



En investering för framtiden



Slutrapport Lasso

Syfte och mål

Förstudien har syftat till att undersöka förutsättningarna för att starta ett genomförandeprojekt.

Därutöver har även dessa delmål gällt för förstudien:

- att etablera ett virtuellt nätverk och webbplats
- att hitta en gemensam fysisk plats från vilken all verksamhet kan utvecklas.

Genom huvudprojektet skall den fysiska platsen realiseras, vilket är förutsättningen för att företagen skall kunna börja arbeta med gemensamma metoder och verktyg i en kreativ miljö. Flera lämpliga lokaliseringsobjekt har identifierats, både i Norrköping och Linköping.

Som projektledare för förstudien har Eva Lundgren Stenbom arbetat. Hennes arbete har bl a bestått av att leda arbetsgrupperna, hålla i den övergripande planeringen och genomförandet av möten, workshops, studieresor och andra aktiviteter, tidvis med hjälp i olika omfattning av nätverksföretagen.

Målgrupp

I det inledande skedet fanns en handfull företagare med som tidigt committade sig till att sätta in arbetstid i förstudien för att kunna genomföra allt arbete med planering, arbetsgrupper och workshops. Denna grupp har under förstudien vuxit till att slutligen omfatta ca 15 företag. Det har även tillkommit en stor grupp intressenter i form av företagare som valt att ansluta till nätverket, men mer i form av intressenter eller "följare". Dessa har hållits informerade genom utskick av nyhetsbrev, hemsida, facebook etc.

Man kan alltså beskriva det som att det funnits en "inre kärna" som bestått av företagen som arbetat konkret och praktiskt med aktiviteter av olika slag, samt en "yttre krets" som löpande hållit sig informerad och väntar på att Lasso skall realiseras, då ett antal av dessa företag vill samlokalisera sig och ingå i Lasso-konceptet. Totalt handlar det om ett 70-tal företag, varav de flesta finns i Norrköping. I Linköping har det också utvecklats ett nätverk av företag med intresse för ett koncept som bygger på Lassos grundvärderingar.

Sammanfattningsvis kan det sägas att förstudien nått fram väl till sin målgrupp. Intresset för Lasso och dess koncept har varit över förväntan stort. Samtidigt finns det mycket som indikerar att det fortfarande finns många företag därute som är presumtiva "Lassoiter".

Värdegrund

Under förstudien har en värdegrund för hela Lasso-konceptet utvecklats. Det bygger på följande grundstenar:

- **Att dela med sig** – vara generös och bjuda på kunskaper och kontakter, det man ger får man också tillbaka.
- **Kreativitet** är ett viktigt redskap för vår utveckling. Genom att använda metoder för att utveckla vår kreativitet hittar vi nya sätt för samarbete, men även för att utvecklas själva, som företagare.
- **Samhällsnytta** – alla vill tjäna pengar, men vi vill också göra något gott för samhället. Vi snickrar t ex på en mentorsmodell genom vilken medlemsföretagen blir mentorer för människor som har idéer - som i sin tur kan bli projekt - som kan utvecklas till affärsidéer.

- **Lärande** – Lasso skall vara en lärande organisation, där vi hela tiden är öppna för att ta in ny kunskap, dela med oss av kunskap, och aktivt jobba med omvärldsbevakning och omvärldsanalys.
- **Öppenhet och tillit** – att ha högt i tak betyder för oss att aldrig börja med att säga ”nej, det går inte” eller ”det där har ju provats förut”. Vi uppmuntrar nya sätt att se på saker och ting. Genom att vi lär känna varandra kommer vi utveckla en hög grad av tillit och förtroende, vilket innebär att vi törs dela både med- och motgångar - något som soloföretagare saknar väldigt mycket!
- **Hållbarhet** – ett hållbarhetstänk skall genomsyra Lasso, både i den fysiska miljön men också genom den verksamhet vi bedriver. Allt från resurssnålt nyttjande av material till återvinning, och en uttalad CSR-policy där vi inspirerade av Scandic-hotellens ”100 punkter” utvecklar en egen ”Att göra-lista” vad gäller vårt hållbarhetsarbete.
- **Mångfald** – det handlar både om en stor branschbredd bland företag som ansluter sig till nätverket, liksom om en stor variation av människor med erfarenheter från olika åldrar, länder och kulturer samt bakgrund och livsstilar.

Verksamheter som bedrivits

Allmänt

Öppet Hus med ca 37 besökare den 25 november. Många bra kontakter som knöts då, med allt från kreativa företagare till företrädare för organisationer etc. I samband med öppet hus hade vi även en konstutställning, som en ”försmak” av vad Lasso kommer att innehålla så småningom i form av kulturarrangemang.

Ett Nyhetsbrev har distribuerats via e-mail var 14:e dag. Antalet mottagare har vuxit från 40 st inledningsvis till vid förstudiens slut ca 120 mottagare. Totalt har tio nyhetsbrev distribuerats under förstudien. Dessa ligger även ute på hemsidan lassonetwork.se.

Ett samarbete med KSM-programmet på Linköpings universitet har utvecklats. En kontakt på LiU har givit att vi fick en föreläsare i industriell design till vår Kreativitetsworkshop den 2/2. Kontakter har tagits med företag & organisationer, exempelvis NOSP, DesignForce, ALMI, ConnectingSwe (som i sig gett ytterligare företagskontakter och minst en ny medlem i nätverket), Framtidsfrön, IFS, TRR, AF, Academedia, Communicare, LEAD.

Torsdagsfika har varit en veckovis mötesform för deltagare både från det egna nätverket och andra. 9.30 – 10.30 har varje vecka varit ett stående tillfälle till möten under enkla former med kaffe och macka. Då har både nätverksmedlemmar och andra som hört talas om Lasso slunkit in för att mötas och stämma av det senaste, diskutera idéer etc.

Stormöten har ägt rum 1 g/månad. Då har vi jobbat med planering, diskuterat idéer och uppslag bl a till studiebesök, workshops, arbetsgrupper, samt uppföljning av mål och syften.

Dessutom har vi en form av presentationer varje gång, då några nätverksmedlemmar gör en ”Pechentation”, dvs en powerpoint-presentation av sig själv och sitt företag med hjälp av ca 20 bilder som man berättar till.

Ytterligare en form för möten har introducerats; After work. Då ses vi på kvällstid, och kör ”Pechentationer”, eller diskuterar någon aktuell fråga. Dessutom prövar vi att hålla möten via Skype, för att underlätta för deltagare som av olika anledningar inte kan komma till fysiska möten.

I framtiden är det tänkt att Lasso skall utveckla samarbete med många aktörer, som dessutom kan hyra lokal för egna aktiviteter. Redan under förstudien testar vi detta i liten skala, och har därför lånat ut lokalen till bland annat en Poesiförening samt en liten Kör, som träffats där för att repetera. Det har visat sig vara lyckosamt då det samtidigt blir ett tillfälle för Lasso att exponera sig mot nya målgrupper. Även projektutställningar har hållits i lokalen, av sistaårselever på gymnasiet.

Samarbete med andra EU-projekt

Genom Regionförbundet Östsam har kontakter utvecklats med EU-projektet Creative Growth, som är ett transnationellt projekt med fokus på kreativa näringarna. Genom det har vi fått intressant input utifrån, se och höra vad som händer i ett internationellt perspektiv, och hur kreativa nätverk kan se ut i andra EU-länder. Detta har verkligen varit en extrabonus till Lasso, som adderat ny information och andra kontakter. Vi har även fått kvitto på att genom det projektet används nu Lasso som ett exempel, "good practise" av flera av de andra parterna i olika EU-länder, när man vill förklara och beskriva hur kreativa nätverk kan se ut och fungera.

I januari hade vi besök från deltagare i Creative Growth-projektet, bl a från Skottland samt från Regionförbundet Östsam samt LiU. Vid tillfället hölls då information om Lasso-projektet på engelska, samt tre Lassoiter som deltog presenterade sig och sina företag/affärsidéer.

Avslutningskonferensen

Den 26 april hölls en avslutningskonferens strategiskt placerad mittemellan Norrköping och Linköping, i Norsholm på Britta & Lennarts restaurang & konferensanläggning.

Drygt ett tjugotal personer deltog i denna konferens. Efter en inledande föredragning av projektledaren fördes så diskussioner i mindre grupper runt borden kring frågor som rör hur Lasso-konceptet kan utvecklas och genomföras på bästa sätt. De deltagande var överens om att det vore vettigt att Lasso-företagen går vidare till nästa steg, vilket innebär att starta en gemensam ekonomisk förening. Via den kan de sedan få i uppdrag från kommunerna och andra organisationer, t ex Regionförbundet eller Linköpings universitet.

Deltagarna var även på det klara med att det är oerhört viktigt att smida medan järnet är varmt. Här finns en grupp små aktiva kreativa och engagerade företag som vill åstadkomma förändring, inte bara för sig själva utan faktiskt också för samhället och för andra människor som idag står långt från både arbetsmarknad och starta eget-tankar.

Det gäller för kommunerna att nu stötta dessa och ta vara på engagemanget och de kunskaper som byggts upp inom nätverket. Väntar man för länge riskerar nätverket falla i bitar, då det krävs en sammanhållande kraft för att driva en utveckling inom ett nätverk. Detta är konstaterat bland annat inom arbetet som bedrivits inom Creative Growth-projektet, där man slår fast att ett väl fungerande nätverk kräver en ledningsfunktion, som dessutom erhåller någon form av ersättning för det arbete vederbörande lägger in. Se bifogade bilaga, där nämns *Publicly funded manager/organiser*.¹

Avvikelser

Den enda avvikelse från den ursprungliga planen är att förstudien har kommit till slutsatsen att en entreprenörskapsutbildning inte är rätt sak för Lasso att satsa på. Se vidare nedan under rubriken *Entreprenörskap, intraprenörskap och samhällsentreprenörskap*.

Aktiviteter som enligt beslut skall ha genomförts

Kreativa arbetsmetoder och verktyg

Förutom den workshop som anordnades på temat Kreativitet, innovationer och kreativa miljöer den 2 februari har en särskild arbetsgrupp ägnat tid åt att jobba med vidareutveckling av dessa metoder och verktyg. Gruppens uppgift har varit att definiera vilka metoder och verktyg som Lasso som koncept (via den ekonomiska föreningen) kan jobba med. Både för egen (intern) utveckling och för nya

¹ Bilaga 1:1 The Perfect Network

samarbetsformer, men också för utvecklande av en affärsmodell för den ekonomiska föreningen Lasso.

Under arbetets gång har det tagits fram två förslag till metoder för att dels utveckla de enskilda företagen individuellt och dels stärka samarbeten dem emellan. De har arbetsbenämningarna *Pechentationer* samt *Problemlösningsgrupp*.

Avsikten är att Lasso-företagen kan testa och utveckla dessa modeller internt under projektidens första två år, för att under år 3 börja pröva att erbjuda modellen till andra företag och grupper.

Vi har även diskuterat hur vi kan definiera vilka specifika metoder och verktyg som Lasso som koncept (t ex via ekonomisk förening) kan jobba med. Både för egen (intern) utveckling och för nya samarbetsformer, men också för utvecklande av affärsmodell. Flera av dessa har testats, bl a under den Kreativa Workshopdagen den 2/2.

En enkät har besvarats av Lassoiterna i vilken de har beskrivit sin syn på Lasso, vilken nytta verksamheten har haft så här långt men också vilken nytta de förväntar sig av det kommande huvudprojektet då Lasso realiserar i full form.²

Kultur och affärsutveckling

Med utgångspunkt i att kultur och kreativitet är viktiga byggstenar med stor betydelse för samhällsutvecklingen, har vi valt att skapa en särskild arbetsgrupp som skulle behandla dessa frågor under förstudien.

Målet var att gruppen skulle definiera vad den s k "kulturscenen" skulle kunna innebära och betyda i ett Lasso-perspektiv. Det handlar inte om en fysisk scen lika mycket som det handlar om en slags verksamhet som kan bli ett begrepp eller en företeelse. Dels handlar det om att Lasso som arbetsplats och mötesplats kan bli mer kreativ både fysiskt och socialt när man adderar olika kulturinslag såsom t ex utställningar, framträdanden, musik, happenings etc. Tanken är också att Lasso skulle kunna bli en samlande faktor för mindre aktörer inom kulturella sektorn, eller de kreativa näringarna, som det heter. Genom den företagaverksamhet som genomsyrar stället och skapar dess atmosfär, ska många kulturaktörer inspireras och stimuleras till eget företagande.

Arbetsgruppen som har behandlat detta område har bl a resonerat kring idéer som bygger på att skapa affärsidéer utifrån kulturarrangemang. Med den kreativa fysiska miljön som kuliss kan nya affärsidéer skapas, allt från att hyra ut för mindre konferenser med kulturinslag i annorlunda miljöer, till att locka kulturutövare att testa nya idéer/tjänster mot en ny publik.

Gruppen har även behandlat en fråga som har fått arbetsnamnet "**Testbädden**", "Prototyp", därefter "Fönstret" för att slutligen landa i begreppet "**Living Lab**". Det handlar helt kort om en nya slags affärsidé som kan utvecklas och drivas av Lasso ekonomisk förening. Denna tjänst innebär möjligheten för företagare/innovatörer/privatpersoner/entreprenörer att testa en helt ny idé/tjänst/produkt mot en tänkt målgrupp genom den service Lasso erbjuder. Antingen testas den på en fokusgrupp, eller på en användargrupp av något slag. Viktigt är att denna tjänst skiljer sig från liknande service som t ex erbjuds av science parks och dylikt.¹

För att testa denna idé på flera och ta in andras synpunkter på idén som helhet, valde vi att sammankalla en grupp människor i en fokusgrupp. Dokumentation från detta tillfälle bifogas.³

För övrigt har Lasso redan under förstudien testat på att vara en "kulturscen" vid flera tillfällen. Det har bl a handlat om ett par utställningar, Poetry slam, en kör som samlats och repeterat flera gånger, samt två studentgrupper från gymnasieskolans sistaårselever som redovisat sina slutrapporter i form av utställningar med tyngdpunkt på foto, skulpturer, texter etc. Flera av dessa aktiviteter har lett till att några fått nya uppdrag, bl a för kommande utställningar, en konstnär sålde flera tavlor och fick därigenom inspiration till att starta eget företag.

² Sammanställning av enkätsvaren bifogas. Bilaga 1:2

³ Dokumentation bifogas. Bilaga 1:3

Mentorskap och nya företag

Idén om mentorskapssatsning kom tidigt fram i Lasso, då man i nätverket upplevt att det finns mycket man som företagare har att bidra med och dela med sig av till andra, som ännu inte kommit så långt i utvecklingen som entreprenör. Diskussioner har förts om Lasso skall utarbeta en egen mentorsmodell eller nyttja en befintlig, eventuellt då i samarbete med annan aktör, t ex ALMI. I uppdraget har även ingått att klargöra vilken målgrupp Lasso skall vända sig till med mentorskapet; småföretagare? Arbetslösa? Unga – gamla? Oss själva? Kontakter har tagits med potentiella samarbetsaktörer; AF, kommunens arbetsmarknadsenhet, TRR el dyl.

Diskussioner om detta har även förts med ALMI, Coompanion m fl. Dessa har bägge uttryckt åsikten att Lassos modell fyller en lucka, där det verkligen existerar ett glapp idag.

En kväll satt gruppen och jobbade intensivt med brainstorming kring begreppet Mentorskap, då det utkristalliserades mer tydligt vad vi vill uppnå och mena med just Lassos mentorskapssatsning. Lassos modell avser att utbilda de av nätverkets medlemmar som är intresserade att bli mentorer, och att sedan erbjuda en form av praktikplats till personer som har idéer, som de ännu inte haft möjligheter att genomföra. Det viktiga är att de har någon idé, att de brinner för något, men kanske inte är medvetna om att de bär på ett frö till en affärsidé. Genom att få vistas i en miljö där de övriga är företagare, och där ens mentorer är företagare, kommer det bli naturligt att börja tänka i de banorna. En pengapott kan utdela medel för realisering av vissa aktiviteter, så att man faktiskt kan förverkliga idén. I slutfasen skall individen, adepten, uppnå målet att se sin idé förverkligad, och skall i det skedet även själv vara framme vid ett beslut om att eventuellt satsa vidare på att utveckla affärsidén. Denna modell har diskuterats med Arbetsförmedlingen i Norrköping, och de har varit sig positivt inställda, och kan mycket väl se att detta går att genomföra för deltagare som anvisas via AF.

Entreprenörskap, Intraprenörskap och Samhällsentreprenörskap

En arbetsgrupp har bildats för fördjupning i dessa frågor. Syftet har varit att utröna huruvida Lasso skall jobba med entreprenörskapssatsning t ex i form av en utbildning. Skall denna kunna ha en slags inriktning på "intraprenörskap", dvs entreprenörskap inom befintliga organisationer och företag? Och hur skall samhällsentreprenörskapsbiten hänga ihop med detta?

Det märktes tidigt att förkunskaperna och uppfattningarna om dessa tre olika begrepp varierade ganska mycket, så det togs fram en översiktlig matris, som klargör skillnader och likheter mellan de tre företeelserna.⁴ Allt eftersom diskussionerna blev tydligare, stod det klart att Lasso inte bör satsa på en utbildning i intraprenörskap, något som initialt var en tanke för detta projekt.

Vi gjorde ett studiebesök hos Framtidsfrön i Linköping, en organisation som jobbat länge och mycket framgångsrikt med att etablera entreprenörskap i skolorna. Det finns mycket att hämta och inspireras av därifrån, men vi har alltså valt att inte göra någon särskild satsning på en utbildning som rör detta område.

Däremot är ju hela Lasso som företeelse i allra högsta grad en entreprenörskapssatsning. Den syftar till att stärka små solo- eller duoföretag att växa. Den syftar till att få fler att inse att de kanske går och bär på något som kan utvecklas till en affärsidé (genom mentorskapssatsningen). Den fysiska platsen skall samtidigt vara ett slags skyltfönster för de små företagen, där de kan få en chans att synas och göra gemensam marknadsföring, och ta uppdrag tillsammans.

Samhällsentreprenörskap skiljer sig från ovanstående i så måtto att det handlar om "business with a cause", dvs att man genom sitt företagande gör något gott för samhället. Det kan handla om insatser i lokalsamhället likväl som att man vidtar åtgärder som påverkar miljö eller förutsättningar för människor långt borta, t ex där produktionen av ens varor och produkter sker.

Vi valde att företa en studieresa till Nätverket SIP i Växjö. Grundarna Sofie och Peter är riktiga samhällsentreprenörer i grunden, vilket återspeglas i all den verksamhet som bedrivs inom ramen för SIP (som står för Samhällsförändring i Praktiken). Vi fick en genomgång av all verksamhet som bedrivs under SIP:s "paraply" i form av projekt och aktiviteter. Man hyr även ut arbetsplatser till företag som vill finnas i den kreativa miljön där. Tillsammans med en folkhögskola har man startat en KY-

⁴ Bifogas, matris, Bilaga 1:4.

utbildning i Samhälls-entreprenörskap. Efter lunch fick vi en sittning tillsammans med den kände entreprenörskapsprofessorn Bengt Johannisson, ett samtal om entreprenörskap ur olika aspekter som var mycket givande. Innan återfärden hem följde också ett långt samtal mellan vår grupp och Sofie och Peter på SIP, då vi verkligen fick tillfälle att få svar på alla frågor som uppkommit under dagen. Sammantaget var även detta studiebesök något som tillförde både projektet och gruppens deltagare mycket nya tankar, idéer och kunskap, som vi har att använda som byggstenar i det framtida byggandet av Lasso.

Testbädden

Se ovan, under rubriken Kultur & Affärsutveckling

Digitalt affärsnätverk

Vi har haft flera möten då frågan kring hur man etablerar ett virtuellt nätverk och mötesplatser på nätet diskuterats. Detta är inte helt enkelt, framför allt på grund av att alla personer inte befinner sig på samma nivå när det gäller Internets närvaro och nyttjande av till exempel sociala medier. Generellt kan man säga att ju större vana man har av att läsa bloggar, använda Facebook, Twitter etc desto lättare inser man nyttan med att använda till exempel en gemensam community. För Lassos räkning har vi upprättat en egen sida på Facebook, som snabbt fick nya anhängare långt utanför Lassos nätverk. Se

<http://www.facebook.com/pages/Lasso-Network/254126853398?ref=mf>

Vi har även etablerat en sk ning-sida, som fungerar som ett eget slutet forum för diskussioner, informationsinhämtning och -spridning, kalendarium etc. Användandet av denna har varierat kraftigt; projektledaren har där lagt upp alla planerade händelser och aktiviteter, och några av nätverksmedlemmarna har använt sajten för diskussion.

Hemsidan www.lassonet.se har fungerat främst som informationsspridare av info till andra externa intressenter, men även för att löpande lägga upp den stora mängd fina fotografier som tagits av alla aktiviteter som genomförts.

Vi har även använt Skype vid flera tillfällen för att genomföra möten. Nackdelen med Skype är att kvaliteten på bild och ljud varierar kraftigt från gång till gång. Om man är fler än två deltagare kan man inte ha bild på, vilket innebär att det blir mer som ett telefonmöte. Vi har identifierat ett annat program, DimDim, vilket skulle kunna fungera bättre. Detta program kan rekommenderas att huvudprojektet undersöker närmare.

Sammanfattningsvis kan konstateras att det är mycket lätt idag att upprätta hemsidor, communities, forum etc på Internet för infospredning och kommunikation, men det är betydligt svårare att få en större grupp användare att aktivt utnyttja dessa redskap. Att skicka mail har varit det klart enklaste och effektivaste sättet om man vill nå ut till samtliga i nätverket. Medlemmarna har varit generellt sett positiva till samverkan på nätet, men tveksamma till möjligheten att utveckla relationerna den vägen – det görs företrädesvis via fysiska möten.

Ning-sidan har fungerat bra, och den kommer fortsätta användas för nätverket. Se

<http://lassonet.ning.com>. Hemsidan och Facebook-sidan kommer även de att fortsätta existera och hållas vid liv av medlemmarna.

Företagsbesök & -kontakter

Kontakter har tagits med företag & organisationer som ToMeGroup, NICE-nätverket, Connecting-nätverket samt BNI-nätverk och Rotary-klubbar. Exempel på organisationer är också Framtidsfrön, East Sweden-kontoret, VentureZone på LiU, Nyföretagarcentrum, NMM, ALMI Företagspartner. I lokalerna som använts som arbetsplats och samlingsplats under förstudien, har utvecklats till en naturlig mötespunkt, dit många mindre företag sökt sig, för att träffa andra företag och för att få veta mer om hur Lasso-konceptet är tänkt att fungera och implementeras.

Via olika nätverksmöten har Lasso nått ut brett med information om sin existens och konceptet har attraherat många, vilket bevisats av det antal företag som tagit kontakt och även bokats in sig för

möten. Många företagare har besökt projektledaren, både enskilt men även vid de s k torsdagsträffarna, då de även fått tillfälle att träffa andra Lasso-medlemmar, och fått mer info om konceptet. Via EU-projektet KRUT har vi även nått ut till flera nätverk ute i regionen, även där har intresset funnits och man har bett att få Nyhetsbrev och information tillsänt sig.

Workshops

Planerades under december-januari, och följande ägde rum:

2 februari en heldag om Kreativitet, Innovationer och Kreativa miljöer. Ca 20 deltagare, lokal Crescendo. Medverkande var Christian Walhberg, innovationsrådgivare från ALMI, Kenneth Bringzén, forskare o uppfinnare, LiU, Crearum; Ewa Svensson & Elisabeth Willén om kreativitet och problemlösning samt avslutningsvis ett pass om Kreativa miljöer, hållet av Eva Lundgren.

18 februari workshop om Integration & mångfald, med facilitator Victor Negrete. Plats: Kunskapsskolan. Ca 10 -12 deltagare. Föreläsning av VN, därefter arbete i grupper med World Café-metoden kring två centrala frågeställningar; Hur kan Lasso som verksamhet och koncept bli bra på att utvecklas och integrera ett mångfaldsperspektiv? Hur kan jag som företagare utveckla mig och/eller mitt företag/affärsidé genom att ta in aspekter som rör integration & mångfald?

15 mars workshop om Miljö. Facilitator Mattis Bergqvist, plats Café Strykjärnet. Ca 12 -14 deltagare.

MB höll en inledande föreläsning, därefter jobbade vi i grupper med två frågeställningar; hur kan Lasso utvecklas med miljö och hållbarhet som ledande begrepp i värdegrunden? Hur kan jag som företagare bli mer hållbar miljömässigt?

24 mars workshop om Folkhälsa, facilitator Annika Larsson, folkhälsosamordnare Norrköpings kommun. Plats: Kulturhuset. Ca 10 -12 deltagare.

AL höll ett inledande föredrag om hälsa i ett övergripande perspektiv. Därefter gruppdiskussioner kring 2 frågeställningar: Hur kan Lasso utvecklas bäst med hjälp av ett hälsoperspektiv? Hur kan jag som företagare utvecklas om jag anlägger ett hälsoperspektiv på mitt företag, min affärsidé?

12 april workshop om Jämställdhet. Lokal: Lassos lokaler. Ca 6-7 deltagare.

Eva Lundgren inledde med att föra en övergripande diskussion om jämställdhet och några perspektiv därpå. Därefter samtal kring hur vi kan utveckla Lassos verksamhet bäst genom att ta in jämställdhetsperspektiv i verksamhetstänket. Vi diskuterade även hur vi som företagare kan utvecklas med hjälp av ett jämställdhetstänk och vad det kan betyda för våra egna verksamheter.

Samtliga workshops har resulterat i varsitt **Maximkort**. Detta är ett kort innehållande 10 st deviser eller uppmaningar till något man kan göra för att fortsätta utvecklas inom de respektive områdena, hälsa, jämställdhet, miljö etc. Maximkortet distribueras via e-mail till workshopdeltagarna, samt alla som står på sändlistan för utskick från Lasso. Maximkortet ligger även ute på Lassos hemsida.

Maximkortet är ett resultat av gemensamma diskussioner Lasso-företagen emellan, som dessutom inspirerat till ett vidare utvecklingstänk av affärsidéer. Maximerna skulle kunna utvecklas till en kortlek (1 maxim per vecka + 2 lediga veckor på sommaren blir 52 veckor/52 spelkort). Detta blev inledningen till ett tänk som lett vidare till utveckling av flera affärsidéer som kan säljas via en ekonomisk förening, som ägs och drivs av medlemsföretagen.⁵

Fokusgrupp

Se redovisning om Testbädden ovan, under rubriken Kultur & Affärsutveckling.

Lokaliseringsfrågan

En särskild grupp har engagerat sig i lokalfrågan. Vi har tittat på lokaler i både Linköping och Norrköping, både på privata och kommunala alternativ.

I Linköping har det varit fråga om lokaler som finns i det kommunala fastighetsbolaget Sankt Kors' regi. Vi har där tittat på ett flertal alternativ i området Wahlbecks företagspark. Lokalerna var

⁵ Maximkort 1-5 bifogas. Bilaga 1:5.

intressanta i varierande grad, en del var ganska traditionella 90-talslösningar som inte känns så inspirerande och kreativa, medan andra var betydligt tuffare och utmanande för kreativiteten. Dock ligger hela området ganska "off" och har inte väckt något större intresse hos de inblandade företagen. Sankt Kors har däremot även lokaler i det betydligt intressantare området bakom Resecentrum som benämns Gjuteriet. Där finns idag ett miljöteknik-kluster och dit söker sig nu andra spännande aktörer, med vilka det kan bli synnerligen intressant för Lasso att etablera sitt koncept! Samtal har förts med Sankt Kors om en etablering av Lasso i detta sammanhang.

I Norrköping finns flera mycket spännande alternativ i privat ägo i centralt läge, med närhet till områden som NOSP, Visualiseringscenter, LiU m fl. Det finns även ett intressant tänk kring den s k Strykbrådan, alldeles bredvid Arbetets museum. Där vill kommunen satsa på ett Tillväxtcentrum, och i detta skulle ett koncept som Lassos platsa alldeles utmärkt. Detta alternativ vore mycket intressant för en placering av Lassos verksamhet.

En sammanställning med specifikation av behov och önskemål på en lämplig lokal finns framtagen.⁶

Sammantaget kan sägas att flera tänkbara alternativ har identifierats och undersökts för lokalisering av Lasso. Det finns flera tänkbara scenarier:

1. Lasso går vidare som ett EU-finansierat projekt. Kommunerna skjuter till medfinansiering i huvudsak bunden i lokaler som upplåtes för projektets verksamheter, samt för uthyrning till Lasso-företagen. Denna variant möjliggör en start av ett fullskaleprojekt med verksamheter i form av utveckling för företagen, samt mentorsstöd för personer som står utanför arbetsmarknaden men som har projektidéer som kan utvecklas till affärsidéer. Fullskaleprojektet innebär också att en projektledare på 1 till 1,5 personer finns tillgängliga för utveckling och igångsättning av aktiviteter.
2. Lasso etableras i en enklare form där en grupp företag går samman och hyr in sig hos en privat fastighetsägare och där påbörjar ett samarbete. Denna variant kan dock inte innebära någon verksamhet som utvecklingsinsatser av de slag som planerats för i förstudien. Med enbart de små företagens egna insatser blir det en betydligt enklare form av samarbete som inte kräver koordinering och som naturligtvis inte heller kommer innebära att man kan satsa på en mentorsmodell, som var avsedd att stödja personer som står utanför arbetsmarknaden till att kunna få förverkliga idéer som kan leda till affärsidéer.
3. En möjlighet till mellanvariant kan tänkas i ett sådant fall där en välvillig privat fastighetsägare kan tänka sig att stötta nätverket och upplåta lokaler som får lite tid på sig att fyllas med rätt företag. Om viss subventionering är möjlig till hyresreducering under en första tid, ges möjlighet även för mindre företag som "flyttar hemifrån" att klara av övergången till marknadsmässig hyra.

Slutdiskussion

Under arbetets gång med detta projekt har vi kommit i kontakt med många inspirerande och intressanta verksamheter, både inom och utom Sverige, som alla på något vis bekräftat vår övertygelse – att ett koncept som Lassos, som bygger på att förena mötesplats med arbetsplats, samverkan med kreativitet, värdegrund med samhällsentreprenörskap – verkligen fyller en funktion och efterfrågas av allt fler företag även i Östergötland. Tidigare har denna typ av verksamhet endast gått att förverkliga i storstäderna, och vi har sett liknande exempel i Stockholm, Göteborg och Malmö. Men nu börjar de dyka upp även på orter som Umeå, Växjö och Helsingborg. Tiden bör vara mogen även för Fjärde Storstadsregionen!

I en liten rapport om Kreativa inkubatorer (av Thomas Olsson och Tobias Nielsén 2009, www.kulturekonomi.se) lyfts flera exempel fram på vilka positiva effekter det får, när en satsning görs på kreativa näringarna. Det konstateras i den också att en mötesplats och samlad utgångspunkt är av oerhört stor betydelse för företag inom denna sektor.

⁶ Bifogas specifikation för lokaler. Bilaga 1:6

Betydelsen av mångfald i nätverken lyfts också fram, något som vi i Lasso tagit särskilt stor fasta på. Det är en del i den värdegrund som utvecklats tillsammans med företagen i nätverket.

KRUT-projektet som drivs av RF Östsam har gjort en undersökning där man tillfrågat kreativa företag i fyra län (Uppsala, Västmanland, Örebro och Östergötland) vad de efterfrågar och upplever behov och stöd i. Resultaten skiljer sig inte särskilt från vad småföretagare i allmänhet har behov av och efterfrågar, men det som sticker ut är att man över lag anger ett behov av tillgång till nätverk, mötesplats, arbetsplatser och lokaler, "kollegor i vardagen", kontakter utanför den egna närmaste gruppen samt platser att exponera sig på (jfr Lasso idé om Living Lab). Tillgång till mentorer och coaching efterlyses också av företagen inom kreativa näringarna.

Sammantaget kan sägas att Lasso uppfyller merparten av de punkter som står på kreativa företagens önskelista.

När nu förstudien är avslutad, går processen in i ett nytt skede. Frågan om hur Lasso skall realiseras ligger på dagordningen hos berörda kommuner samt Regionförbundet. Aktörer som Linköpings universitet och teknikparkerna hyser också förväntningar.

Är det offentliga villigt att gå in och "kratta manegen" kommer de engagerade företagen att få den skjuts som behövs för att sätta igång, och förverkliga något som kommer att ge ett uppsving till en mängd kreativa företag som idag inte utnyttjar sin fulla potential, och som i förlängningen innebär att den Fjärde Storstadsregionen ökar i attraktivitet och därmed ökad tillväxt.

den 8 juli 2010

Eva Lundgren Stenbom
Projektledare Lasso