbete med andra:

- *”När vi startade så var vi väldigt aktiva och tyckte samarbete är ett måste och det tycker jag fortfarande, men det visar sig att det i en kommun som inte har så mycket erfarenhet av turistisk verksamhet och samarbete, så var vi dom drivande hela tiden och till slut orkar man inte /.../. Det är ungefär som flyttfåglar, man orkar inte ligga längst fram hela tiden, så då lägger man sig längre bak och då stannar det av lite grann. Nu har vi genom åren fått väldigt bra hjälp genom turistbyrån. De har startat ett nätverk för alla oss som jobbar turistiskt i kommunen så att vi ses regelbundet och så där så dom har väl tagit över. Men det är få som knackar på dörren till oss och säger hej kan vi få samarbeta.”*

Ä:s samarbete med andra företag är begränsat:

- *”Nej, faktiskt inte. Det är nog lite vår egen förskyllan faktiskt att vi inte har sökt den kontakten. Faktiskt så vi har nog inte så mycket nätverksbygge. Vi har några kontakter som vi /.../ när vi behöver ha in en skribent och den typen av tjänster, det har vi, men det är mera bekantas bekanta och gamla relationer som man har haft, som har jobbats i tidningsvärlden lite så...”*

Som arkitekt arbetade företag Ö, både tillsammans med och som underleverantör åt, flera företag. De första fem sex åren hade Ö, tillsammans med andra, ett gemensamt aktiebolag, som ett slags paraplybolag. I första hand hade de det för lokalen men också för gemensam profilering. En erfarenhet av detta är följande:

- *”Det är verkligen så att har man ett AB tillsammans och sen om man ska göra slut någon gång, det kan vara mer besvär än vad man tror.”*

Sammanfattning

Samtliga företagare säger sig samarbeta med, eller ha tagit initiativ till samarbete med, andra företag i någon omfattning. För soloföretagarna verkar det ha varit nödvändigt att samarbeta med andra för att kunna åta sig en del av de uppdrag man haft. I några fall har syftet varit att kunna marknadsföra sig gemensamt med andra. Brist på tid är en av de anledningar som förs fram som en anledning till att man inte mera aktivt söker samarbeten med andra.

Medskick till KRUT-projektet; vad skulle underlätta din verksamhet

V skickar med en hälsning med önskemål om förändrade regler för moms:

- *”Det borde förändras lite det här med momsen, det ska bort bland annat det här med momsen för galleristerna och återförsäljarna; det tar så mycket från oss. Den är ju inte hög /.../ jag tror att den är 6 % men /.../. De (gallerierna) tar ju större provision från oss än vad de gjorde för tio år sen för att täcka upp det där och i och med att de gör det så blir det liksom lite extra. Det blir ju så att en gallerist kostar mellan 30 och 50 procent i provision och det är inte så lite det på en målning.”*

V ser också gärna en förenkling av regelverket beträffande de olika momssatser som rör V:s verksamhet.

W skickar med ett önskemål om att det ska arrangeras större arrangemang, där ungdomar engageras och framhåller att stora arrangemang kan ge spinn-off-effekter för företagen:

- *”Jag vet inte riktigt hur dom (i KRUT-projektet) skulle kunna skapa tillväxt men det är klart att det gynna projektidéer och utvecklingsstrategier som handlar om större evenemang, olika typer av uttrycksformer, där man också involverar ungdomar, det skapar ju sen väldiga spinn-off-effekter mot företagen. Då blir man involverad i en sådan grej och då tvingas man /.../ skärpa sig och göra sitt absolut yttersta och man får göra nya saker som man inte har gjort.”*

Företagare X:s medskick handlar om att lyssna på de som lever på sin kreativitet och hjälpa dom med det de säger sig behöva hjälp med:

- *”Säkert ingenting nytt men det är väl att man tar reda på vad dom som håller på tycker är flaskhalsen i sin verksamhet, för få av dom som håller på med det här lever ju på det. Man kanske kämpar med nått hantverk, med någon butik, men det tar ju mycket tid att skapa. Och ska man marknadsföra det hela. Då kanske man behöver hjälp med det. Om dom här personerna känner att det tar för mycket tid att hålla på med andra saker, istället för själva skapandet /.../ då hinner dom inte med; Det kan vara ekonomiska frågor, det kan vara lokal, det kan vara sånt med praktiska saker /.../. Att man ser till att man smörjer dom ordentligt så att dom kan hålla på för skapandet tar mycket energi om man ska känna för det. Alla behöver få hjälp med kringstrukturen på nått sätt.”*

Innan X kontaktades för en intervju kände X inte till KRUT-projektet och framförde att han tyckte han borde fått veta tidigare att projektet fanns. Ett nyhetsbrev om KRUT skulle kunna ha varit ett sätt. X hade också synpunkter på broschyren (den gamla) som X fick per brev inför intervjun:

- *”Det här (tar upp den gamla broschyren) det här vet du, har sett ut som väldigt mycket material som jag får om saker som är lite perifera för mig. Mycket ord och mycket väsen för lite handling. Jag hade nog tänkt så; i nästan hela skriften, när jag läser, tänker jag att vem har nytta av det här...”*

Y:s tankar handlar om ekonomi:

- *”Jag hoppas ju att det här ska kunna bidra till att underlätta för små och kreativa verksamheter att kunna utveckla sig och det handlar ju mycket om ekonomiska realiteter. Det är ju det som ligger i botten på allting, har man inga pengar kan man inte utvecklas.”*

Inför intervjun hade Z tittat igenom broschyren (den gamla) om KRUT-projektet, och i sambande med det noterat ett eget önskemål om flera utställningsplatser där kreatörers alster kan visas upp:

- *”Jag skrev här, fler öppna utställningsplatser för amatörer tycker jag. Jag skulle vilja att man hade en utställningslokal inne i stan, eller på stan, eller kanske i gamla stan, där man kunde hyra in sig veckovis /.../. Det skulle finnas ett ställe där man kunde få hjälp /.../. Att dom, KRUT eller Nutek eller olika, att dom hjälper fram dom som inte har gått konstskolor för det är ju så här att bedömarna, att har man kommit så långt att man vill ställa ut sina tavlor, eller andra tycker att man ska göra det, då är det ju i alla fall en bild och då är det ju någon som tycker om det.”*

Å önskar dialog och att de som företagare, tillfrågas bland annat om hur många gäster de har och om hur verksamheten i övrigt går:

- *”Det är framför allt att just i de här frågorna (om hur kollektivtrafiken ska gå) så frågar man aldrig oss som har besöksverksamhet. Nej jag har aldrig nånsin blivit tillfrågad om hur mycket gäster vi har eller om när de vill åka /.../. I början var man så väldigt mån om oss och så där. Nu bryr man sig inte. Nu är det så självklart och det kan ibland störa mig, när vi idag har så stor viktigt näring i kommunen, att det inte är någon som bryr sig. Det är ingen som kommer och frågar: hur mår ni egentligen eller ska ni /.../. Vi kanske flyttar till Örebro nästa vecka. Det vet ju inte dom. Och hur påverkar det kommunen? Jag tycker kanske att man kan ha lite förutsättningslösa diskussioner om: vad händer för er och är det någonting som skulle underlätta eller så.”*

Ä:s medskick handlade om att underlätta lite av offentliga upphandlingar och ett önskemål om att uppvärdera ensamföretagare:

- *”För småföretagare, för oss, är ofta upphandlingarna så krångligt skrivna, där skulle det förenklas lite.”*
- *”Ensamföretagare sätts lite på undantag. Är det bara du? Som att det skulle vara så bara, så känns det faktiskt. Jag vet inte hur det är i andra länder men engelsmännen har ett uttryck, ”self employed”, som är ganska bra; Självanställd på något sätt. Jag tror att man skulle behöva bygga upp statusen lite där.”*

Ö:s medskick till KRUT-projektet handlar om att ”berätta hela sanningen” när det arbetas för att flera ska starta företag. Ö framför också önskemål om regeländringar:

- *”En sak som jag tycker är jätteviktig det är att när man går ut och ”pushar” på om att man ska starta fler företag så tycker jag att man måste vara väldigt noga med att ge hela bilden om vad det kan innebära att ha ett företag /.../. Jag tycker också att det handlar väldigt mycket om hur dom olika systemen ser ut när man driver ett företag, vad det är man ska hantera egentligen när det gäller skatt och moms och arbetsgivaravgifter och allt det där /.../ det är ju ja alldeles för komplicerat helt enkelt. Det är betydligt mer komplicerat att driva ett företag än vad dom allra flesta tror. Nu behöver man ju inte få reda på precis hela sanningen för då kanske man aldrig vågar starta men jag tror att det absolut bästa man skulle kunna göra, det vore att förenkla reglerna och det gäller inte minst aktiebolag, som jag tycker är den bästa formen. Jag måste till exempel, även fast jag har mitt företag vilande, lägga 10 000 om året på en revisor som bara skriver under vad min bokföringsfirma har konstaterat. Har man ett AB då är det ordning och reda men det är onödigt komplicerat om man är fåmansföretag så att där skulle man behöva ha något som ligger mittemellan. Enskild firma är alldeles för riskabelt och AB är alldeles för trögt.”*

Sammanfattning

Det är viktigt att påminna om att företagarna som intervjuats hade en mycket begränsad, om ens någon, kännedom om KRUT-projektet vid tidpunkten för intervjuerna. Deras medskick till KRUT-projektet ska läsas mot bakgrund av detta. Flera förslag rör strukturer och regelverk som påverkar företagandet, såsom moms, syn på ensamföretagaren och regler för olika företagsformer. Regler för offentlig upphandling föreslås bli enklare. Andra förslag handlar om att arrangera större evenemang som i sig ger spinn-off-effekter för företagen och om att skapa arenor där kreatörer kan visa upp sina alster. Önskemål om att man ska lyssna på de verksamma i kreativa sektorn och ta hänsyn till deras behov och önskemål framförs också.

Övriga synpunkter och kommentarer

Utöver svar på frågeställningarna framkom en hel del synpunkter och kommentarer. Några av dem har jag valt att redovisa nedan.

V förstod inte riktigt vad projektet skulle leda till och X hade följande kommentarer apropå det material som skickats ut inför intervjun:

- *”När jag läste det här första A4 då försökte jag lista ut vad det är. Jag kunde inte utav det här lista ut vad det handlade om. Även den här (tar upp lilla broschyren – gamla) broschyren om /.../ vad den kreativa sektorn handlar om; begreppet kreativa sektorn, jag förstår inte hur man kan lägga beslag på det sättet – den kreativa sektorn det är alltså en sektor /.../. Dom som ska läsa det här bör kanske vara med och utforma det lite grann. Nu skulle jag läsa det här, men om det här vänder sig till folk som är mer tjänstemannakaraktär och är hemma i språket så är säkert språket relevant men kommer man nu till en sån som mig, ja då, mycket går förbi mig, jag hajjar inte vad det står egentligen.”*

W skickar med en idé om att samlas kring ett eller flera länsarrangemang där länets resurser i form av kreatörer synliggörs:

- *”Växla upp det och gör någon form av happening som är länsöverskridande eller länsförbindande. Det kan jag inte se just nu direkt men det borde väl gå att hitta någonting sådant. Eller gör ett länsarrangemang. Dom behöver ju inte utgå från att det ska ske framför slottet i Örebro hela tiden, utan man kanske ska göra ett evenemang som sker på olika ställen för att så att säga visa upp den bukett som finns så man kanske gör fyra evenemang, ett /.../ i norr ett i mitten ett i söder och så visa på att här i länet har vi de här resurserna de här möjligheterna.”*

X påpekade vikten av att de som är kreatörer, verkligen ges förutsättningar att skapa:

- *”Ja för att få till allt behöver man ju ha dom här delarna men då känns det som att den som står för själva skapandet det är ju den som är den viktiga annars finns det ju inget att marknadsföra. Om man har en jättebra infrastruktur med boende, med kartor och allting till smeder, till hantverk och till målare men de har slutat för att det var för dåliga omständigheter då faller ju hela skiten. Det viktiga är ju att dom som verkligen gör grejerna, att dom orkar och kan hålla på, för då kan man ju bygga det här andra, boendet och ätandet runtom, men det antar jag är en självklar tanke för dom som håller på med det här för om dom vacklar då brakar ju hela idén.”*

Y, som sedan tidigare inte var bekant med begreppet kreativa näringar, tycker att det ska bli intressant att se vad projektet mynnar ut i och hänvisar till att det i det utskickade materialet står att det ska kunna medföra att det kan bli förändringar. Inte heller företagare Z sa sig vara bekant med begreppet sedan tidigare och konstaterar, med ett skratt, följande:

- *”/.../ att många tycker att jag är kreativ men att jag var en egen sektor det visste jag inte, och det är väl inget som jag slutar med för jag menar att sån är jag ju, man kan ju inte bli någon annan.”*

Representanterna för företagen Å, Ä och Ö sa sig inte heller vara bekanta med begreppet kreativa näringar sedan tidigare.

På följande sätt kommenterar Ä varför de inte haft kontakt med länsstyrelsen:

- *”I och med att vi inte har några anställda så är det inte riktigt samma, tror jag. Jag tror det är lite där det styrs; man förutsätter att alla företag ska växa och bli större. Den attityden tycker jag att man får från myndigheterna uppifrån va. Det är alltid så att man ska växa och bli stor, man kan inte riktigt se det här till att vi har ju faktiskt skapat två nya arbetstillfällen i och med att vi har sagt upp oss ifrån våra gamla jobb och nu försörjer vi oss själva. Det är våran ambition, det räcker för oss. Vi har ingen ambition att vi hela tiden måste växa och bli större. Givetvis vill vi tjäna lite mer pengar, på hyggliga nivåer, utan att jobba ihjäl oss, men vi har ingen ambition att bli tio anställda, absolut inte. Då tycker jag att man skulle kunna uppmärksammas också för att man på något sätt klarar sig själv.”*

Följande synpunkter från Ö får avsluta denna redovisning:

- *”Det var en sak jag tänkte på, med erfarenhet härifrån, /.../ det här hur, och i vilken omfattning, man utnyttjar människor från den här kreativa sektorn /.../ det är ju väldigt väldigt begränsat här och jag tror att man har ett jättebehov av att ta in hjälp utifrån helt enkelt för att hantera problemen på ett smartare sätt, med nya ögon.”*

Avslutande reflektion

Intervjuerna med de åtta företagen har inte bara varit intervjuer med *företagare* utan kanske främst intervjuer med *personer* som är företagare. Under intervjuerna har *personen* och *företagaren* framträtt som tätt integrerade.

De intervjuades engagemang i den egna verksamheten har framträtt tydligt likväl som deras engagemang i frågor rör strukturer och förutsättningar, som på en övergripande nivå, påverkar deras verksamhet som företagare. Hos de intervjuade finns klara uppfattningar om hur olika strukturella förhållanden sippnar ner och påverkar dem som personer och företagare.

De samband mellan strukturer och person/företagare, som de intervjuade ger exempel på, ger stöd för att det fortsatta arbetet med att främja och synliggöra kreativa näringar, har mycket kraft och inspiration att hämta hos de personer/företagare som utgör själva fundamentet för denna sektor.