

ALMINYTT

ETT NYHETSREVE OM FÖRETAGANDE OCH TILLVÄXT FRÅN ALMI FÖRETAGSPARTNER

NR 3 • 2008

Perspektiv på bredband

LITEN UPPSTICKKARE SATSAR PÅ SERVICE

Svårt ordna finansiering

ÅLDER OCH UTBILDNING PÅVERKAR MÖJLIGHETERNA

Pinfärsk mjölk från

HEMTRAKTEN

Patrik Evertsson och Emåmejeriet ger Arla en match

Kompletterande finansiering behövs

I den strukturomvandling som ständigt pågår i näringslivet är det viktigt att nya företag startas, med nya och hållbara affärsidéer. Nyckeln till framgång är ett samhälle som kan erbjuda förhållanden som gör det möjligt för entreprenörer med hållbara affärsidéer att förverkliga sina företagsplaner.

Almi har genomfört en undersökning för att bättre kunna förstå de svårigheter som nyföretagare upplever i samband med finansieringen av företagsstarten. Vilka faktorer upplever nyföretagarna själva som betydelsefulla i kontakten med finansierare?

Möjligheterna att hitta finansiering har stor betydelse för nyföretagandet. Så många som 25 procent av de nya företagen lånade pengar vid starten. Samtidigt visar undersökningen att var femte nyföretagare tyckte att det var svårt att ordna finansiering vid företagets start. Unga företagare och företagare med lägre utbildning tyckte att det var svårare än andra grupper. En förklaring kan vara deras ovana och osäkerhet att närma sig finansierare. En annan kan vara att säkerheter för lån är ett större problem för yngre företagare än för äldre. Det här ger oss anledning att fundera på hur Almi kan hitta lösningar som gör det enklare för dessa grupper att starta företag.

GÖRAN LUNDWALL
koncernchef



Konkurrensen på bredbandsmarknaden är stenhård. Men i Öresundsregionen har den regionala uppstickaren Perspektiv Bredband lyckats slå sig in bland de stora.

Fakta Almis insats

Almi Skåne har agerat bollplank och diskussionspartner för Perspektiv Bredband sedan starten år 2002.

För ett år sedan beviljade Almi även en kredit för expansionen i Köpenhamn.

EGET FIBERNÄT och fokus på service genom egna installatörer och service-tekniker är två av Lundaföretaget Perspektiv Bredbands framgångsfaktorer. Företaget erbjuder bredbandstjänster till företag och konsumenter i Öresundsregionen. Den starka regionala förankringen har hela tiden varit ett uttalat mål. Det ska aldrig vara mer än en timme till varje enskild kund. Och det är alltid den egna personalen som kunderna möter.

– Vi vill kunna möta en kund på torgmarknaden en lördag utan att skämmas, säger Mikael Paulsson, mentor och styrelseordförande i Perspektiv. Jag är övertygad om att det lönar sig i längden. Vi är ett sant Öresunds företag och det värnar vi.

Perspektiv tog tidigt det strategiska beslutet att äga sitt fibernätverk.

– Det har inneburit stora investeringar, men vi har å andra sidan

ARE regionen

Vi vill kunna möta en kund på torgmarknaden en lördag utan att skämmas.”

en helt annan frihet att agera än om vi hade hyrt ett nätverk, säger Mikael.

DET HELA BÖRJADE med att företaget byggde Lunds stadsnät, som sedan utvidgades till Malmö och Landskrona. För två år sedan inleddes satsningen i Köpenhamn. Idag når Perspektivs fibernät över en miljon hushåll i Öresundsregionen. Expansionen kring Köpenhamn har skett med hjälp av finansiering från Almi.

Vad är roligast med uppdraget för Perspektiv?

– Entreprenörsandan! Det är lite rörigt, men alla ser möjligheter före problem, säger Mikael.

Har du något råd till andra som är på väg att expandera?

– Håll alltid långivare och finansierare som Almi informerade om både dåliga och bra nyheter. Det är viktigt att vara öppen, säger Mikael.

Och han tycker att framtiden ser lovande ut.

– Utmaningen är att vi är små, men det är både en fördel och en nackdel. Regionalt är vi stora. Och vi har en stor fördel i att vi alltid har nära till kunden.

Nästa stora projekt blir att expandera norr om Landskrona.

JANE AF SANDEBERG

För Mikael Paulsson, styrelseordförande i Perspektiv Bredband, är servicenivån och den regionala förankringen två framgångsfaktorer.

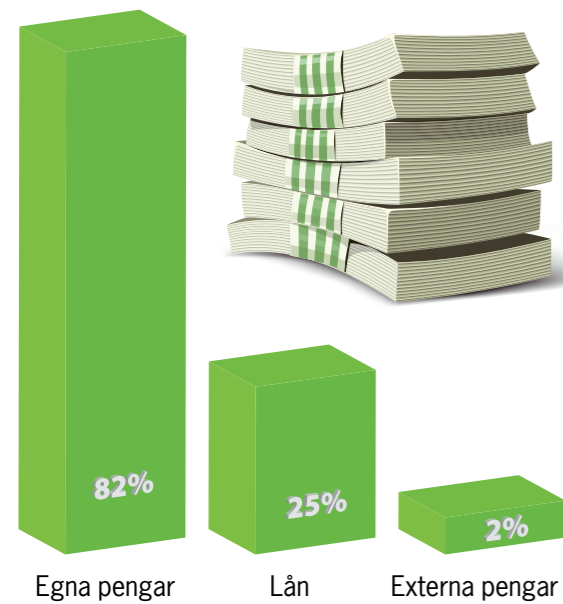
FOTO: PETER WESTRUP



Fakta Perspektiv Bredband

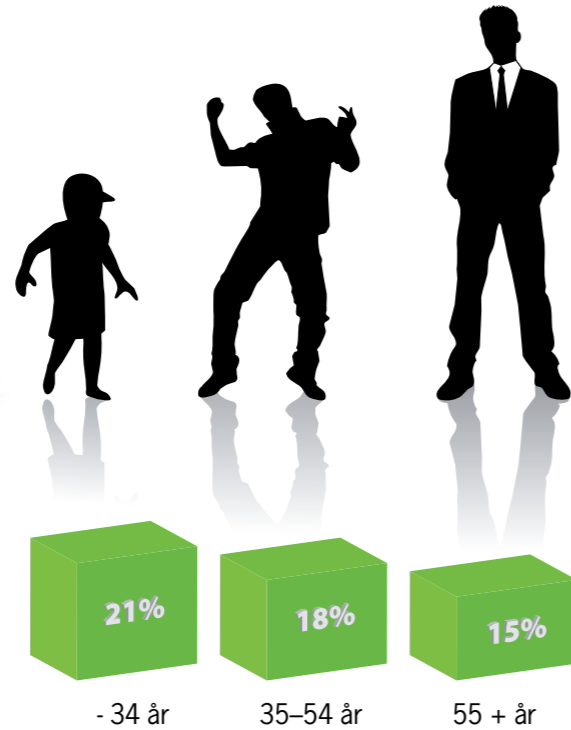
- Grundades år 2002
- Omsätter cirka 56 miljoner kronor 2008/09, en ökning med 30 procent jämfört med följåret.
- Har trettio anställda.
- Har cirka 50 mil egen kabel.

Egna pengar vanligast



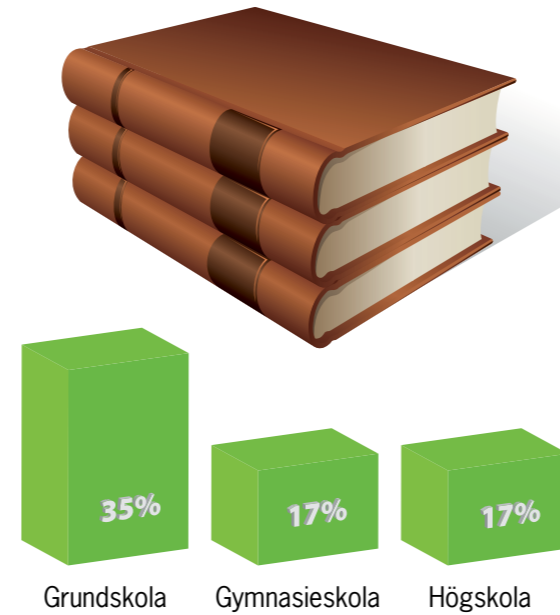
Diagrammet visar hur stor andel av nyföretagarna som finansierade företagsstarten med egna pengar, lån respektive extern investering.

Åldern har betydelse



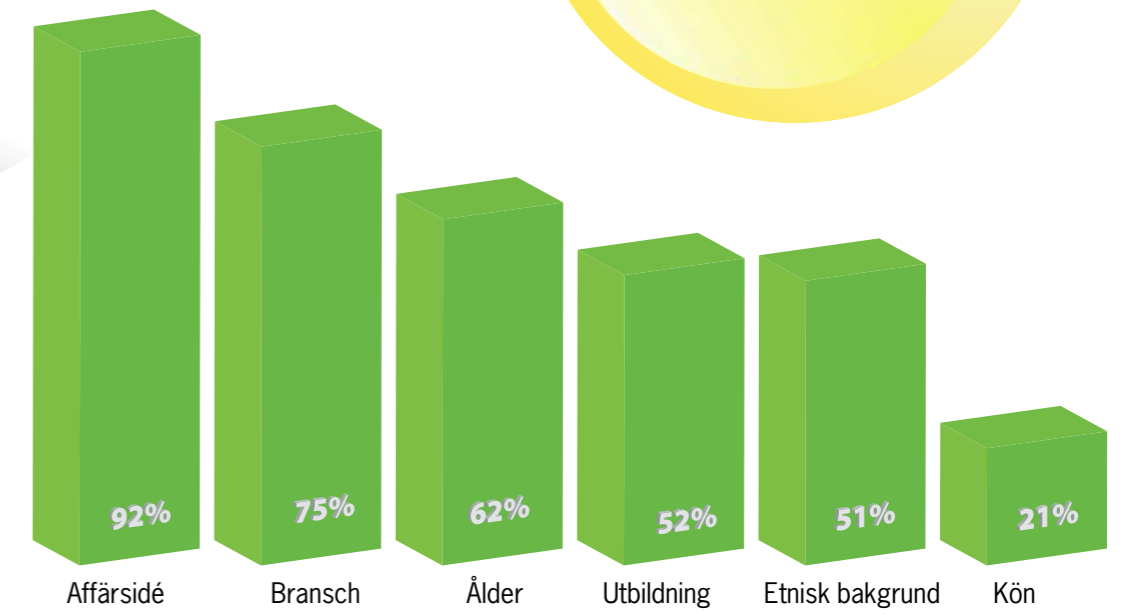
Diagrammet visar andelen nyföretagare, i olika åldrar, som upplevde det som svårt eller ganska svårt att ordna finansiering av sin företagsstart.

Utbildningen påverkar



Diagrammet visar andelen nyföretagare, med olika utbildning, som upplevde det som svårt eller ganska svårt att ordna finansiering av sin företagsstart.

Affärsidén betyder mest



Diagrammet visar hur nyföretagarna värderar sex faktorer betydelse för bankens eller investerarens bemötande.



Lån stärker nyföretagandet

Nästan var femte nyföretagare har svårt att finansiera sitt företag. Det visar en färsk undersökning. Ålder och utbildning är två faktorer som påverkar möjligheterna.

EN VIKTIGT DEL i Almis uppdrag är att bidra till ett ökat nyföretagande. För att göra det på bästa sätt krävs kunskap om företagets vardag och behov. Därför fick undersökningsföretaget Synovate i uppdrag av Almi

att fråga 800 nyföretagare hur de har finansierat sin företagsstart och vilka faktorer de upplever som betydelsefulla i kontakten med banker och andra finansiärer.

Resultatet visar att var femte nyfö-

retagare hade svårt att ordna finansiering till företagsstarten. Fyra av fem använde egna pengar. Och 25 procent lånade pengar.

– Det visar att lånemöjligheterna har stor betydelse för nyföretagandet, säger Lars Mårdbrant, kommunikationsdirektör på Almi.

ENLIGT UNDERSÖKNINGEN är det ingen större skillnad på hur nyföretagare med svensk respektive utländsk bakgrund har löst sin finansiering. Men

det var fler kvinnor som hade lånat pengar till sin företagsstart.

– Det är intressant, fortsätter Lars. Man brukar säga att kvinnor är mindre riskbenägna än män.

Företagarna fick också svara på vilka faktorer de upplever som mest betydelsefulla för att lösa finansieringen. I topp hamnade affärsidén, följt av bransch, ålder och utbildningsnivå. Allra sist hamnade kön.

– Det är viktigt att Almi arbetar för att öka andelen kvinnor bland

nyföretagarna, men undersökningen visar att just finansieringen inte verkar vara beroende av om man är kvinna eller man, fortsätter Lars.

ATT AFFÄRSIDÉN upplevs ha störst betydelse var väntat och visar att Almis insatser är betydelsefulla.

– Men kanske behöver vi utveckla våra insatser ytterligare för att hjälpa blivande företagare att utveckla och presentera sin affärsidé, säger Lars.

Undersökningen visade också att ju yngre företagare, desto svårare är det att ordna finansiering. Detsamma gäller utbildning, ju lägre nivå desto svårare.

– Det kanske inte är så konstigt att den som är ung är mer osäker på hur han eller hon ska bemöta en finansiär, samtidigt som man sällan har hunnit bygga upp något eget kapital, säger Lars. Men det betyder också att vi måste utveckla lösningar som underlättar för unga

företagare, liksom för de med låg utbildning.

Hela 80 procent av de som finansierat sitt företag med externa pengar upplevde att de blivit positivt bemötta av banken eller finansiären. Bara sex procent av de blivit negativt bemötta.

Undersökningen genomfördes i hela riket, och dessutom i fyra utvalda regioner i landet. Skillnaderna mellan regionerna var små.

ANNA-LENA HERNVALL

Fakta undersökningen

Synovate gjorde, under sommaren 2008, telefonintervjuer med 800 företagare som startat sin verksamhet under de tre senaste åren. Företagen hämtades ur SCB:s företagsregister och resultatet redovisades för hela riket, liksom för Skåne, Västerbotten, Västra Götaland och Östergötland.

MER EXPORT OCH BÄTTRE UTLANDSAFFÄRER

Internationaliseringsguiden vänder sig till dig som gör affärer internationellt. Här får du veta var du kan vända dig med frågor om internationalisering, till exempel rådgivning, expertkunskap och finansiering.



På www.internationaliseringsguiden.se finns exporttips.

REKORD I FALSKA FAKTUROR OCH ANDRA BLUFFAR

Aldrig tidigare har så många företag blivit lurade som sommaren 2008. Tre gånger fler än föregående somrar har fått falska fakturor, eller blivit lurade att köpa annonser i falska telefonkataloger och skydd mot kapning av domännamn, eller liknande bluffar. Enligt Svensk Handel beräknas bluffföretagen omsätta minst 500 miljoner kronor om året. Alla typer av företag drabbas och polisen har svårt att hinna med att utreda brotten. Men som företagare ska man ändå alltid polisanmäla bluffen.

GOTT BETYG FÖR MENTOR- PROGRAMMET

Såväl adepter som mentorer är mycket nöjda med Almis och Jobs and Society's program Mentor Eget Företag. Det visar den kundundersökning som Centrum för Marknadsanalys genomförde under juni.

Nästan alla adepter och mentorer kan tänka sig att rekommendera mentorprogrammet till en kollega eller annan företagare. Och fler än nio av tio mentorer kan tänka sig att fortsätta vara mentorer i programmet.

Undersökningen genomfördes även för ett år sedan och attityderna ligger kvar på ungefär samma nivå som då.

– Resultatet, som vi nu nått två år i rad, visar att kvalitetsnivån på vårt program är mycket hög. Det skall bli intressant och roligt och följa alla de företag som har haft en mentor in i framtiden. Jag är helt säker på att vi på många håll kommer att få se en stark utveckling i företagen, säger Jimmy Wikholm, projektledare för programmet.



FÅR SVERIGE
ATT VÄXA

Sverige behöver tillväxt och Sveriges entreprenörer behöver inspirerande förebilder. Därför utser Dagens Industri, DI, sedan år 2000 de snabbast växande företagen i landet - Sveriges Gaseller.

BEGREPPET GASELLER är skapat av den amerikanske forskaren David Birch. Redan på 1980-talet visade han att det är de små, snabbväxande företagen som skapar flest nya jobb, till skillnad från ekonomins elefanter som alltid måste effekti-

visera och ofta minskar sysselsättningen.

För första gången sponsrar nu Almi Gaselltävlingen.

– Det här är helt rätt sammanhang för Almi att synas i, säger Lars Mårdbrant, kommunikationsdirektör

på Almi. Det är viktigt att lyfta fram de mindre snabbväxande företagen och DI:s Gasellkoncept är välkänt och ligger nära Almis verksamhet.

Sponsorskapet innebär att Almi kommer att synas i samband med alla höstens Gasellaktiviteter.



MER RISKKAPITAL

Almi Mitts riskkapitalbolag SamInvest får ytterligare 100 miljoner kronor.

SamInvest, som investerar tillsammans med privata aktörer, har under tre år investerat nära 60 miljoner kronor i 26 utvecklingsbara och företrädesvis unga företag i Jämtland och Västernorrland. Räknar man med investeringar från samarbetspartners uppgår siffran till 125 miljoner kronor.

Det nya projektet ska pågå under sex år och ett 40-tal företag i regionen förväntas få del av pengarna.

– Det är en satsning som får stor betydelse, säger Lars Andersson, vd för Almi Mitt. Vi har drivit processen i vår region och är jätteglada över att Almi har fått förtroendet. Nu hoppas vi att andra regioner följer vårt exempel.

Almi står för 20 av dom 100 miljoner kronorna, Länsstyrelserna i Jämtland och Västernorrland för 15 miljoner kronor vardera och Europeiska regionala utvecklingsfonden för 50 miljoner kronor.

KVINNOR LÄR SIG KÖPA FÖRETAG

De kommande årens många generationsskiften ställer krav på ägarbyten för att företagen ska kunna leva vidare. Därför satsar Almi Kalmar län på att få fler kvinnor att köpa företag.

Under en två dagar lång kurs, kallad "Köpa företag", får kvinnor lära sig mer om värdering, finansiering och hur man hittar ett företag att köpa. Ett antal kvinnor som har övertagit företag kommer också att berätta om sina erfarenheter.

– Att köpa ett företag är en möjlighet som fler kvinnor borde se som ett alternativ till att starta från grunden, säger Ann-Kristin Nilsson på Almi Kalmar län. Fördelen med att ta över ett företag är att startsträckan blir kortare då det redan finns en grund att stå på. De närmaste åren kommer många av landets företagare att gå i pension så det är ett utmärkt tillfälle just nu.

Fler kvinnliga företagsägare är målet med kursen "köpa företag."



Närproducerat lyft för litet mejeri

Bankerna var skeptiska. Andra hade försökt tidigare och misslyckats. Men med Almi som garant och blod, svett och tårar som insats, har Emåmejeriet i Hultsfred lyckats slå sig in på Arlas domäner.

BÖNDERNA PATRIK EVERTSSON och Anders Johansson tröttnade på Arlas avräkningspriser och grundade Emåmejeriet. På så sätt fick de själva kontroll över hela kedjan, från mjölkning till butiksförsäljning. Affärsidén är enkel – närproducerad mjölk från hemtrakten.

”Vi har satt gränsen vid 10 mil.”

– Vi konkurrerar med en mjölk som är max ett dygn gammal, säger Patrik Evertsson. Den säljs inom en radie på tio mil, vilket betyder färre transporter i alla led. Vår mjölk är något dyrare än Arlas, men smakar mer. Kunderna tycker att den är god och uppskattar att den kommer från ett svenskt företag härifrån trakten.

ANDRA MEJERIER HAR försökt men misslyckats och bankerna såg en alltför stor risk i Patriks och Anders projekt. Men 2007, när närodlat hade blivit en kvalitetsstämpel, var tiden mogen för ett nytt mejeri att ta plats. Almi

Kalmar län gillade affärsidén och klev in som garant och bistod med topplånen. Banken följde med och i maj samma år kom den första mjölken ut på marknaden.

– Utan Almi hade vi inte funnits idag, fortsätter Patrik. Det är en riskabel bransch och bankerna tar inga risker. Men vi har lyckats.

Mjölkråvaran kommer till mejeriet från fyra gårdar i närområdet, där ibland grundarnas egna. Därefter processas den, paketeras och packas för att köras ut till butik. Allt sker under loppet av ett dygn. Från att ha sålt 3000 liter mjölk i veckan i början slog Emåmejeriet i somras rekord med 105 000 liter. Ambitionen att utöka finns, men den får inte motverka det unika i verksamheten – närproducerat.

– Vi har satt gränsen vid 10 mil, säger Patrik. Så istället för att växa geografiskt ska vi försöka ta fler marknadsandelar. På sikt vill vi också utöka sortimentet med ost och smör. Men allt handlar om hur mycket vi orkar satsa. Det är slitsamt att bygga upp och utveckla sin egen verksamhet, men väldigt stimulerande.

MALIN GOTTFARB



Fakta Emåmejeriet

- Startade år 2007
- Har sju anställda och fyra anslutna gårdar.
- Kunderna är såväl små restauranger som stora butiker som Domus och ICA Maxi.
- Har 60 procent av marknaden inom fem mils radie och 15 procent av marknaden utanför.
- Omsätter cirka 35 miljoner kronor i år och räknar med att göra en liten vinst.

Fakta Almis insats

Almi var med som garant och finansierade topplånen vid Emåmejeriets start. Därefter har Almi löpande fungerat som ett bollplank och hjälpt till i styrelsearbetet.

33 252

FÄRRE NYA FÖRETAG FÖRSTA HALVÅRET

Nyföretagandet står just nu och väger. Under årets första sex månader nyregistrerades 33 252 nya företag i Sverige. Det är en nedgång med 0,4 procent jämfört med förra året, enligt Nyföretagarbarometern från Jobs and Society.

21

KVINNliga AMBASSADÖRER LEDS AV ALMI

Monica Johansson på Almi Gotland har blivit utsedd till koordinator för de 21 kvinnliga ambassadörer som besöker skolklasser, nätverk eller företag och berättar om sitt företagande på Gotland.

Det är NUTEK som, på uppdrag av regeringen, driver programmet Främja kvinnors företagande där ambassadörerna ingår.

I varje län finns en koordinator som ska vara ett stöd för ambassadörerna genom att bland annat marknadsföra den lokala ambassadören, förmedla kontakter, hantera bokningar och organisera regionala träffar.

Patrik Evertsson och Emåmejeriet konkurrerar med en mjölk som är max ett dygn gammal.



Jannice Rådahl driver Tolkbyrå i uppland och fick ta emot priset "Årets kvinnliga företagare" för sitt mod och sin klokhet.

Uppsala lyfter kvinnliga företagare

Värdet av inspirerande förebilder kan inte nog uppskattas. Just därför har Almi Uppsala instiftat priset "Årets kvinnliga företagare i Uppsala län".

PRIS, SOM I ÅR delas ut för femtonde gången, går till Jannice Rådahl, som äger och driver företaget Tolkbyrå i Uppland AB. Företaget startade 2004, har i dag 10 anställda och omsätter nästan 6 miljoner kronor.

Företagets verksamhet är tolkservice med god kvalitet, först och främst i Stockholmsregionen, Uppsala, Gävle, Västerås och Eskilstuna, men även i övriga Sverige. Tolkningen erbjuds till exempel vid möten, kurser, konferenser, utbildningar, inom

kyrkan och för andra vardagsbehov. Kunderna är högskolor och universitet, kommuner, polisen, domstolar och privata utbildningsanordnare liksom landstingens tolkcentraler. Språken Tolkbyrå tolkar är svenska, engelska och danska.

JURYN MOTIVERADE SITT val med följande ord: "Jannice Rådahl kombinerar framgångsrikt kortsiktig lönsamhet med ett långsiktigt strategiskt tänkande. Hon är modig i affärsmässiga beslut, klok då hon omger sig

med bra rådgivare och fokuserad på kärnverksamheten. Med öppenhet för innovativa projekt och nya möjligheter inom branschen utvecklas verksamheten ständigt. Konkurrensen möter hon med hög kompetens hos sina medarbetare. Insikten att varje tolkning är av avgörande betydelse för kunden driver Jannice att medvetet prioritera kvalitetstänkande. Därmed är Jannice Rådahl som kvinnlig företagare en utomordentlig förebild."

LARS MÅRDBRANT

HALLÅ DÄR!

ELISABETH GAUFFIN, STYRELSE-ORDFÖRANDE I ALMI SEDAN I VÅRAS.



Elisabeth är sedan tidigare bland annat vice ordförande i Lantmännens riksförbund, och ordförande för Kooperationen utan gränser. Hon är också ekologisk mjölkbonde och driver ett lantbruksföretag. **Elisabeth, hur hinner du med?** Jag brinner för att arbeta med frågor kring entreprenörskap, särskilt när det gäller min egen bransch. Är något roligt så hittar man tid. Dessutom finns det ett samband mellan mina uppgifter, så jag

kan ta med mig erfarenheter från det ena uppdraget till det andra.

Vad är din bild av Almi?

Just nu sätter jag mig in mer detaljerat i Almis verksamhet och jag är imponerad av den kunskap och kompetens jag möter. **Vad fick dig att tacka ja till ordförandeskapet?**

Almis engagemang för småföretagare. Det är viktigt att vi anstränger oss för att underlätta företagande.

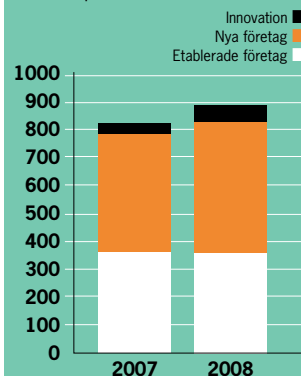
Vad är Almis framgångsfaktor?

Det är viktigt att Almi ligger i framkant och följer utvecklingen i omvärlden, även internationellt. Att Almi finns i hela landet och har regional närvaro och kunskap om det lokala näringslivet tror jag också är betydelsefullt. Sedan finns det en bild av att det är svårt och krångligt med företagande. Här har regeringen satt upp ett mål att förenkla och det är viktigt att även Almi är med och bidrar i det arbetet

FÖRSTA HALVÅRET I SIFFROR:

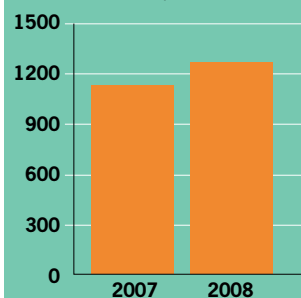
Utlåning, Mkr

Utlåningen per 30 juni var totalt 889 Mkr jämfört med 830 Mkr för samma period förra året.



Nya företag

Per 30 juni ökade antalet nya företag som startats med hjälp av lån från Almi till 1 278 jämfört med 1 171 för samma period förra året.



Mikrolånet, Mkr

Utlåningen per 30 juni var totalt 46 Mkr jämfört med 19 Mkr för samma period förra året.

