

Förstudie

Kulturella och kreativa händer i Mälardalen

SLUTRAPPORT

Elin Danielsson
Projektledare

Slutrapport

Projektname Kulturella och kreativa händer i Mälardalen, ett samarbetsprojekt med de fem länen i Mälardalen, Sörmland, Stockholm, Västmanland, Uppsala och Örebro.
Projektledare Elin Danielsson
Projektperiod 2014-2015

Sammanfattning

Förstudien ”Kulturella och kreativa händer i Mälardalen” har genomförts under 2014-2015. Det har varit ett samarbetsprojekt mellan hemslöjdskonsulenterna i de fem länen i Mälardalen, Stockholm, Sörmland, Västmanland, Uppsala och Örebro. Projektet har haft sitt säte i Uppsala, på Upplandsmuseet. Länens kulturavdelningar har alla bidragit ekonomiskt till förstudien, vilket har gjort denna möjlig.

Det övergripande syftet med förstudien har varit att genom dialog med målgruppen (verksamma företagare inom slöjd, konsthantverk, hantverk, formgivning och småskalig hantverksmässig produktion) hitta adekvata insatser för att öka utövarnas omsättning inom KKN-fältet. Utifrån detta skall ett genomförandeprojekt arbetas fram

Projektet har genomfört en kartläggning med hjälp av en webbenkät, vilken sändes ut till 500 personer inom målgruppen, och resulterade i 250 svarande. Utifrån enkätsvaren valdes två teman ut att diskuteras vidare vid dialogmöten, nätverksbildande och vidare diskussion kring aktiviteter som företagarna ser behov av.

Under förstudien genomfördes dialogmöten i Västmanland, Sörmland, Örebro och Uppsala. Dialogmötena var mycket uppskattade av deltagarna och bidrog med mycket material till förstudiens resultat.

Utifrån kartläggningen via webbenkäten och dialogmötena har projektledaren i samråd med ledningsgruppen för förstudien formulerat förslag på vad ett gemensamt genomförandeprojekt skulle kunna innehålla. Dessa presenteras nu kort.

- Gemensam hemsida/karta
Likt de hemsidor som idag finns för till exempel mat och konst skulle en hemsida som syftar till att lyfta fram slöjdare och konsthantverkare i Mälardalen vara önskvärd. Förslaget är att ledningsgruppen tillsammans formulerar en kravspecifikation för offert. Frågor kring innehåll, målgrupp och vem som skall äga hemsidan samt administrera hemsidan måste också diskuteras vidare.
- Turnerande kurs/föreläsningsprogram i de fem länen
Målgruppen ser ett behov att lära sig mer kring marknadsföring och andra företagstekniska frågor. Dessa önskemål skulle kunna tillgodoses med en föreläsningsturné inom området.
- Vidare nätverksträffar
Deltagarna i dialogmötena har uttryckt en vilja att ses och nätverka mera. Projektledaren föreslår därför att hemslöjdskonsulenterna försätter att anordna nätverksträffar för målgruppen.
- Mentorskap
Under dialogmötena har flera coachande möten skett mellan företagarna. Tanken väcktes då kring ett mentorskapsprogram för slöjdföretagare. Ett eventuellt samarbete med Almi kan undersökas.

Inledning och bakgrund

”Under åren 2012-2013 genomfördes projektet Slöjdkunskaper som säljer som ett samarbetsprojekt mellan Stockholms, Sörmlands, Västmanlands och Örebro län. Projektet var ett kompetensutvecklingsprojekt för yrkesutövande slöjdare, konst- och kulturhantverkare i de fyra länen. Genom olika insatser erbjöds deltagarna föreläsningar, seminarier och workshops för att öka omsättningen från försäljning av tjänster i sina företag.

Inför fortsättningen har Uppsala län anslutit sig till gruppen och samverkan har nu samma geografiska område som Mälardalsrådet. I Uppsala län har projekt ”Från lamm till tröja” genomförts och där var dialogen med projektdeltagarna viktig för att identifiera relevanta insatser i projektet. Genom att korsbefrukta erfarenheter från Uppsalaprojektet med erfarenheter från Slöjdkunskaper som säljer ser vi att vi kan öka förutsättningarna för ett positivt resultat med föreliggande förstudie.”¹

Tidigare insatser och den analys som gjorts av dessa gav underlag för att inse vikten av att fördjupa dialogen med utövarna. Genom dialog kan verkningsfulla insatser erbjudas för en positiv företagsutveckling inom de kulturella och kreativa näringarna (KKN)² med avgränsningen för målgruppen. Målgruppen i förstudien är verksamma företagare inom slöjd, konsthantverk, hantverk, formgivning och småskalig hantverksmässig produktion.

I Stockholms, Sörmlands, Uppsala och Örebro län är länshemslöjds konsulentverksamheten knuten till läns museer och i Västmanlands län till Västmanlands läns hemslöjdsförbund. Ett samarbete inom ramen för det näringsinriktade slöjdområdet stärker slöjdverksamheten i regionen. Mälardalen är ett expansivt område där goda förutsättningar finns för en positiv företagsutveckling. Här finns storstad och landsbygd. Avstånden är korta vilket underlättar transport och kommunikation.

Med hjälp av medel från de fem landstingen/regionerna som är med i projektet kunde denna förstudie genomföras.

Projektbeskrivning

Denna förstudie avser att lägga grunden för ett gemensamt genomförandeprojekt i Stockholms, Sörmlands, Västmanlands, Uppsala och Örebro län. Förstudien består av två delar. Den ena delen är analys och utvärdering av en kartläggning som genomfördes genom en webbenkätstudie under januari-februari 2015.

Den andra delen var en dialogprocess då målgruppen bjöds in till dialog för att identifiera vilka insatser ett genomförandeprojekt behöver innehålla för att stärka företagsutvecklingen inom målgruppen i kontexten kulturella och kreativa näringar.

¹ Citerat från projektbeskrivningen.

² I rapporten används förkortning för (KKN) för Kulturella och kreativa näringar

Dialogen med utövarna själva har varit projektets kärna och dess största styrka. Många undersökningar visar på att det är just dialogen med företagarna inom KKN som fattas när näringsstärkande projekt och insatser planeras för området.³

Syfte och mål

Genom ett samarbete mellan de fem länen ger förstudien en bred plattform för ett utökat utbyte av kompetens, kontakter och en breddning av utövarnas marknad. Regionen stärks inom KKN-fältet genom välutbildade företagare, breda nätverk och en god marknadskunskap.

Förstudiens övergripande syfte är att genom en utvecklad och väl förberedd dialogprocess med målgruppen i de fem länen, identifiera adekvata insatser för att öka utövarnas omsättning inom KKN-fältet.

Målet med förstudien är:

- att skapa ett nätverk och register av yrkesmässiga utövare i de fem länen
- att genomföra ett dialogmöte i de fem länen och ett avslutande seminarium som sammanfattar hela dialogprocessen
- att utifrån dialogprocessen skapa underlag för, definiera och formulera ett genomförandeprojekt som baseras på utövarnas behov av kompetenshöjning, stöd och vägledning för att utveckla sina företag inom KKN-fältet.

Avgränsningar

Rapporten omfattar inte frågan om skapandet av en branschorganisation. Detta var inledningsvis ett delsyfte med projektet, men under projektets gång har en annan förstudie angående branschorganisation initierats och genomförts av Anders Lindberg och Niklas Karlsson. Projektledare har Elina Holmberg varit och som projektägare har Slöjd i Väst i Västra Götalands varit, Gävleborgs läns hemslöjdskonsulent har även suttit med i styrgruppen för förstudien.

Ytterligare en avgränsning är att Stockholms län inte har genomfört något dialogmöte under förstudien, eller levererat svar till den gemensamma webbenkäten.

Det har inte heller genomförts något slutseminarium under ramen för förstudien, men det finns tankar inom ledningsgruppen att genomföra detta efter förstudien.

³ Karlsson och Lekvall, 2011, s 67

Tidslinje

Projektet kan beskrivas genom följande milstolpar:

- Sammanställning inom respektive län av adressregister till målgruppen under hösten 2014
- En gemensam webbenkät skickades ut som en första kartläggning till drygt 500 personer inom målgruppen i Sörmland, Uppsala, Örebro och Västmanland i början av januari 2015.
- Under första kvartalet 2015 rekryterades en projektledare, Elin Danielsson.
- En processledare rekryterades under februari 2015, Erika Lind från KaribuProject.
- Dialogmöten genomfördes under maj-september 2015 i Västmanland, Sörmland, Örebro och Uppsala län.
- Hösten 2015 ägnades åt analys, avrapportering och utveckling av genomförandeprojekt

Organisation

Styrgrupp

Bestod av kulturcheferna i de fem länen. Förstudien kommunicerades kontinuerligt med styrgruppen.

Ledningsgrupp

Bestod av en hemslöjdskonsulent från varje deltagande län.

Projektledare

Projektledaren jobbade på uppdrag av ledningsgruppen. Projektledaren har skrivit minnesanteckningar till de möten som skett med ledningsgruppen. Projektledaren arrangerade dialogseminarierna och engagerade en processledare som ledde dialogerna ute i länen. Projektledaren har även skrivit förstudiens rapport samt kom med förslag på genomförandeprojekt

Metod

Ambitionen med förstudien har varit att fånga upp erfarenheter och idéer från utövarna med hjälp av följande metoder.

Kartläggning/Webbenkät

En omfattande kartläggning av hur målgruppen ser på sina villkor som företagare inom sin bransch genomfördes via en webbenkät. Webbenkäten utarbetades av ledningsgruppen och bestod av 30 frågor och användes som ett verktyg för få en förståelse för målgruppens situation. Denna enkät användes sedan som utgångspunkt för de dialogmöten som genomfördes under förstudien.

Dialoger med verktyg

I dialogerna fördjupades samtalen kring de frågor som lyftes i enkäten. Vilka aktörer och aktiviteter som det tilltänkta nätverk skulle kunna innehålla diskuterades med hjälp av flera metoder och verktyg som rör projektledning. Verktyg som SWOT, hisstest, bikupor, brainstorming, prickritering⁴ samt aktörsanalys och tänkbara aktiviteter.

Uppföljning och utvärdering

Efter varje dialogmöte har deltagarna uppmanats att fylla i en utvärderingsenkät, vilket majoriteten av deltagarna har gjort. Projektledaren uppmanade även deltagarna att återkoppla efter mötets genomförande om de önskade att ytterligare kommentera, ställa frågor eller ge förslag för projektet⁵.

Kontinuerlig uppföljning har skett under genomförandet genom utbyte under möten och avrapportering inom ledningsgruppen och styrgruppen. Projektledaren har kontinuerligt stämt av under arbetets gång till ledningsgruppen. Ledningsgruppen har lämnat in synpunkter och tagit beslut i aktuella frågor. Möten i ledningsgruppen tillsammans med projektledaren har skett med ca 6 veckors mellanrum.

⁴ deltagarna får prioritera bland flera alternativ vilka de anser vara viktigast genom ett antal prickar som de fäster på materialet

⁵ enkäten läggs i en bilaga till rapporten

Projektets genomförande

Startpunkten för förstudien togs i ett möte mellan de fem länens hemslöjdskonsulenter i januari 2014. En projektbeskrivning av förstudien färdigställdes augusti 2014 och en webbenkät skickades därefter ut till målgruppen under januari-februari 2015, fränsett Stockholm.

Projektledare för förstudien, Elin Danielsson, anställdes i januari 2015 på 25% under 2015. Erika Lind från företaget KaribuProject, kontaktades i februari 2015 och fick i uppdrag att vara processledare under förstudiens fem planerade dialogmöten.

Enkätsvaren behandlades i styrgruppen under möte i Uppsala den 24 februari. De efterföljande dialogerna syftade till att fördjupa frågeställningar och resultat i enkätsvaren. I synnerhet två element i enkätsvaren, behovsanalysen och idén om nätverksbildande, valdes ut att ytterligare diskuteras och analyseras under dialogmötena.

Under våren 2015 ägnades tid åt att analysera projektets syfte, målsättningar, tilltänkta målgrupper för att på bästa sätt planera inför de kommande dialogmötena för att uppnå önskat resultat. Förslag till upplägg av dialoger presenterades av processledaren och projektledaren på ett möte med ledningsgruppen i april 2015 som godkände förslaget med små justeringar. Textförslag för inbjudan och tilltänkta kanaler för utskick har även diskuterats i ledningsgruppen. Respektive läns hemslöjdskonsulent avgjorde lämpliga kanaler att sprida inbjudan till dialogmötena i, och såväl projektledare som hemslöjdskonsulent ansvarade för utskick av denna.

Kartläggning via webbenkät

Ledningsgruppen för projektet Kreativa och kulturella händer i Mälardalen beslöt att som inledning i projektet göra en kartläggning av personer som på olika sätt arbetar kreativt inom slöjd, konsthantverk, hantverk, byggnadsvård, formgivning, småskalig hantverksmässig produktion och materialleverantörer av hårda och textila material.

Hösten 2014 genomförde fyra av de fem länen kartläggningen och tillsammans hade man kontakt med och kännedom om drygt 500 personer som fick webbenkäten skickad till sig via mail. Enkätens innehåll och frågor utarbetades av ledningsgruppen. Webbenkäten skapades av Västmanlands läns hemslöjdsförbund och respektive län skickade själva ut den i början på 2015.

Svar på enkäten kom inom loppet av 2-3 dagar efter utskicket. Påminnelse skickades ut. Webbenkäten stängdes 24 februari. Totalt genererade enkäten 249 svar.

Frågorna i enkäten var en blandning av att kryssa i olika alternativ och att lämna fria svar.

Som bilaga till denna rapport finns utvalda delar av enkäten presenterade, för den fullständiga enkäten, kontakta projektledaren eller ledningsgruppen.

Dialogmötena

Upplägget på dialogmöten var detsamma på alla fyra platserna. Vi valde att förlägga mötet under eftermiddag/kvällstid för att möjliggöra för så många deltagare som möjligt att delta. Mötet var uppdelat i två etapper, och deltagarna kunde själva avgöra om de hade möjlighet delta i båda delarna, eller om de bara kunde delta under en av två delar.

Dialogmötenas olika delar och dess resultat kommer att diskuteras närmare längre ner.

Västmanland

Dialogmötet i Västmanland ägde rum i Västerås den 21/5 på Aros Congress Center. Från målgruppen var 8 deltagare representerade samt 4 länsghemslöjds konsulenter. Då det var det första dialogmötet så uppmuntrades deltagande från länsghemslöjds konsulenter från projektledaren för att se hur mötet fungerade.

Sörmland

Dialogmötet i Sörmland hölls i Katrineholm på Hotell Statt 2/6 med 8 deltagare från målgruppen och 2 länsghemslöjds konsulenter samt 1 konstkonstulent.

Örebro

Mötet i Örebro hölls den 9/9 på City Konferens i Örebro. Från målgruppen var 16 anmälda, varav 12 kom till mötet. Utöver dessa så var 1 länsghemslöjds konsulenter närvarande.

Uppsala

Dialogen i Uppsala hölls den 28/9 på hotell Park Inn i Uppsala. Det var 9 anmälda till mötet, varav 6 kom. Utöver dessa så var en länsghemslöjds konsulenter på plats.

Stockholm

Stockholm har inte genomfört något dialogmöte.

Efter varje dialogmöte har projektledaren sammanställt och renskrivit deltagarnas bidrag. Detta underlag har inom 1-2 veckor sänts ut till samtliga deltagare för att de ska få inblick i processen, samt kunna kvalitetssäkra och ta del av materialet.

I den avslutande fasen av projektet har projektledaren sammanställt och analyserat samtliga bidrag från de fyra dialogmötena. Underlaget har använts till att skissa på förslag till kommande genomförandeprojekt. Rapporten kommer att sändas ut till samtliga respondenter för enkäten samt deltagarna i dialogmötena.

Dialogmötenas upplägg

Dialogerna tog avstamp i det egna företagandet. Deltagarna delades in i grupper om fyra personer. Första uppgiften var ett så kallat *Hisstest* som går ut på att varje deltagare får beskriva sitt företag under en minut för de övriga i sin grupp. Med hjälp av en *SWOT-analys* fick deltagarna sedan göra en nulägesanalys, tänka kring sitt eget företag och analysera dess

inre förutsättningar under styrkor och svagheter, och även göra en analys av hur omvärlden påverkar företaget genom att ställa upp hot och möjligheter.

Sedan följde en presentation av nätverkstanken som genomsyrade mötet. Genom att visa på två befintliga nätverk inom det aktuella området⁶, fick deltagarna en ingång i hur de kunde diskutera ett blivande nätverk. Första uppgiften i det här blocket handlade om att tillsammans *Brainstorma aktiviteter* för ett tilltänkt nätverk. Efter en intensiv brainstormning, som skedde både två-och-två i *Bikupor* och i grupperna om 4, fick deltagarna *Prickoritera* aktiviteterna. Med hjälp av prickar i två olika färger fick de prioritera vilka aktiviteter som de såg som viktiga och mycket viktiga i nätverket utifrån sitt företags behov. Deltagarna fick sedan arbeta med att hitta aktörer som skulle kunna ingå i nätverket med hjälp av en *Aktörsanalys*. Denna innebar att deltagarna fick, utifrån de aktiviteter som de listat som viktiga, arbeta med vilka aktörer som skulle klassas som nyckelaktörer, viktiga aktörer och vilka som har en mindre roll, men ändå är bra att knyta till nätverket.

⁶ Som exempel använder nätverket "Från lamm till tröja" och "Folk och Form"

Resultat

*"Förväntat resultat av denna förstudie är att få underlag till ett genomförandeprojekt som vänder sig till målgruppen och placerar insatserna på en sådan nivå att det ger en faktisk effekt på företagens utveckling."*⁷

Kartläggning med hjälp av en gemensam webbenkät

Enkäten som skickades ut under jan-feb 2015 skickades till drygt 500 personer inom målgruppen, totalt svarade 249 personer på webbenkäten. Intressanta strömningar i enkäten är att flera av de svarande inte i första hand anser sig vara slöjdare, utan snarare hantverkare/konsthantverkare. Det finns även intressanta tendenser som visar att flertalet som arbetar heltid med sitt företagande uppskattar sin tid till att de arbetar *mer* än 40 timmar/vecka. Många av de svarande anger att de skulle vilja ha stöd i marknadsföring och hur en bygger en hemsida.

Stockholm har inte levererat några svar från webbenkäten, underlag saknas därför från Stockholms län.

Enkäten har gett ledningsgruppen en bra lista på kontakter och kan därför sägas uppfylla ett av de målen som projektet har, nämligen en förteckning över aktiva slöjdare. Ledningsgruppen kan fritt sortera i svaren för att finna kontakter utifrån olika parametrar.

Dialogmöten

Som nämnts ovan har fyra stycken dialogmöten genomförts inom förstudien. Dessa har givit mycket goda resultat som beskrivs nedan. Efter att de olika momenten i dialogmötena presenterats, kommer ett kort förslag till genomförandeprojekt av projektledaren. Detta är markerat med fet stil.

Lokala informella nätverk

Dialogmötena gav inte bara projektorganisationen goda kontakter och mycket material att arbeta med inför en genomförandeprojekt, det blev även en grogrund för nya kontakter mellan deltagarna. Dialogmötena var ett sätt för deltagarna att ses, dela erfarenheter och skapa nya kontakter på lokal nivå. I och med att deltagarna arbetade tillsammans i smågrupper bildades en god stämning mellan företagarna och de kunde se in i varandras företag. Deltagarna vittnade om att de såg stora vinster med att ses, de peppade och coachade varandra i företagandet och kunde dela med sig av de svårigheter de upplever i sina företag och hjälpa varandra att se lösningar.

Projektledaren har uppmanat länshemslöjdskonsulenterna att hålla kontakten med deltagarna som alla uttryckte en önskan att ses och nätverka snart igen.

Hisstest

I deltagarnas första uppgift under kvällen, att presentera sitt företag på en minut, fick vi alla en inblick i vad de ser som viktigt att lyfta fram i företagandet. Deltagarna tyckte detta var en

⁷ Citatet är hämtat projektbeskrivningen

bra första uppgift som fungerande avväpnande. Deltagarna fick också tänka till, vad är det egentligen som är kärnan i mitt företag.

Nulägesanalys SWOT

I nulägesanalysen fick deltagarna möjlighet att tänka kring sitt eget företag och dess inneboende svagheter och styrkor med hjälp av en SWOT-analys. Genom att deltagarna även fick tänka kring de möjligheter och hot som finns utanför företaget, så lyfter företagarna blicken från den egna världen till den stora. Genom denna växelverkan mellan det interna och det externa, kom det upp mycket nya idéer.

Deltagarna tog med lätthet sig an uppgiften, och det som återfinns nedan är en sammanställning av det som kom upp flera gånger i de SWOT-analys som gjordes under de fyra dialogmötena. De är sammanfattade av projektledaren.

Styrkor

Unika produkter
Kvalitet
Småskalighet
Passion för det en gör
Flexibilitet i processen
Kreativa
Full kontroll/självständighet
Kompetens/yrkesskicklighet
Kundanpassat

Samtalen handlade mycket om att de är ensamma i sitt företag som en positiv aspekt. De har koll på processen och kan arbeta nära kunden. De arbetar med hållbarhet och kvalitet och med unika produkter.

Svagheter

Ensam –gör allt själv
Ekonomiskt utsatt
Tidsbrist
Ingen naturlig mötesplats
Marknadsföring, sociala medier
Sårbarhet vid sjukdom etc
Prissättning

Tidsbrist, ensamhet och ekonomisk utsatthet är återkommande genom alla dialoger som svagheter inom företaget. Svårigheter med marknadsföring och att prioritera den tid som företagarna har för att uppdatera hemsidor/ sociala medier, vad ger bäst resultat? Det är sårbart att vara ensam i företaget i och med sjukdom och skador.

Möjligheter

DIY, människor vill göra själva
Hållbarhet/gröna rörelsen
Sociala medier
Trendigt med handgjort och unika produkter
Nätbutik
Nätverk
Mentorskap

Deltagarna ser den växande DIY-trenden som en möjlighet. Ger möjlighet till kurser. Den växande ekotrenden som en möjlighet för företaget. Några grupper framhåller ett nätverk som en möjlighet. Sociala medier nämns. Handgjort och unicitet som trendigt lyfts.

Hot

Sjukdom, skada, sjukförsäkring?
Ekonomi, konjunktur, moms
Konkurrens med hobbyslöjdare/billiga produkter
Plagiat, sociala medier

Prisdumpningar från hobbyverksamhet, men även från fabriksstillverkade föremål som ska se handgjorda ut lyfts fram som en orättvis konkurrens. Många oroar sig för det ekonomiska läget i Sverige, och lagstiftningar som kontrollerar moms etc.

Sammanställningen visar tydligt att målgruppen visar upp samma tendenser som andra företagare inom KKN⁸. De oroar sig för ekonomi och för att tiden ska gå ihop. De är ensamma i sitt företagande, vilket de ser som både en styrka och en svaghet, de berättar många gånger om hur de gör allt själva i sitt företag, marknadsföring, ekonomiskredovisning, tillverkning av produkter och så vidare. Analysen visar dock också på att de drivs av en stark passion och en vilja att utvecklas i sitt skapande, även om det är tufft så arbetar de med det brinner för.

En svaghet som nämns är att de inte alltid vet hur de ska fördela den tid som de har i sitt företagande, är det värt tiden som går åt för att uppdatera hemsidor, lära sig förstå sociala medier? Vad som är viktigt att fokusera på återkommer som en fråga.

I ett genomförandeprojekt kan det utifrån denna information finnas en vinst i att anordna en föreläsning eller kurs på temat hur en bäst använder sociala medier och marknadsföring via hemsida för målgruppen. Detta skulle till exempel kunna vara del i en föreläsningsserie som turnerar runt i de olika länen.

Aktiviter för ett blivande nätverk

Under dialogmötena initierades tanken kring att bilda ett nätverk för målgruppen i Mälardalen. Nätverkstanken var något som plockades upp från webbenkäten och därför fördjupades samtalet kring detta under mötena.

Uppgiften för denna programpunkt handlade om att utifrån den SWOT-analys som deltagarna gjort precis innan, finna aktiviteter som de såg skulle kunna göra skillnad i företaget. De fick börja med att arbeta i bi-kupor två och två för att sedan gå över till att återigen arbeta i grupper om fyra. Deltagarna skulle helt utan att värdera i detta första steg, brainstorma fram så många idéer som de kunde komma på, som de på något sätt trodde skulle kunna hjälpa dem i sitt företag. Aktiviteterna skulle även inordnas i Lokala, Regionala, Nationella och Digitala.

Nästa steg var en vernissage som skedde under det fika som serverades under kvällen. Deltagarna fick då ta del av varandras listade aktiviteter. Steget därefter blev så att prioritera de aktiviteter som kommit upp. Varje deltagare fick därför fyra stycken prickar, två röda och två gröna, där de gröna skulle placeras på de aktiviteter som de såg som ”mycket viktiga” och de gröna på aktiviteter som sågs som ”viktiga”.

Nedan återfinns en sammanställning av de aktiviteter som fått flest röda prickar, tabellen är utan inbördes ordning.⁹

⁸ Karlsson och Lekvall, 2011, s.57ff. Se även NUTEK 2008.

⁹ Länsghemslöjds konsulenter har även tilldelats en renskriven version med *alla* aktiviteter, och de har uppmuntrats att hålla listan i minnet för framtida aktiviteter i det egna länet.

| LOKALA | REGIONALA | NATIONELLA | DIGITALA |
|---|--|---|---|
| Kollektiva verkstäder | Kurser T.ex: *Bokföring *Marknadsföring *Kursupplägg | Politisk påverkan. Kan vara med aktuellt för branschorganisation som undersöks i skrivande stund i Västra Götaland. | Digitala kurser, i tex digitala verktyg |
| Frukostmöten, studieresor och besök hos varandra inom nätverket | Mässa/utställning | | En "karta" eller gemensam plattform/hemsida för att visa upp sitt företag. Ex: jamtform.se |
| Konsthantverk/slöjdrundor | Konsthantverk/slöjdrundor | | |

Det som syns tydligt i sammaställningen är att målgruppen efterfrågar hjälp med kurser kring digitala verktyg, men också en gemensam hemsida/plattform för gruppen att marknadsföra sig på.

Det är också tydligt att deltagarna vill ses och nätverka igen, samt gärna kunna jobba mer tillsammans i framtiden. De efterfrågar även centralstyrda konst och hantverksrundor.

Utifrån detta kommer projektledaren att föreslå att läns-hemslöjds-konsulenterna håller kontakten och möjliggör möten mellan personerna i målgruppen. Projektledaren föreslår även att ledningsgruppen vidare diskuterar hur en gemensam hemsida skulle kunna utformas och administreras.

Läns-hemslöjds-konsulenterna kan även ta kontakt med de olika konstrundor som finns i de olika regionerna för att eventuellt öka samarbetet och få in fler från målgruppen i de befintliga konstrundor som finns idag.

Aktörs- och nätverksanalys

I aktörsanalysen ombads deltagarna att utifrån sina önskemål kring aktiviteter, finna aktörer som skulle behövas i nätverket. De ombads tänka stort och fritt i sina förslag. De fick även föra in de aktörer som de fann av vikt i tre olika kategorier, Nyckelaktörer, Viktiga aktörer och Relaterade aktörer.

Dessa har sedan skrivits rent av projektledaren som även har hittat mönster och strömningar i det som listades. Det som återfinns nedan är en sammanställning av de aktörer som kom upp flera gånger, och som således ses som viktiga för målgruppen i deras nätverk.

| NYCKELAKTÖRER | VIKTIGA AKTÖRER | RELATERADE AKTÖRER |
|-----------------------------------|------------------------|--------------------------------------|
| Kommunen | Konsthantverkarcentrum | Svenska handelskammaren |
| Hemslöjdskonsulenter | Almi | Svensk form |
| Slöjdare, formgivare, hantverkare | Turistorganisationer | Skolor |
| Branschorganisationer | Betald projektledare | Slöjdföreningarna |
| Banker och stora företag | | Materialleverantörer/ Producenter |
| Studieförbund | | Tillväxtverket |
| Länsstyrelsen | | Skatteverket |
| Landstinget | | |

Sammanställningen visar att gruppen ser nätverket som välförankrat på lokal nivå med både kommun och landsting som självklara aktörer i nätverket.

Andra självklara aktörer är hemslöjdskonsulenter och slöjdare. Att de anger banken och stora företag som en nyckelaktör beror på en diskussion kring finansiering, något många av deltagarna angav som en viktig del i ett fungerade nätverk.

Projektledaren föreslår att ledningsgruppen arbetar vidare med tanken på ett nätverk som sträcker sig över Mälardalsområdet. Ett förslag är att bjuda in alla de som listas som nyckelaktörer till ett stormöte tillsammans med målgruppen, för att gemensamt mötas och samtala kring de aktiviteter som lyfts fram som viktiga. På detta gemensamma möte bör även rapporten från förstudien presenteras.

Utvärdering av dialogmöten

Utvärderingen som lämnades ut i samband med dialogmötena besvarades av en stor majoritet av deltagarna. Överlag får mötena goda betyg, ett medel på 4,1 på en 5-gradig skala. Många av deltagarna skriver i utvärderingarna att de inte riktigt visste vad de hade att vänta sig, men att det var en inspirerande och positiv upplevelse. I utvärderingen efter ett möte ifrågasätts det låga deltagarantalet, medan samma antal deltagare på ett annat möte har lyfts som en styrka för mötet. Många betonar också hur viktigt det var att tillsammans få tänka till kring sitt företag och att mötas. De skriver att de gärna vill fortsätta att ses.

På frågan vad deltagarna anser att läns hemslöjds konsulenterna kan hjälpa dem med, så svarar många att de ser dem som en ”spindel i nätet”. De vill också se en uppföljning av projektet och gärna fler utställningar, mässor och marknader.

Förslag på genomförandeprojekt

Efter förstudien är det viktigt att hålla kontakt med målgruppen. I samråd med ledningsgruppen har projektledaren skisserat några förslag på genomförande projekt, som ifrån den kunskapsinhämtning som har skett under dialogen med målgruppen, bör ha en positiv inverkan på företagen. Dessa har presenterats under resultatet av dialogmötena, men kommer här att preciseras ytterligare.

- **Anordna en föreläsningar eller kurs i relevanta ämnen för gruppen**

Det finns en törst efter kunskap kring hur sociala medier bäst används och hur en hemsida byggs och underhålls. Det finns också önskemål kring föreläsningar rörande företagstekniska frågor så som bokföring och moms. I och med samarbetet i de fem länen är det en idé att tillsammans skissera ut vilka föreläsare som är intressanta för målgruppen och låta dem åka till samtliga län och föreläsa. Eventuellt skulle en större föreläsning kunna hållas i ett län.

- **Arbeta vidare med idén om ett större nätverk**

Projektledaren föreslår att ledningsgruppen arbetar vidare med tanken på ett nätverk som sträcker sig över Mälardalsområdet. Ett förslag är att bjuda in alla de som listas som nyckelaktörer till ett stormöte tillsammans med målgruppen, för att gemensamt mötas och samtala kring de aktiviteter som lyfts fram som viktiga. På detta gemensamma möte bör även rapporten från förstudien presenteras.

Ett nätverk som sträcker sig över fem regioner kan lätt bli vingligt, och det är därför viktigt att de lokala nätverken underhålls och att länsghemslöjdskonsulenterna möjliggör för fler möten inom det egna länet med målgruppen. Att få ses och prata lyfts fram som mycket positivt av de flesta som deltagit i förstudien, och vikten av detta betonas därför länsghemslöjdskonsulenterna kan även ta kontakt med de olika konstrundor som finns i de olika regionerna för att eventuellt öka samarbetet och arbeta för att fler från målgruppen ska komma in i de befintliga konstrundor som finns idag.

- **En gemensam hemsida**

Detta är något som har kommit upp som förslag på samtliga dialogmöten. Att gemensamt kunna marknadsföra sig är något som efterfrågas. Det är en hel del frågor som är kvar att diskuteras innan en sådan sida skulle kunna lanseras, men det är av stor vikt att detta undersöks närmare. Frågor som behöver lyftas inom ledningsgruppen är hur en sådan sida skulle kunna administreras, vart ägandet för en sådan skulle ligga och hur innehållet skulle se ut. Utifrån detta bör ledningsgruppen skriva en kravspecifikation att skicka ut för offert. Som inspiration kan hemsidor med liknande funktion som finns redan idag användas, så som www.matiuppland.se www.jamtform.se med flera.

- **Mentorskap**

Länsghemslöjdskonsulenterna bör se över möjligheten utarbeta ett mentorskap tillsammans med tex Almi i regionen. Idag når inte de företagsstöd som finns kulturföretagare, eftersom

de ofta har en annan syn på företagande¹⁰. Detta skulle kunna åtgärdas genom att länshemslöjdskonsulenterna fungerar som länk mellan exempelvis Almis mentorskapsprogram och målgruppen för denna förstudie.

Erfarenheter

Förstudien har bidragit till flera erfarenheter och insikter om både process och organisation. Deltagarna har uppskattat att få delta i dialogerna, att få nya kontakter och nätverk med andra slöjdare, att få ta del av varandras kontaktuppgifter samt att få del av det sammanställda materialet från den dialog där de deltagit. Mötet med andra verksamma var för många deltagare den största behållningen av förstudien. Deltagarna har förväntningar på att respektive hemslöjdskonsulent upprätthåller kontakten med deltagarna i de lokala informella nätverk som bildats.

Appliceringen av för många av deltagarna helt okända projektledningsverktyg, som SWOT och aktörsanalys, har fungerat över förväntan. Deltagarna har på kort tid kunnat ta till sig och problemfritt kunnat använda dessa verktyg under mötena. Strategin att använda konkreta och pedagogiska exempel från andra liknande nätverk inom branschen har varit mycket positiva då deltagarna kunnat reflektera och analysera utifrån dessa och applicera på sin egen verklighet.¹¹

Ytterligare erfarenhet är att arbetsintensiva kvällsmöten kan fungera fantastiskt bra. Om upplägget är varierat både till arbetsform och innehåll, i detta fall en växelverkan mellan individuella uppgifter och gemensamma i olika faser, så blir det dynamik i arbetsprocessen.

Samverkan över länsgränserna i projektet har både varit en styrka och en utmaning. Att mötas över länsgränserna som hemslöjdskonsulenter skapar mervärde och bidrar med förstärkta kompetenser. Det i sig kan bidra till en högre kvalitet i projektet. Utmaningen i samverkan kan vara att kompromissa kring olika frågor som rör genomförande, form och innehåll.

Flera deltagare kommenterade även att upplutningen var mindre än förväntat och även frågan om antal deltagare behöver genomlysas. Å andra sidan blev mötena väldigt effektiva och gav stor utdelning även om deltagarantalet var litet, vilket kan indikera att det inte kvantiteten av deltagare som avgör resultatet av ett dialogmöte.

I efterhand har det även diskuterats om den inledande webbenkäten borde ha analyserats närmare. Då den finns kvar så är det något som ledningsgruppen skulle kunna gå tillbaka till och göra ytterligare analyser av i framtiden, men kanske skulle en djupare analys av webbenkäten kunnat skapa ytterligare ingångar i dialogen med målgruppen. Då projektledaren föreslår att länshemslöjdskonsulenterna håller kontakten med målgruppen, finns det inget som talar emot en vidare dialog med avstamp i webbenkäten.

¹⁰ DK LL 2002 (och 2010?)

¹¹ de exempel som använts är Från lamm till tröja och Folk och form

Bilagor

Inbjudan till dialogmöte

Webbenkäten

Källor

Karlsson, David & Lekvall, Lotta (2011). *Örnarna och myrstacken -vad vet vi om kulturnäringsarna?* Göteborg: Nätverkstan Västra Götalandsregionen. Tillgänglig på Internet:[http:// www.natverkstan.net/files/2010/03/ornarna_slutrapport_110925.pdf](http://www.natverkstan.net/files/2010/03/ornarna_slutrapport_110925.pdf)

Persson, Jan T. (red.) (2008). *Hemslöjden som näringsgren*. Stockholm: Verket för näringslivsutveckling (NUTEK)