

Kulturdepartementet

103 33 Stockholm

Datum
2009-05-19

Vår ref
Thomas Henningson

Er ref
Ku2009/241/KV

Betänkandet (SOU 2009:16) Grundanalys, Förnyelseprogram och Kulturpolitikens arkitektur av Kulturutredningen

Almi Företagspartner AB har beretts tillfälle att yttra sig över rubr betänkande. Vi fokuserar vårt yttrande med utgångspunkt från Almis uppdrag och roll; att främja utvecklingen av konkurrenskraftiga små och medelstora företag samt stimulera nyföretagandet i syfte att skapa tillväxt och förnyelse i svenskt näringsliv. Almis verksamhetsområde täcker hela processen från idé till lönsamt företag. Våra främsta styrkor är närheten till våra kunder som vi har genom den regionala närvaron i form av 19 regionala bolag samt kombinationen av rådgivning och finansiering. Almis operativa verksamhet bedrivs i de regionala bolagen, som ägs av Almis moderbolag (51%) och olika regionala aktörer.

Almi har en marknadskompletterande roll inom rådgivning och finansiering vilket innebär att verksamheten inte skall konkurrera med den privata marknadens utbud av tjänster.

I sammanhanget kan också vara värt att nämna att Almi inom rådgivningsverksamheten bedriver och förmedlar kontakter av mentorer, styrelseledamöter och riskkapital. Innovation och förnyelseprocesser är prioriterade områden liksom internationalisering.

Allmänna kommentarer

Med den kunskap och erfarenhet om företagande som finns samlad inom Almi och det faktum att många av Almis kunder är just Kulturföretagare vill vi lyfta fram följande reflektioner i anslutning till Kulturutredningens betänkande.

Utredningen är av naturliga skäl omfattande och det förs många och långa resonemang om organisationsstrukturer och styrning som tillhör olika kulturområden – men förvånansvärt lite om kulturutövaren och Kulturföretagarens helhetssituation.

Utredningen för en del resonemang om Innovatörer och Entreprenörer (10.3 Kulturföretagande och entreprenörskap) bl a med hänvisning till olika utredningar, framstående forskare och dessa resonemang landar i förslag till myndighetssamarbete och kompetensutveckling samt att regionala och lokala erfarenheter bör tas tillvara i detta arbete. Vi menar tvärtom. Utgångspunkten bör vara vad som faktiskt görs och skulle kunna göras tillsammans med kund, konsumenter och publik, så att också den operativa nivån får en betydligt mer tongivande roll. Det är ju på den nivån som arbetet utförs och olika möten/processer uppstår.

Generellt är vi positiva till utredningens ansatser i Program för kulturpolitikens förnyelse och Målsättningarna. På samma sätt anser vi att det är riktigt att betrakta kulturpolitiken i ett bredare politikperspektiv, inkluderande näringsliv, arbetsmarknad, regional tillväxt och utbildning, en åsikt som vi också tidigare framfört i olika sammanhang. Vi vill särskilt framhålla vikten av stark koppling till Civilsamhälle och Folkbildning samt understryka de potentialer som finns i olika EU-samarbeten.

Utredningens resonemang i avsnittet "Kulturpolitiken som aspektpolitik – samspelet med andra samhällsområden" visar på ett påtagligt sätt hur komplext kulturområdet är och att många olika behov av förändringar/förnyelse föreligger.

Beträffande utredningens förslag om ökat samspel mellan stat, landsting och kommun – portföljmodellen – kan vi konstatera att det föreslagna arbetssättet i många avseenden liknar det samarbete som Almi ägare haft sedan 1994, då Almi bildades. I vårt fall handlar det om en kontinuerlig ägardialog i respektive regionalt bolag, varvid särskilda prioriteringar görs utifrån de olika förutsättningar som föreligger i respektive region och de behov som finns hos olika kunder/kundkategorier. Vi har mycket goda erfarenheter av dessa dialoger och resultatet av ägarnas samarbeten/samsyn avseende det regionala bolagets verksamhet och utveckling. I vårt fall har kombinationen av regional och nationell kompetens samt därtill hörande olika kontaktnät varit direkt nyttig inte bara för det regionala bolaget utan även för våra kunder. Vi tror att motsvarande "nytta" skulle kunna vara möjlig, med rätt anpassning/utformning, även inom kulturområdet. Vi delar också helt synsättet om kulturens positiva/viktiga roll och betydelse i olika regionala utvecklingssammanhang.

Almi-specifika kommentarer och förslag

Rådgivning

I utredningen förs fram en del synpunkter rörande bristande kompetens hos olika rådgivande organisationer, t ex Almi, med avseende på kulturområdena. Det kan vara en riktig iakttagelse och förbättringspotential finns säkerligen. I årets ägardirektiv till Almi framhålls också att "Bolaget ska genomföra en koncerngemensam kompetensutvecklingsinsats om kulturella och kreativa näringar för att affärsrådgivning och finansieringsutbud ska tillhandahållas detta område på ett ändamålsenligt sätt." Almi är en organisation som är öppen för såväl rådgivning som finansiering för personer/företagare inom alla branscher. Att vi skulle kunna hålla egen specialistkompetens för att möta olika kunder från alla olika branscher är i sig en omöjlighet – även om en del Almi-bolag faktiskt knutit till sig viss expertkunskap för just kulturföretagande. Vår roll är snarare av kontaktförmedlande karaktär när det gäller specialistkunnande, t ex till universitet, tekniska högskolor, forskningsinstitut och branschorganisationer.

Almis nisch är småföretagskunskap, helhetssyn på företagandet – företagaren, företaget, marknaden, ekonomin, finansieringen, logistiken samt prissättning och sälj etc. Vi fokuserar på arbetet med att driva och utveckla företagandet, det är en balansakt som har lönsamhet som ledstjärna. Det är just det som är vårt kunderbjudande.

Kulturföretagaren

Som vi redan nämnt vill vi gärna fokusera på kulturföretagaren, och hans/hennes situation. Kulturföretagare är definitivt en mycket heterogen grupp, där marknadsstrukturer, kunder och konsumtion av produkter, tjänster och upplevelser skiftar i hög grad. Vissa generaliseringar kan dock göras, t ex att kostnader och intäkter ofta inte går i särskild jämn takt. Vanligen är det så att kostnaderna löper tämligen konstant, för att ibland öka dramatiskt under viss produktionsperiod. Intäkterna kan dock lysa med sin frånvaro, för att – förhoppningsvis – kunna bli höga under en

annan och ibland kortare period. Det här kan givetvis skapa viss osäkerhet och inte minst likviditetsproblem.

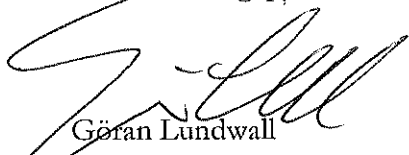
En intressant tanke är att skapa någon form av "utjämningsmodell", en typ av "konto" som möjliggör en till kulturföretagandet anpassad form av periodisering av kostnader och intäkter. Sådana modeller finns redan i andra sammanhang och vore värda att överväga också för kulturföretagare.

En annan aspekt är småföretagarens situation när gäller de olika sociala trygghetssystemens utformning, som ofta stämmer dåligt inte minst för "soloföretagare", vilket det ju ofta handlar om när vi talar om kulturföretagare. Inom dessa områden och såväl incitament som övriga skattefrågor som är aktuella i sammanhanget bör snarast ändras så att de får en stödjande och uppmuntrande karaktär.

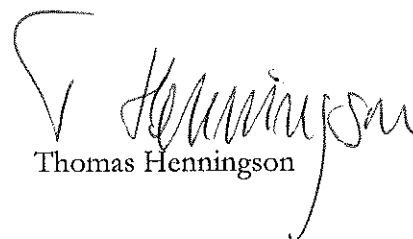
Den situation som kulturföretagaren har och länge har haft inom nu nämnda områden är ju också på väg att bli allt vanligare i samhället i övrigt. Där en person under sin arbetsaktiva tid kan växla mellan olika former av anställningar och olika former av företagande. En realitet som i sig även talar för förändringar. Det är ju individer som startar, driver och utvecklar företag och det är Almis uppgift att efter bästa förmåga och inom ramen för vår kärnverksamhet - rådgivning och finansiering - bistå dessa i deras strävanden. Det är mot den bakgrunden och behovet av helhets-syn på företaget som vi finner skäl att lyfta fram ovanstående synpunkter.

Med vänlig hälsning

Almi Företagspartner AB



Göran Lundwall
VD



Thomas Henningson