



Förstudie:
Regional fond för innovations-
kapital till den sociala ekonomin

Förord

Vikten av sektorsövergripande samarbeten och social innovation betonas allt oftare som vägar att finna nya lösningar på komplexa samhällsutmaningar. Utmaningar i form av tex arbetslöshet, fattigdom, åldrandebefolkning och klimatförändringar delas både lokalt och regionalt, finns i hela landet liksom de adresseras i både europeiska och globala sammanhang. Ett ekosystem för socialt företagande och för den sociala ekonomins aktörer bygger på mål i agenda 2030, på genomförandet av den europeiska handlingsplanen för den Sociala ekonomin, på den regionala utvecklingsstrategin och andra regionala och nationella insatser som behöver utvecklas.

I april 2022 gav Mötesplats Social Innovation (MSI) ut en [rapport](#)¹ som bidrar till insikten om det nationella läget när det kommer till finansiering av sociala innovationer. Rapporten skrivs inom ramen för ett konsortium finansierat av EU-kommissionen - "Building Capacity for a Sustainable Society" (BuiCaSuS). Rapporten beskriver förutsättningar, funktioner och aktörer samt möjligheter och utmaningar i ekosystemet för social innovation och socialt företagande i Sverige. Trots goda förutsättningar kopplat till arbetet med svenska regeringens strategi för socialt företagande som kom 2018 och inkluderande social innovation anser man att det saknas ett tydligt politiskt stöd och styrning. Befintlig finansiering är framför allt riktat till de tidigaste stadierna i processen, med tidsbegränsad projektfinansiering för att utveckla och testa nya idéer.

Bristen på långsiktig finansiering med förståelse för sociala innovatörers och företagares verklighet är ett stort hinder som både enskilda organisationer, innovatörer och företagare pekar ut för att etablera och sprida nytänkande verksamheter. Långsiktig finansiering till implementering och drift av sociala innovationer omfattar bl.a. offentlig upphandling av tjänster inom välfärdsområdet, socialt företagande med försäljning av varor och tjänster i sociala syften, samt mikrolån och interna medel. MSI lyfter även behovet av lokala och regionala plattformar liksom ökad kunskap och forskning om socialt företagande, social innovation, inklusive ett fokus på hur samskapande mellan olika samhällsaktörer och sektorer kan främjas.

Nationellt anses Sverige av EU underprestera i sitt stöd till socialt företagande och sociala innovationer. Denna brist speglas även på regional nivå och ligger tillsammans med ett antal regionala insatser till grund för den förstudie som Region Östergötland genomfört och som här presenteras med fokus på framtida handling.

Flera genomförda projekt, dels inom samverkansplattformen East Sweden Business Region och dels kopplat till stöd för socialt företagande för fler i arbete, samt försök att etablera en Mikrofond har alla visat på behovet av ett förstärkt stöd för socialt företagande och innovation.

I projekt Stärkt Stöd till Socialt Entreprenörskap (SE innovation) lades grunden till denna förstudie. Tillsammans med Camilla Karlsson på Coompanion Östergötland och Tommy Eklöf på Länsförsäkringar Östgöta utkristalliserades behovet av att veta mer.

I förstudien som genomfördes av Martin Callmeryd, Kvadrat ges förslag på insatser i det regionala ekosystemet så som att utveckla en regional fond för innovationskapital till den sociala ekonomin.

Region Östergötland 2022-08-23

Cecilia Hunnershage Sandgren, Strateg Näringsliv, Tillväxtenheten

Margareta Wandel, Strateg Social Ekonomi, Hållbarhetsenheten

¹ "Ekosystem för social innovation i Sverige" av Tengqvist, Lindberg och López
<https://socialinnovation.se/publications/ekosystem-for-social-innovation-i-sverige/>

Förstudie på uppdrag av Region Östergötland

Mikrofonden Östergötland
Analys och förslag till åtgärder

220602

Martin Callmeryd, Kvadrat

Introduktion

Under våren 2022 genomfördes en förstudie med syfte att se över möjligheterna för att utveckla den Mikrofond för sociala företag som finns på plats i regionen. Tillsammans med Region Östergötland, Coompanion Östergötland och Länsförsäkringar Östgöta var uppdraget att ta fram förslag på förutsättningar, former och aktiviteter.

Uppgifter som förstudien skulle ta fram information om var:

- Civilsamhället och dess organisationers eventuella behov av kapital
- Förutsättningar för samverkan både generellt, gällande finansiell rådgivning, och runt förutsättningar, och drift av en Mikrofond
- Finansiella förutsättningar i Östergötland och lokala/regionala behov kopplat till dessa
- Hur en framtida organisation, administration och funktion bör utformas

Frågor som förstudien skulle besvara:

- Vilka aktörer behöver involveras och hur bör organisationen se ut?
- Vilka erfarenheter och kopplingar kan göras från ALMI och dess offentliga uppdrag som finansiär?
- Hur ska fonden identifiera, ringa in och nå sin målgrupp?
 - Hur finansieras fonden och hur förvaltas medel?
 - Urvalsprocess via "draknäste"- Hur bör draknästet bemannas?

Detta arbete finns presenterat i en rapport med samlad informationsinsamling från 10 olika aktörer som på olika sätt kan utgöra samarbetspartners till fonden samt 13 aktörer som kan representera målgruppen eller stödjare för målgruppen. Den rapport du nu läser innehåller den analys och de slutsatser som dras från arbetet. Författaren är upphandlad konsult Martin Callmeryd med mångårig erfarenhet av projekt- och tillväxtfrågor.

Analys och förslag till åtgärder – två förslag.

Syftet med detta avsnitt är alltså att ge svar på de i uppdraget presenterade frågor och uppgifter som skall besvaras och tas fram i förstudien. Analys bygger på den faktainsamling som tidigare nämnts och leder till förslag på åtgärder med konsultens samlade råd och tankar om framtidens arbete.

Efter samråd med styrgruppen lämnas två förslag för att arbeta vidare med frågan. Den första är att ta de utvecklingssteg som kan skapa en starkare grund för den existerande Mikrofonden i länet. Därför är den första delen fylld av förslag till åtgärder inom detta område och belyser följande utvecklingsområden:

- Organisation – aktörer, struktur & urval
- Finansiering – kapitalbehov & förvaltning
- Målgruppen – definition & stöd
- Marknadsföring – behov & satsningar

Det andra förslaget är att bredda bilden av aktörer som på olika sätt kan stödja arbetet framåt med att fler sociala och hållbara företag växer och utvecklas. Därför ges också ett förslag på en konceptuell vision som kanske ligger lite längre fram i tiden men som kan fungera som en drivkraft för det vidare arbetet.

Förslag 1.

Utveckla förutsättningarna för Mikrofonden Östergötland i närtid.

1. Organisation – aktörer, struktur & urval

Vilka aktörer behöver involveras och hur bör organisationen se ut?
Urvalsprocess för sökta medel? Intressenter till fonden?

AKTÖRER

Coompanion

Verksamheten som idag har ansvaret för Mikrofonden Östergötland bör fortsatt vara starkt engagerade i arbetet med finansiering och rådgivning för sociala företag. Intervjuerna har gett en klar bild över att målgruppen sociala företag behöver rådgivning utefter sina förutsättningar av en organisation med erfarenhet av ideell sektor och socialt företagande. Om man i stället lägger fonden hos andra tillväxtorganisationer som tex ALMI finns inte kompetensen att se potential i de bredare syften som ett socialt företag oftast har. Dock behöver verksamheten större resurser för att kunna lyckas med arbetet.

Den personal som finns på plats hos Coompanion har full beläggning på existerande rådgivning och externa projekt vilket gör att det utvecklande arbetet med Mikrofonden inte prioriterats. Det visas bland annat av att de intervjuade sociala företagen i förstudien har mycket låg vetskap om fonden och att inga stöd beviljats. Coompanion har helt enkelt inte haft tid att marknadsföra möjligheten. Förutom marknadsföring kräver arbetet enskild rådgivning och utveckling av initiativ samt en omfattande administration av kredithandläggning. Vid intervjuer med andra Mikrofonder i Sverige belyses att 2-3 arbetsdagar i veckan behövs för att hantera ett lyckosamt arbete. Viktigt är att personal som arbetar med frågan också har kunskap om affärsmässighet i företagande och kan skapa en mognad för idéer.

Förslag till åtgärd – Utveckla Coompanion: Tillför medel till Coompanion för att deltidsanställa en projektledare för arbetet med Mikrofonden. Personen behöver kunna hantera rådgivning för sociala företag, stötta med affärsmässig utveckling, marknadsföra fonden och leda kredithandläggning tillsammans med experter. Dessutom bör moderorganisationen Region Östergötland kunna bidra med stödfunktioner inom bland annat kommunikation om behov uppstår.

ALMI

Tillväxtorganisationen ALMI har bred kunskap och omfattande medel för att stötta företag i sin utveckling. ALMI har djup kunskap om finansiering och kredithantering vilket skulle tillföra kunskap i rådgivning och handläggningen av Mikrolån. Med sin bredd kan man tillföra utbildning mot sociala företag som ökar chansen att de lever och utvecklas över tid.

Dock visar intervjuer med ALMI att man uttrycker tydlighet i sitt uppdrag från regionen och i sitt regleringsbrev från staten kring att arbeta mot målgruppen sociala företag. Undantag finns då bolag är mogna för tillväxt (tex ASFer som kommit en bit på vägen). Ägaravisningen beskriver att verksamheten ska bidra till ett jämställt företagande och medverka till att konkurrenskraftiga, och hållbara, små och medelstora företag utvecklas och blir fler. Med hållbar tillväxt avses tillväxt i bolag

som bedöms vara ekonomisk, socialt och miljömässigt hållbara över tid.² Med ovan nämnt uppdrag finns därmed ett tolkningsutrymme för om sociala företag inbegrips i målgruppen då lönsamhetspotentialen ibland är lägre eftersom ett socialt företag också har andra mål med sin verksamhet. Detta har lett till att den kompetens som ALMI har är riktad mer åt det tillväxtorienterade hållet vilket delvis krockar med den sociala ekonomin.

Förslag till åtgärd – Inkludera ALMI och förtydliga deras uppdrag: Förtydliga ALMIs uppdrag i att tydligare stötta sociala företag genom konkreta uppgifter inom Mikrofonden. Redan idag finns skrivningar i ägaranvisningen från Region Östergötland som pekar på att det skulle vara möjligt. ALMI ska jobba med bolag som värnar ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet över tid vilket i många fall litar på hur ett socialt företag ser på sin tillväxtresa. Dock finns det en lucka mellan det uppdrag som givits och den verksamhet som bedrivs där ALMI prioriterar företag med lönsamhets- och tillväxtpotential. Intervjuerna har inte påvisat någon ovilja för att jobba mer med sociala företag men en osäkerhet på om det verkligen ingår i uppdraget. I en förlängning skulle även ett samgående mellan ALMI och Coompanion vara en lösning för att mer effektivt dra nytta av varandras resurser men där är man inte idag.

Möjliga tillskott i arbetet från ALMIs sida är flera. Som konkret exempel kan en kontaktperson utses för affärsrådgivning och lönsamhetskalkyl som efter behov från Coompanion kan rådge sociala företag i tidigt stadium. Ett annat exempel är att erbjuda de hållbarhetskartläggningar som ALMI driver åt bolag som vill utvecklas inom området eller att specifikt skapa företagscheckar mot målgruppen sociala företag. Likaså att inkludera ALMI i kredithandläggningsprocessen genom att de har en fast plats i beredningsgruppen för ansökta medel vilket speglar hur andra Mikrofonder i Sverige arbetar. Dessa resurser finns hos ALMI redan idag och bör kunna inkluderas i arbetet relativt fort.

Banker

Under arbetet har tre lokal/regionala banker intervjuats. Åtvidabergs Sparbank, Valdemarsviks Sparbank och Länsförsäkringar Östgöta. Alla tre visar på engagemang och intresse för målgruppen sociala företag då de tillför värde till samhället och bidrar till hållbar utveckling. Bankerna lyder under finansinspektionens regelverk och måste ställa krav på lönsamhet för beviljade krediter. Med det sagt behöver inte bankerna neka rådgivning som kan leda till att sociala företag mognar till att vara aktuella för finansiering. De lokala sparbankerna uttrycker redan idag att man med större tålamod ser på omogna affärsidéer och inte släpper dem bara för att lönsamhetsmålen initialt fattas. Snarare att man tar flera möten och hjälper idén till att bli mogen. Även Länsförsäkringar ser att deras företagsrådgivare kan tillföra kunskap till målgruppen och att man kan bidra med resurser i kredithanteringsprocesser. Hos Länsförsäkringar finns också en intern process kring att ta ett krafttag kring frågan om "impact investments" och hur banken kan stödja hållbara affärsidéer i en större grad. Detta arbete bör följas och samarbete bör uppmuntras.

Förslag till åtgärd – Inkludera lokala banker: Skapa en kompetenspool av rådgivare från affärsbanker som har ett intresse för hållbara affärsidéer och specifikt sociala företag. Teckna sponsringsavtal där bankerna erbjuder kostnadsfria rådgivningstimmar för att öka chansen att fler sociala företag blir mogna för lånefinansiering. Inkludera bankernas kreditavdelningar i beredningsgruppen för Mikrofonden.

² Beslut om ägaranvisning för ALMI Företagspartner i Östergötland 2021

Leader

I vår region finns två organisationer för Leader med kunnig personal i att hantera stöd, rådgivning och ansökningar för landsbygdsstöd. Dessa verksamheter möter många idéer som kan klassas in i kategorien sociala företag då de ofta genomförs kooperativt och med ett fler syften än vinst. Inom verksamheterna finns uppbyggda system för att ansökning av stöd, rådgivning och genomförande. Dessutom är de stöd som ges av Leader kompatibla med annan finansiering och mår bra av att växa och kunna leva över tid. Här bör den regional Mikrofondens kroka arm med Leader och hitta ett gemensamt arbetssätt.

Förslag till åtgärd – Inkludera Leader: Bjud in Leader Kustlandet och Folkungaland till att bli medlemmar i Mikrofondens för ökad informationsspridning och delaktighet. Utbilda Leaders personal kring Mikrofondens möjligheter och skapa fasta avstämningar med projektledaren för Mikrofondens med projektledarna för Leader. Med syfte att ringa in potentiella projekt som kan kontaktas för rådgivning om Mikrofondens möjligheter.

Övriga partners

Det finns andra organisationer som på olika sätt kan utgöra referensgrupp till arbetet med Mikrofondens alternativt bli del av arbetsgrupper kring ansökningar. En sådan är Favafonden som intervjuats och som visar stort intresse för målgruppen. Favafonden jobbar mer mot mikrofinansiering av nysvenskars affärsidéer men i flera fall finns synergier i att idéerna vill nå högre syften. Även revisionsföretaget PwC har visat ett intresse för arbetet om det skalas upp. Här finns massor av fördelaktig kunskap inom avtalsskrivning, skattefrågor och revision som kan vara till nytta för sociala företag. PwC har visat intresse för att stötta ideell sektor och bidra med kostnadsfri rådgivning.

Här bör även flera ideella organisationer inbjudas som kan stötta arbetet med så väl styrning som marknadsföring. Erfarenheter från Mikrofondens Väst som lyckats knyta åt sig ett 60 tal medlemmar visar på att det är via dessa medlemmar som de flesta behov av finansiering uppstår. Intresseorganisationen SE UPP kan nyttjas för att inbjuda dessa parter i arbetet.

Förslag till åtgärd – Bredda stödjarledet: Favafonden och PwC är två bra exempel på organisationer som har viljan att bidra till att flera sociala företag skapas. Knyt dessa organisationer till arbetet tillsammans med fler kunniga ideella organisationer som på olika sätt kan bidra. Huvudfokus bör vara att det är stödjare med bred erfarenhet av företagande, tillväxt och social hållbarhet såväl som från ideell sektor som bistår med nätverk.

STRUKTUR

Här föreslås att man bygger en enkel struktur med de instanser som tidigare nämnts. Flera grupper som kan stödja arbetet inbegrips i organisationen och uppgifter stadigfästs. Exempel:

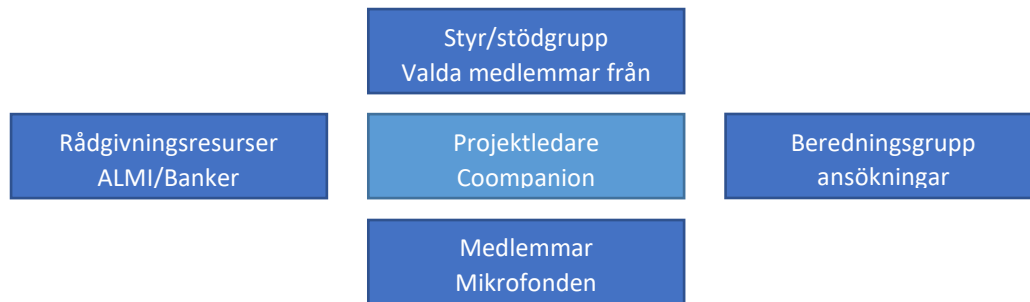
Rådgivningsgruppen består dels av utpekade personer från ALMI, banker och övriga partners som kan tidbokas för att rådge och coacha idéer kopplat till lönsamhet och företagsutveckling. Rådgivning som ges bör också kunna inkludera den rådgivning som Coompanion ger idag till intressenter inom social ekonomi. Projektledaren bör förmedla kontakten och först skaffa sig en uppfattning om behov av stöd och vilken organisation som passar bäst för detta.

Beredningsgruppen bör byggas på likvärdigt sätt som i de redan existerande fonderna. Där finns oftast tre personer som har mandat och kunskap att värdera och handlägga. Individer bör ha

erfarenhet från ledningsnivå av kreditgivning och kan som i den nationella fondens fall vara en kreditchef på någon av medlemsbankerna. Alternativt köps denna tjänst av Mikrofondens Sverige.

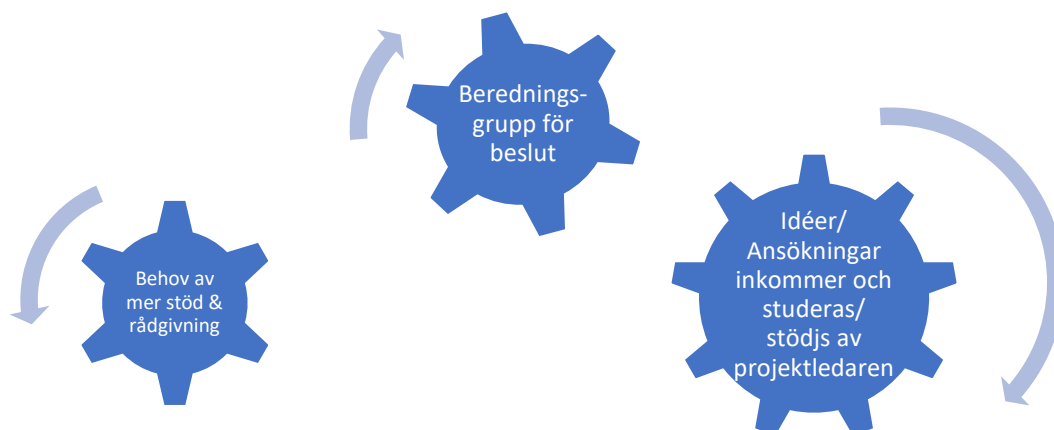
Medlemmar i Mikrofondens/Styrgrupp kan vara en bred skara av intressenter som på olika sätt värnar om den sociala ekonomin och ideella sektorns utveckling. De agerar kanal för att sprida ordet om fondens möjligheter och kan själva ta del av fondens tjänster. Ur medlemmarna väljs passande kandidater till en styr/stödgrupp som kan arbeta för att hålla fart i verksamheten och säkra finansiering över tid.

Nedan följer ett exempel som sedan kan utvecklas varvid arbetet fortgår och blir till verklighet.



URVAL

Här bör man kopiera det arbetssätt som nyttjas i dag hos den nationella fonden samt i väst. Det finns ansökningsformulär som nyttjas som en bas för ansökan som redan är framtagna och finns på den nationella hemsidan. Efter ansökan krävs ofta en dialog och rådgivning med sökande kring om idén är mogen för finansiering eller inte. Projektledaren bör ha kunskap för att kunna vara filter och bedöma om idén är redo för att gå till beredningsgrupp eller om mer rådgivning och stöd behövs varvid resurser från den gruppen skall kallas in. Målet bör vara att så många som möjligt av idéerna går vidare till ansökan men att enbart idéer med en affärsmässig potential släpps vidare.



Draknäste

Frågan om ett "draknäste" har funnits med bland grundfrågorna. I de övriga Mikrofonderna finns inte denna funktion men den har nyttjats med framgång kring ALMIs arbete med företagscheckar. Nyttan har varit att de som sökt har behövt spetsa sina idéer och fått feedback på om de är mogna eller inte. I ALMIs fall har man gått från ett mycket brett draknäste till att smalna av gruppen. Idag är det ALMI tillsammans med Norrköping och Linköping Science Park och Region Östergötland som är med.

Här finns ett alternativ som den nationella fonden har planer för. Det rör ett acceleratorprogram som också kan fungera som marknadsföringskanal. Tanken är att man paketerar ett program som under en fastställd period stöttar idéer med såväl rådgivning inom affärsområde, utbildning och i slutändan lån eller startkapital för att komma i gång. Skulle ett sådant program komma på plats kan ett bredare dragnästa utgöra en central roll med fler företagsstödjare som inte bara kan bedöma utan även stötta deltagarna i programmet.

2. Finansiering – kapitalbehov & förvaltning

Hur finansieras fonden och hur förvaltas medel?

Kapitalbehov från målgruppen?

Fondens storlek och kostnader

Förslag i denna del är baserade på intervjuer med Mikrofonden Sverige, Väst och Östergötland. Specifikt så har fonden i Väst fungerat mycket bra sedan starten varvid deras framgångsfaktorer får sätta ramen för arbetet med den Östgötska. Tidigt i intervjuerna märktes stora skillnader i förutsättningar mellan fonderna. I Väst och nationellt är medlen avsevärt större än i den Östgötska fonden. Vid intervjuer framkommer att storleken är avgörande både i det attraktionsskapande arbetet såväl som för att fonden ska göra nytta för sociala företag. I Väst har fonden 6,2 miljoner kronor i kapital varav 5 miljoner finansierats direkt från Göteborgs Stad. I marknadsföring kan man därmed inspirera sociala företag med att större investeringar är möjligt. Likaså kan man ge stöd till fler och därmed få fler lyckade investeringar som goda exempel i marknadsföringen. Medel som getts i Väst har ett snitt på cirka 100 kkr vilket pekar på att de 300 kkr som finns i den Östgötska fonden inte räcker långt. Om fonden dessutom ska kunna göra nytta för byggemaskaper behöver fonden växa kraftfullt då den typen av säkerheter kräver än mer.

Just inom byggemaskaper pekar intervjuer på att intresset är stort. I Östergötland finns fler aktörer inom socialt byggande som en viktig målgrupp för att komma i gång. Efterfrågan är redan fastställd och här kan man sannolikt även hitta en viss självfinansiering av Mikrofonden genom ränteöverskott. Coompanion Öst ser ett första behov av ca 3,5 miljoner i garantistöd till en byggemaskap i Kolmården, som vill uppföra ett socialt hållbart hyresboende för äldre och fler byggemaskaper skapas i närliggande tid. Målgruppen för byggemaskaper ser Coompanion som en viktig målgrupp i vårt län. Sådana aktörer är också bland de mer säkra stödtagarna eftersom en fastighet med hyresintäkter snabbt ökar i värde och därmed kan säkra en återbetalning av lån. Här kan även resurser till sådana större sociala investeringar ske i samverkan med Mikrofonden Sverige som enligt policy kan tillföra upp till en miljon som kompletterande kapital. För denna målgrupp är den ränta på 3,5% som satts på lånegarantier inte av avgörande fråga utan något man är van vid från andra kommunala garantier som givits vid tidigare projekt.

Ränte frågan är dock avgörande för andra mindre aktörer som söker medel. I Väst har man därför från Göteborgs stad valt att inte ta ut någon ränta på lånegarantier om medlen används till att bidra till hållbar utveckling av det lokala samhället. Man har även breddat målgruppen genom att inkludera aktiebolag så länge de är demokratiskt organiserade. Vid intervjuer med sociala företag i vårt län är den samlade bilden att dessa företag inte har den ekonomiska styrkan som till exempel en byggemaskap har och därmed är känsliga för kostnader/risk. För att kunna möta både målgrupperna föreslås därför att utvecklingen av den östgötska fonden delas upp i olika delfonder med olika villkor beroende på storlek av stöd:

Förslag till åtgärder – fondens storlek bör ökas och möta fler målgrupper.

1. Speciellt fokus på mindre sociala företag som kan ta första steget för tillväxt.

Kapitalisera Mikrofonden Östergötland räntefritt med som minst 500 000 att använda för räntefri finansiering av mindre aktörer inom social ekonomi som idag inte vågar ta steget mot tillväxt med hjälp av extern finansiering. Medlen som beviljas bör inte överstiga 50-100 kkr för att räcka för fler. Förslagsvis sätts löptid på lånet på 3 år. På detta sätt testas verksamheten mot små case som efterhand de fungerar kan motivera en ökning av fondens värde. Här skapas också lyckade exempel som kan användas i marknadsföringen. Här blir alltså målgruppen mindre lokala aktörer inom sociala ekonomi likt de som intervjuats i denna förstudie. Dessa aktörer har kapitalbehov men är också delvis omogna i sin affärsmässighet varvid medlen ska vara lättillgängliga och inbegripa låga kostnader. Tröskeln för att söka medel ska vara låg.

2. Fokus på byggemskaper och andra aktörer med större kapitalbehov.

Kapitalisera Mikrofonden Östergötland räntefritt med minst 10 miljoner för målgruppen med större kapitalbehov. Här sätts en ränta på minst 3,5% på säkerheten för att matcha den nationella fonden. Denna ränta skapar också en viss självfinansiering av fonden som kan tillföra medel på sikt. Här kan även större ansökningar från till exempel byggemskaper hanteras och beviljas. Är kapitalbehovet större kan garantier delas med Mikrofonden Sverige som har sitt eget kapital på 10 miljoner. Här bör målsättningen vara och kopiera den process som Mikrofonden Väst har fått till. Den bygger i stora drag på att regionen visar på en tydlig vilja och riktning likt de tjänstepersonersskrivningar som låg till grund för Göteborgs satsning. Detta material tillsammans med nu gällande samarbetsavtal finns som bilaga till detta dokument och kan ses som ett gott exempel där passande delar kan återanvändas.

För båda förslagen ovan föreslås att de som finansierar Mikrofonden också bör bära kostnaderna för eventuella fallissemang vilket går i linje med regelverk för övriga svenska fonder.

Förslag till åtgärder - förvaltning av medel

I de strukturer som används i Väst förvaltas medel av Coompanion själva. Dels har man 1.2 miljoner från medlemmar, dels ett lån från Göteborgs stad på 5 miljoner. Här föreslås därför en liknande modell i Östergötland där grunden för förvaltning utgörs av medel från regionen tillsammans med medel från regionala aktörer som väljer att gå in i fonden. Här har intervjuer visat att regionala banker kan vara intresserade gällande investeringar i deras lokala närområde. En modell kan därför vara att låta dessa medel förvaltas av bankerna själva men att de fördelas i dialog och under paraplyet Mikrofonden Östergötland.

Regionen fortsätter alltså att förvalta och äga de medel som utgör grunden till fonden men externt kapital samlas separat men verkar under samma flagg. Fonden kan då ha flera intressenter som enskilt bedömer vilka medel som ska nyttjas för vilka projekt. Detta liknar det upplägg som privata aktörer använder inom fonder för riskkapital där alla samlas under en flagg men där själva kapitalet ägs av flera enskilt. Se Linköpings Affärsänglar som exempel. På detta sätt kan till exempel en lokal bank ge medel till just sitt geografiska område medan andra delar kan bevilja medel för andra. Mer om en alternativ tanke på "paraply-finansiering" under förslag två längre fram.

3. Målgruppen – definition & stöd

Sociala ekonomins eventuella behov av finansiering?

Målgruppen – en brokig målgrupp med skepsis till lån.

Under intervjuerna har det tydligt framkommit att det inte finns en enskild tydlig målgrupp för finansiering genom en mikrofond oavsett om den är regional eller nationell. Sociala företag är en bred skara organisationer som är svåra att ringa in.

Dock framgår med tydlighet att kapitalfrågan alltid är bärande för om sociala företag skall kunna komma i gång och leva över tid. Flera av de intervjuade har också svårt med ekonomin även om de varit i gång en längre tid. Alla intervjuade har pekat på att likviditetsfrågan är viktig och extra stor vid starten. Problemet är dock målgruppens mognad i det affärsmässiga samt deras syn på lån.

Om vi börjar med målgruppens syn på lån visar flera intervjusvar att de sociala företag och organisationer som tillfrågats bär en skepsis till lån vid uppstart av sin verksamhet och snarare testar sin idé på egna medel innan de ser om den håller. Flera har också fått hjälp i starten via bidrag eller i ASFers fall via tilldelade betalda platser från till exempel Samordningsförbundet. Andra skaffar separata bidrag från tex Tillväxtverket för att kunna finansiera sina sociala företag. De sociala företag som drivits en längre tid och fått bättre lönsamhet har kunnat ta vanliga lån och bör då inte ses som del av den primära målgruppen.

Tittar vi vidare på affärsmässig mognad återkommer svar som pekar på att många av de som driver sociala företag inte är företagare i bemärkelsen att tillväxt och kapital står i centrum eller att erfarenhet finns av företagande. Många aktörer är drivna av idén kring att göra skillnad i samhället men bär på låg erfarenhet av att driva en affärsmässig verksamhet. Detta sitter också ihop med ett lågt risktagande gällande lånefinansiering. I flera fall säger även intervjusvar att branschen ASF ofta består av individer som själva behöver stöd och som har en brokig bakgrund. Det gör att chanserna för lånefinansiering redan är körd i botten. Det finns dock lyckade exempel som Skäggbyrån där ägaren har kunskap om både företagande och målgruppen men i flera intervjuer framkommer att ASF ofta drivs av en grupp som inte är finansiellt stark och saknar kunskap om att driva företag med lönsamhet.

Förslag till åtgärder.

Målgruppen sociala företag behöver utbildning och stöd i att driva lönsamma företag och projekt. Detta stöd behöver inte likställas med det som kan ges till rent vinstdrivande verksamheter utan ska snarare anpassas för målgruppen. Då erfarenhet och driv för idén är i centrum behöver rådgivning och stöd ges till organisationen för de mer affärsmässiga delarna.

Här är ett förslag att individer eller organisationer med idéer för sociala företag erbjuds program där företagande, tillväxt och affärsmässighet står i centrum. Där kan då saklig kunskap om lånefinansiering bakas in som kan leda till att fler vågar ta steget. Förslagsvis erbjuds denna utbildning av personal som är van att ge råd till bolag som vill växa, till exempel ALMI eller passande personal på Coompanion.

Ett ytterligare förslag är att haka på de organisationer som redan ger denna typ av rådgivning. Till exempel visar intervjuer med Leader att den rådgivning och stöd som ges mot dessa företag tar upp viktiga frågor som hur verksamheten eller projektet ska leva över tid. I dessa forum kan lånefinansiering bakas in och leda till att fler idéer vågar ta klivet.

Tidigare har även acceleratorprogram nämnts som en väg för stöttning. Skapas ett sådant kan man enklare se vilka företag som behöver vilket stöd. Detta går delvis att likställa med de

inkubatorprogram som LEAD driver i regionen. Där får idéer komma in i en miljö med rätt coaching och stöd i alla faser av företagets utveckling. Målet inom LEAD är att alla företag ska mogna till en nivå där de kan växa på lika villkor efter programmets slut.

Ett ytterligare förslag baserat på arbetet är att inte stirra sig blind på att socialt företagande behöver drivas i en specifik associationsform. Ekonomiska föreningar är idag den vanligaste formen men i

Mikrofonden Väst har man även valt att godkänna aktiebolag vid ansökningar så länge de har en demokratisk ägarform. Det har i sin tur lett till att målgruppen breddas och flera goda idéer kan växa. Detta kräver dock en kunskap och analys kopplat till hur ett aktiebolag till exempel återinvesterar medel i sin verksamhet. Den definition som Tillväxtverket satt gällande sociala företag bör följas oavsett form. Där tydliggörs att ett socialt företag ser affären som ett sätt att göra samhällsnytta, man mäter delvis sitt resultat i samhällsnyttiga mål och man för tillbaka delar av överskottet in i verksamheten. Detta kan så klart också inbegripa aktiebolag och enskilda firmor.

4. Marknadsföring – behov & satsningar

Hur ska fonden ringa in och nå sin målgrupp?

Brister i Marknadsföring.

Intervjuerna visar tydligt att målgruppen inte nåtts av Mikrofondens budskap. De flesta intervjuade känner inte till verksamheten. Dock får flera upp ögonen för möjligheten när information ges. Det pekar på att med rätt riktad marknadsföring kan budskapet leda till handling. Analysen säger att detta är en resursfråga i första hand då Coompanion som ansvarat för arbetet inte haft tillräckliga resurser att sprida ordet. Likaså är den informationen som finns på hemsidor och material allt för grund och behöver utvecklas.

Förslag till åtgärder.

1. Paketera Mikrofonden med tydliga nyttor och goda exempel.

Idag saknas goda exempel helt på de webbsidor som marknadsför den regionala fonden. På den nationella hemsidan finns exempel som kan kopieras och vara en grund. Vart efter regionala ansökningar godkänns kan man sedan fylla på med fler goda exempel. Viktigt här är påpeka enkelheten kring denna finansieringsform och att ställa metoden i jämförelse med hur bankväsendet fungerar i övrigt. Kommunikationen behöver också mycket tydligare förklara hur lånen eller investeringarna kan fungera. Vad kan man söka pengar till och vilka nyttor det kan ge. Här föreslås också att begreppen kring social ekonomi förenklas och blir mer inkluderade. Det behöver inte vara ett kooperativ på landsbygden som driver ett socialt företag och det behöver inte saknas finansiellt intresse för att klassas in i gruppen. Att bredda perspektivet och att tala om social innovation som något alla berörs av och som är en styrka för alla som både vill driva företag och samtidigt bidra till en mer hållbar framtid.

2. Uppsökande arbete och sälj.

Under intervjuerna framgår det att den generella vetskapen är låg om att Mikrofonden ens existerar. Detta beror som tidigare nämnts på att ingen personal haft tid till att söka upp intressenter och företag. Likväl inte tagit hand om nätverkande och opinionsbildning. Här krävs grovjobb där man behöver sälja in möjligheten via direktkontakt med en bredd av företag som utgör målgruppen. Ett exempel att kopiera hur ALMI jobbar för att nå ut. De tar hjälp av telemarketingföretag för initiala

kontakter där man kort beskriver de möjligheter som ALMI kan erbjuda. Man ringar in om det är rådgivning eller lån som företagen behöver. Affärsutvecklare på ALMI får sedan dessa underlag och tar kontakt för djupare diskussion. Här kan listor från SCB användas som registrerar alla ekonomiska föreningar, samfund etc. Lika så finns organisationen Skoopi som har breda nätverk inom ASFer. Gällande påverkan och opinion kan man bygga konferenser och seminarier i frågan som lockar fler till att lära sig mer. Denna typ av mötesplatser drivs av Mikrofondens Väst med god framgång.

3. Bredda nätverket och skapa partnerskap.

Att bredda antalet medlemsorganisationer in i Mikrofondens Östergötland är avgörande för att nå ut. Som tidigare nämnts har Mikrofondens Väst närmare 60 organisationer som medlemmar där man då också skapat kontaktlistor med alla medlemmar så att erbjudanden och kampanjer kan nå ut. Här bör en projektledare för Mikrofondens aktivt ta in nya medlemmar som kan agera. En start för detta kan vara att erbjuda de organisationer som signerat den regionala överenskommelsen med Region Östergötland att utgöra en start för nätverket. <https://www.seupp.org/overenskommelsen/>

5. Sammanfattning.

Efter att under våren 2022 genomfört denna förstudie råder ingen tvekan om att det finns potential i arbetet med att få fart på den Östgötska fonden. Men avgörande frågor och förutsättningar behöver komma på plats för att göra detta möjligt:

- Politiken på regional nivå behöver tillsätta utökade medel till satsningen på Mikrofondens. Detta rör såväl basfinansiering för drift såväl som ökade fondmedel.
- ALMI är en resurs för arbetet varvid deras uppdrag bör förtydligas så att det inbegriper stöd till sociala företag på en passande nivå som tidigare nämnts.
- Fler samarbeten och partnerskap behöver komma på plats med aktörer som på olika sätt kan stödja/nå målgruppen. Till exempel de regionala bankerna och Leader som visat intresse.
- Struktur med rådgivningsresurser, beredningsgrupp, styrgrupp behöver sättas och antalet medlemmar som står bakom fonden behöver bli fler.
- Målgruppen behöver breddas till organisationer som på olika sätt bidrar till en bättre framtid och där associationsformen inte är avgörande.
- Utbildning av målgruppen inom lönsamhet och tillväxt behövs så chansen ökar att initiativ överlever men också blir mogna för extern finansiering.
- Paketering, marknadsföring och sälj mot målgruppen bör komma på plats. Intressenter måste bearbetas aktivt och riktat.

Med ovan förslag samlat finns goda förutsättningar att få i gång arbetet med Mikrofondens i Östergötland och skapa bättre förutsättningar för att fler sociala företag i regionen växer och utvecklas.

Förslag 2.

En visionär paketering & utveckling för sektorn social/hållbara företag.

Inledning

Under uppdragets gång har tankar kommit på plats om att social ekonomi i regionen inte enbart behöver stöd från en fungerande Mikrofond för att utvecklas utan att ett bredare anslag även kan tas på frågan. Om förslag 1 byggde på att besvara frågan kring vad den existerande fonden behöver ta för steg för att utvecklas kan det vara relevant att också titta på hur en visionär önskebild kan se ut. I den bilden läggs tanken fram om att skapa ett program med ett paraply av organisationer som tillsammans kan bidra till målsättningen om att fler sociala företag ska starta och växa i regionen.

Viktigt att först slå fast är att Mikrofonden i Östergötland har en tydlig roll att spela och att man först måste låta Mikrofonden ta de steg som tidigare nämnts. Basfinansiering bör säkerställas, fonden måste växa, partnerskap behöver komma på plats, struktur i organisation såväl som ett attraktivt marknadsföring- och säljarbete. När detta finns på plats blir Mikrofonden Östergötland en huvudaktör inom nämnda vision.

Nu beskrivs en framtidsbild tre år fram i tiden som kan fungera som inspiration för den fortsatta resan.

Vision 2025 – East Sweden Sustainable Growth Program

Nu är det återigen dags för den stora tillväxtdagen för sociala och hållbara företag i Östergötland. 200 personer har samlats i Flygeln i Norrköping för att vara med vid den nu årligt återkommande tillväxtdagen för sociala och hållbara företag i Östergötland. Innan dagen har företag, föreningar och andra aktörer som vill utvecklas fått pitcha sina behov in i acceleratorsprogrammet ”**East Sweden Sustainable Growth Program (ESSGP)**” som basfinansiering från **Vinnova** och **Region Östergötland**.

Salen fylls av 25 skarpa organisationer som efter pitchning och affärsplansutveckling blivit godkända för det tre år långa utvecklingsprogram som nu väntar. Dessa organisationer har blandad associationsform och ursprung men kallas gemensamt för ”**Framtidsföretag**” då de har gemensam att deras affärsidéer eller planerade nysatsningar både ska värna samhällets hållbara utveckling samtidigt som de ekonomiskt ska kunna stå på egna ben och bära sina egna kostnader.

Bakgrunden till ESSGP är att Region Östergötland redan hösten 2021 klargjorde i den regionala utvecklingsstrategin att regionen behöver kraftsamla för att driva insatser för ekonomisk tillväxt som är hållbar för miljön och samhällsutvecklingen. Likaså att verka kraftfullt för förnyelseförmåga och konkurrenskraft som är till gagn för fler. Detta ledde till att beslutsfattarna i nämnden för regionutveckling tillsatte medel men också tydliggjorde sina uppdrag mot tillväxtorganisationer att verka för en kraftsamling för hållbart entreprenörskap på bred front.

I **acceleratorprogram** kommer Framtidsföretagen liksom LEAD-bolag få växtkraft och stöd med målet att idéer ska växa sig mogna till skalbara sociala och hållbara företag. Programmet leds av en styrgrupp med nyckelpersoner från **Team Östergötland** inom **Region Östergötland** som även avsatt två heltidstjänster för projektledning.

Som exempel på stöd har följande kommit på plats:

- **Linköping och Norrköping Science Park** erbjuder kreativa mötesplatser för företagen där de under 3 år gratis får nyttja både lokaler och innovationsutvecklare från organisationerna.
- **ALMI Östergötland** erbjuder alla en egen hållbar affärscoach som utbildar anställda inom hållbar tillväxt samt erbjuder flera hållbarhetscheckar till ett värde av 100 tusen kronor för konsultinvesteringar inom affärsmodulering.
- **Coompanion Östergötland** har tillsammans med **Leader** skapat ett speciellt EU-program för de Framtidsföretag som kombinerar företagande med landsbygdsutveckling och har avsatt såväl rådgivning, EU-medel samt lån hos Mikrofonden Östergötland för de med behov.
- **Mikrofonden** har nu 10 miljoner i investeringsmedel där man de senaste åren redan hunnit finansiera starten av två nya arbetsintegrerade sociala företag samt lagt grunden till två seniorboende i Kolmården drivna av bygdeföreningar.
- De **13 östgötska kommunerna** har ansvarat för marknadsföringen av programmet då deras affärsutvecklare som känner näringslivet bäst har genomfört framgångsrika säljkampanjer för att snoka upp de krafter som vill framåt.
- Även det privata näringslivet är inblandade där regionens **enskilda sparbanker** erbjuder gratis affärsrådgivning samt 100 tusen kronor vardera till 10 av Framtidsföretagen som kan knäcka de bästa idéerna för hur besöksnäringen kan växa i glesbygden.
- **Favafonden** erbjuder 2 miljoner i möjliga startup lån med målgruppen nysvenskar och **Länsförsäkringar Östgöta** går i spetsen bland bankerna med sin ”impact investments fund” som placerar 10 miljoner kronor i skalbara innovativa hållbara affärsidéer och där alla Framtidsföretag nu är anslutna.

Bland de 25 framtidsföretagen finns det en mångfald av ursprung i samhället. Aktiebolag blandas med idrottsföreningar, ekonomiska föreningar, samfund och bygdeföreningar. Några av de deltagande Framtidsföretagen är:

OK Denseln Skärblacka - "Jobbklubben"

Klubben som i sin grund bedriver orienteringsverksamhet för breddverksamhet ligger nu i startfasen för att starta sitt första arbetsintegrerade sociala företag. Bakgrunden är att man redan 2021 tog i mot flera Ukrainska familjer under starten av kriget i landet. Man hade sedan tidigare haft goda kontakter med Ukraina genom olika tävlingar men kunde nu stötta även med husrum i klubbens lokaler och med socialt och ekonomiskt stöd via sina medlemmar. Då kriget eskalerade under de kunde OK Denseln med stöd av Norrköpings kommun bedriva svenskundervisning för de nu 100 inflyttande Ukrainarna. Nästa steg blev arbete och med stöd från Billerud Korsnäs startades Jobbklubben. Starten har gått bra och flera Ukrainska flyktingar blandar nu studier i svenska med att praktisera på Billerud Korsnäs. En idé föddes på att nyttja gruppens samlade kunskaper inom underhåll, svets och städ genom starten av ett arbetsintegrerande socialt företag som nu också grundats. Målet är att växa över hela regionen och specialisera sig på underhåll av tekniktung industri som både kommer generera en affärsmässig lönsamhet och samtidigt ge nya individer chansen att komma ut på arbetsmarknaden.

Bulta ekonomisk förening - "No more greenwash"

Bulta jobbar med kommunikation och reklam i en kollektiv företagsform. Hösten 2022 tröttnade dom på att deras kunder pratade om att de ville jobba med hållbarhet men att det mest var snack och "greenwash". För att göra skillnad har nu Bulta tagit fram ett koncept på ett kommunikationsprogram för kunder som både vill växa och samtidigt bidra till FNs globala mål. Programmet kommer skapa livefeeds som används både i externt reklam syfte som för att kunder på ett rättvist sätt kommer kunna vara transparenta med hur deras klimatavtryck utvecklas. Behovet hos Bulta är att kommersialisera produkten på ett sätt så att fler kan nyttja den och samtidigt vill de anställa ett utvecklingsteam med unga hackers med behov av arbetserfarenhet men som inte gillar plugget. De tänker att deras tjänst kommer värna flera syften samt att kostnaden för tjänsten blir lägre som gör att fler kommer vilja köpa den.

Skäggetorp elskooterservice AB – "Tillväxtresan"

I Skäggetorp grundade Adel Habib 2022 sitt serviceföretag för elskootrar. Bakgrunden var att trenden med elskootrar utvecklats till att kvalitet på produkten kommit på efterkälken när konsumenter prispressat varorna. Olyckorna i samhället ökade då elskootrarnas bromsar gick sönder och då andra bärande delar var för dåliga. Adel som i sitt hemland Syrien var cykelreparatör fick idén att följa trenderna inom cirkulär ekonomi och helt enkelt erbjuda en tjänst där gamla slitna elskootrar kunde repareras och göras mer säkra. Genom finansiering av Mikrofonden Östergötland fick han startkapital till sin enskilda firma men när han sedan träffade Sawsan Amud från Libanon på Nyföretagarcentrum föddes idén på att skala upp företaget. Sawsan är civilekonom i botten och har precis blivit klar med SFI. De blev den perfekta matchen för att satsa framåt. Behovet av kapital och affärsplan är tydlig men med Adels kontakter med underleverantörer i sitt forna hemland tror de på idén och målet är att inom 5 år ha anställt 10 mekaniker genom Arbetsförmedlingens nystartade introduktionsutbildning för gamla bilmeckar från mellanöstern.

Programmet för den stora tillväxtdagen är nu igång och först på scen står Sveriges nya hållbarhetsminister Greta Thunberg. Greta håller ett kraftfullt tal där hon berömmar regionens gemensamma krafter för att så snabbt lyckats skapa en skalbar modell för att möjliggöra hållbar och kraftfull tillväxt för sociala och hållbara företag. Hon betonar att politikens mod, aktörernas intresse

och de nationella stödprogrammen har hittat ett arbetssätt som är unikt. Dessutom pekar hon på vikten av att näringslivet är en kraftfull aktör i programmet som visar på hur alla parter gemensamt kan samlas kring samhällets utmaningar.

Resten av dagen är ett fullsmetat program där inspiration blandas med success-stories och pitchtävlingar som avslutas med den stora hållbara tillväxtgalan på kvällen. Hela syftet blir en succé och i tidningarna dagen efter rapporterar Dagens Industri att Östergötland går i fronten för hållbar tillväxt i Sverige.

Bilder från dagen och kvällen:



Avslutande ord.

Den vision som målats upp är inte på något sätt omöjlig att nå men den kommer kräva en fokusering från beslutsfattare om att våga tillföra mandat, medel och personal till arbetet. Social ekonomi har en roll att spela och men en breddning av begreppet till sociala hållbara företag bör den spela in väl i regionens långsiktiga strategi inom den regionala utvecklingsstrategin.

Oavsett vilka första steg som tas önskar jag som skrivit både den inledande informationsinsamlingen och denna analys och förslagsdel all lycka framåt. Det har givit mig mycket att få en större inblick i denna sektor som är stor, bred och spretig men där det finns mängder av kraft som om den släpps fram kan skapa både ekonomisk och hållbar tillväxt som kommer komma till gagn för regions fortsatta utveckling.