

Ett bra 2007

För snart två år sedan beslutade vi att prioritera fyra områden som ska ge konkreta effekter på tillväxten i Sverige. Det har gett resultat. Vår första prioritering var att öka tillgången på riskvillig finansiering. Det har vi åstadkommit genom närvaro, synlighet och nya efterfrågade tjänster. Under 2007 ökade Almis utlåning med närmare 20 procent.

Nästa prioriterade område är att öka företagets internationella konkurrenskraft. Här är vårt mål att i samarbete med nationella exportfrämjande aktörer erbjuda ett heltäckande tjänsteutbud riktat mot företag som vill expandera utanför Sveriges gränser. I dessa samarbeten utgör Almi en viktig kanal för att nå ut till företag över hela landet.

Det tredje området som Almi satsar på är att fler idéer ska kommersialiseras. Vårt mål är att antalet idéer som har kommersialiserats med hjälp av insatser från Almi på sikt ska öka till 500 om året. Under 2007 nådde 452 innovationer marknaden.

Det sista prioriterade området är nyföretagandet. För att öka antalet nya företag krävs att Almi förmår ta tillvara på den potential som finns i nya branscher, liksom i ett ökat företagande bland kvinnor och invandrare. Ett viktigt steg för att nå detta mål var samgåendet med Internationella företagarföreningen, IFS, förra året. Totalt startades drygt 4200 företag under 2007, en ökning med 14 procent.

Jag kan konstatera att efterfrågan på Almis tjänster ökade förra året och inom de flesta områden överträffades våra förväntningar. Vi är stolta över verksamhetens resultat. Det sporrar oss till att försöka nå ännu längre.



GÖRAN LUNDEVALL koncernchef



FOTO: GÖRAN STRAND

Att synas på marknaden och få bättre snurr på sommarsäsongen är två av Hans-Ola Thörnbergs och Hamrafjällets utmaningar.

VÅGA VÄLJA BORT

Klimatoron är inget som tär på Hamrafjällets snöklädda toppar. Tvärtom ser framtiden väldigt ljus ut. Med Almis hjälp har Hamrafjellet Lift AB utvecklats till en framgångsrik fjällanläggning, helt rätt i tiden.

Det var mormor och morfar som drog i gång verksamheten redan 1933. 75 år senare är familjeföretaget Hamrafjellet Lift AB en av Sveriges lönsammaste fjällanläggningar. Med 14 liftar, 35 nedfarter, ett stort antal egna och inhyrda lägenheter, fastigheter, kaféer och egen bokningsverksamhet har Hans-Ola Thörnberg, hans syster och deras mamma händerna fulla en stor del av året.

– Det finns gott om utmaningar i en sådan här verksamhet, inte minst att synas på marknaden och investera i rätt saker, säger Hans-Ola. Det är lätt att falla för trender och hoppa på alla tåg, men det gäller att sova och tänka långsiktigt.

Hamrafjellet ingår i det alpina området Tännadalen, som i sin tur ingår i destination Funäsdalen. Från början ägdes området av många små liftägare, som på sextioalet införde ett gemensamt liftkort. Men ännu i början av nittioalet drevs Tännadalen av fem olika företag. Och

det var då Almi kom in i bilden.

– Det var Almi som fick oss att inse att ett samgående vore bra för den framtida utvecklingen, säger Hans-Ola. Almi hjälpte oss med värdering av våra företag och med att besvara alla frågor. Efter en lång process slutade det med att vi köpte två av företagen. Almis insats var avgörande för slutresultatet och de hjälpte oss också med finansiering.

I dag äger Hamrafjellet Lift 85 procent av Tännadalen och under början av 2000-talet utsågs företaget till en Gasell* av Dagens Industri. För Hans-Ola är den stora tjustningen i att driva familjeföretag friheten i att få forma något eget. Och framtiden ser lovande ut.

– Vi investerar mycket i bland annat cykling och klättring just nu för att förlänga sommarsäsongen, säger han. Det känns som om vi lever i rätt tid. Allt fler vill aktivera sig på semestern, och då gärna i fjällen.

TEXT: ANNA-LENA HERNVALL

Hamrafjellet Lift AB

- Familjeföretag som startade 1933 och drivs i tredje generationen.
- En av 140 delägare i Destination Funäsdalen som marknadsför området och stöttar med bokningar och turistinformation.
- Omsättning 2007: drygt 30 miljoner kronor, drygt 100 anställda som arbetar cirka 30 årsverken.
- I företaget ingår 14 liftar och 35 nedfarter, egna och inhyrda boendelägenheter, fastigheter som arrenderas ut, bokningsverksamhet, skiduthyrningar, sportaffär, kaféer och en husvagnscamping.

* Ett gasellföretag omsätter över 10 miljoner kronor, har minst 10 anställda, har ökat omsättningen kontinuerligt de tre senaste åren och minst fördubblat den under samma period. Dessutom måste det samlade rörelseresultatet för de fyra senaste åren vara positivt. Tillväxten ska främst ha skett organiskt och finanserna ska vara sunda.



Fler invandrare startar eget

Intresset för att starta eget ökade kraftigt bland invandrare förra året och allt fler söker råd inför företagsstarten. 3 500 kunder vände sig till Almi och IFS:s rådgivningsverksamhet, en ökning med 36 procent jämfört med 2006. Även antalet nystartade företag ökade under förra året.

Rådgivningsverksamheten resulterade i att närmare 900 nya företag som drivs av invandrare startades.

Pessimism hos bankkontoren

Förväntningarna på den framtida utlåningen har dämpats betydligt hos bankerna. Det visar en återkommande undersökning bland 150 bankkontorschefer som Almi gjort. Varannan bankchef tror inte att utlåningen kommer att öka på kort sikt.

Men på ett års sikt är förväntningarna något bättre, då två av tre tror att utlåningen ökar. 75 procent av bankkontorschefer tror också på en oförändrad eller försvagad konjunktur under första kvartalet.

MED NÄSA FÖR ÄLG

Efter mycket funderande och finansieringshjälp från Almi vågade Per Lindros lämna jobbtryggheten och förverkliga drömmen om en egen älgpark.

– Den hjälp jag har fått av Almi har varit konkret och bra, säger han.

Steget från fast anställning på Skogsstyrelsen till den egna älgparken i Rörbäcksnäs kan tyckas långt. Men inte för Per Lindros.

– Jag har alltid varit intresserad av skog och natur, jakt och fiske, så att starta en älgpark låg nära till hands. Dessutom är jag lite tokig och det måste man nog också vara, säger han.

Redan 1998 när Per och hans familj flyttade hem till Rörbäcksnäs, en liten ort med cirka 200 invånare belägen mellan Sälenfjällen och den

att låna ut pengar på egen hand. Men när Almi trodde på min idé och var villiga att låna ut pengar så nappade även banken.

Inne i parken får besökarna följa med på guidade visningar och komma tätt intill de tre stora bjässarna Gudrun, Gösta och Hannes. Säsong är det i princip hela året, men sommaren ser ut att vara högsäsong. Och besökarna – ja de är oftast turister.

– Jag försöker locka hit de turister som redan befinner sig i Sälen-

”När Almi trodde på min idé och var villiga att låna ut pengar så nappade även banken.”

norska gränsen, dök tanken på att starta en älgpark upp. Men det skulle dröja ända till december 2006 innan älgarna var på plats och Sälenfjällens Älgpark kunde ta emot sina första besökare.

– Först och främst behövde jag ett par år på mig för att våga ta steget, säger han. Och när jag väl bestämt mig återstod att skaffa mark, få alla tillstånd som krävs från länsstyrelsen, bygga själva parken och slutligen att få hit älgarna.

Per fick köpa 25 hektar skogsmark av kommunen och har valt att hägna in ungefär hälften hittills. Att finansiera älgparken, en investering på cirka 1,5 miljoner kronor, var en av Pers första utmaningar.

– Banken var inte intresserad av

området, säger han. Men just marknadsföring är svårt och jag måste bli mycket bättre på att synas och hitta bra samarbetspartners. På sommaren är skidanläggningarna mer intresserade av att samarbeta än under deras högsäsong. Men det är ju framför allt holländare, tyskar och danskar som fascinerats av älgar, så de behöver jag också nå ut till.

Vad är det bästa med att vara egen företagare?

– Att jag får mig själv. Visst är det tryggare att vara anställd och visst finns det många trösklar man måste över. Men att få ett bra svar från besökarna är otroligt roligt.

TEXT: ANNA-LENA HERNVALL



För drygt ett år sedan förverkligade Per Lindros drömmen om en egen älgpark.

Högre överlevnad hos företagen

Andelen nystartade företag som överlever de tre första åren ökar. Enligt färsk statistik från ITPS, Institutet för tillväxtpolitiska studier, överlevde nästan två tredjedelar av de drygt 36 400 företag som startade år 2003 sina första tre år. Allra mest ökade överlevnadsgraden inom transport- och kommunikationssektorn. Men även inom varuhandel, hotell och restaurang, samt finansiell verksamhet och andra företagstjänster ökade överlevnadsgraden.

Ny vd för ALMI Väst

Sara Wallin har utsetts till ny vd för Almi Väst. Sara har arbetat på Almi Väst under flera år, framför allt med personalfrågor och på senare år som vice vd. Hon tillträdde sin nya post efter årsskiftet.

– Mitt mål är att få fler småföretagare att känna till hur Almi Väst kan möjliggöra nya satsningar, såväl när det gäller att starta företag som till att hjälpa ett etablerat företag att ta ett nytt steg i utvecklingen.

Sara Wallin.



Och i dag vill många turister klappa Gösta och hans två älgkompisar.

FOTO: ALEXANDER VON SYDOV



Upplevelser allt viktigare för svensk ekonomi

Upplivseindustrin är ett begrepp som får allt större uppmärksamhet. Och det trots att det faktiskt inte finns någon entydig definition av vad som ingår i den. Enligt KK-stiftelsen är upplivseindustrin ett samlingsbegrepp för människor och företag med ett kreativt förhållnings-sätt som har till uppgift att skapa eller leverera upplevelser i någon form. Men till skillnad från många europeiska länder inkluderar KK-stiftelsen hela turistnäringen i begreppet.

Institutet för tillväxtpolitiska studier, ITPS, har fått regeringens uppdrag att ta fram en definition av upplivseindustrin och samtidigt analysera dess betydelse för Sveriges tillväxt. Resultatet ska presenteras i början av mars i år.

- Enligt KK-stiftelsen står upplivseindustrin för cirka fem procent av Sveriges BNP och sysselsätter ungefär 280 000 personer. Motsvarande siffra från EU-kommissionen är cirka 2,5 procent av Sveriges BNP.
- Turistnäringen i Sverige omsatte år 2006 drygt 215 miljarder kronor, enligt Nutek.
- Sysselsättningen i turistnäringen har ökat med nästan 50 000 heltidsarbeten, eller 50 procent, mellan 1995 och 2006, enligt Nutek. Sysselsättningen inom flera traditionella basnäringar har under samma period minskat.

TEXT: ANNA-LENA HERNVALL

Verksamheten 2007

Förra årets gynnsamma konjunktur fick återigen efterfrågan på Almis tjänster att öka. Utlåningen uppgick till 1,4 miljarder kronor, en ökning med 19 procent jämfört med 2006, och antalet låntagare ökade från 3 000 till 3 300.

Över 2 000 nya företag kom också i gång med hjälp av lån från Almi och antalet lån till innovatörer ökade till över 300.

Bland dotterbolagen stod Almi Örebro och Almi Västmanland för den största ökningen, med en utlåning som mer än fördubblades. I kronor räknat stod dock Almi Skåne för den största ökningen, där den steg med 50 miljoner kronor.

Under året introducerades två nya låneformer, Mikrolån och Exportlån. Mikrolånet är anpassat

för företag med små kapitalbehov där Almi kan vara ensam kreditgivare. Här är andelen kvinnor betydligt högre än annars. Exportlånet är till för företag som har behov av finansiering i samband med en exportsatsning. Båda lånen mottogs mycket väl av marknaden.

Under 2007 genomfördes närmare 4 000 fördjupade insatser

i olika företag. Till exempel förmedling och rådgivning i samband med ägarskifte, analys inför en internationalisering, ledarskapsutveckling i särskilda program, insatser för att utveckla företagets marknad, produktförnyelse genom stöd till företag avseende produkt- och teknikutveckling samt tillförsel av kompetens genom externa styrelseledamöter och mentorer. En del av insatserna genomfördes inom ramen för EU-projekt där Almi har varit ägare och/eller genomförare. Inom affärsområdena Innovation och Nya företag genomfördes dessutom ett stort antal rådgivningstillfällen, både enskilt och grupp.

Kundsvepet

Ett axplock av Almi-kunder

Almi Gävleborg:

"Samarbetet mellan Almi och banken var ovärderligt när vi skulle finansiera företagsköpet."

Urban Sundin,
vd Actor Biljett & Entrésystem

Actor utvecklar och säljer entrésystem för arenor och besöksanläggningar. De har utvecklat en helhetslösning där allt ifrån försäljning av biljetter, souvenirer, mat och dryck, till inpasseringskontroll ingår. Dessutom kan arenabesökaren själv boka, betala och skriva ut sin biljett hemma vid datorn. Företaget startades redan på 1960-talet men vid förra årsskiftet köpte Urban Sundin företaget och fick hjälp med finansiering och nyttiga kontakter av Almi.

Almi Kronoberg

"Utan Almi hade vi inte funnits i dag."

Bengt Nilsson,
vd och delägare Fröseke AB

Redan för 100 år sedan tillverkade Fröseke AB fönsterglas. Sedan dess har företaget klivit vidare och deras möbler passar i dag såväl hallen som sov- och vardagsrummet. Tillverkningen av trämöblerna sker fortfarande i det lilla samhället Fröseke och trots tuff konkurrens från Kina och Vietnam finns det inga planer på att flytta produktionen. Här står miljön i fokus. Bengt Nilsson tog tillsammans med tre kollegor över verksamheten 1995 och Almi var då med och finansierade övertagandet. Sedan dess har Almi även hjälpt till med fler uppköp, utbildningar och verksamhetsutveckling.

