
NATIONELL AGENDA

*för företagsutveckling av området slöjd, konsthantverk
och småskalig designproduktion*

Inledning

Agendans mål och mottagare

Målet för nationell agenda är att förbättra företagens möjligheter till ett positivt ekonomiskt utfall. Den vänder sig till myndigheter och regioner samt till branschorganisationer och högskolor inom området. Agendan har tillkommit i dialog mellan myndigheterna Tillväxtverket och Nämnden för hemslöjdsfrågor och branschorganisationerna Stiftelsen Konsthantverkscentrum, Sveriges Konsthantverkare och Industriformgivare (KIF), Sveriges designer och Svensk Form. Projektet har finansierats av Tillväxtverket och Nämnden för hemslöjdsfrågor. Konsthantverkscentrum har lett projektet.

I agendan presenteras konkreta nationella insatser för att utveckla kulturföretag inom slöjd, konsthantverk och småskalig design. Med kulturföretag avses professionella utövare inom dessa tre branscher som är verksamma i företaget. Gemensamt för de tre områdena är att de i hög grad utgörs av mikroföretag med småskalig produktion. Företag i dessa branscher omsätter vanligtvis under en miljon kronor och drivs oftast av en person alternativt några få.

Områdenas samhällsekonomiska betydelse

De flesta av de kulturföretag som Nationell agenda avser är mikroföretag. Småskalig tillverkning med en nära relation mellan utövare, produktion och mottagare är ett område med stor potential. Såväl kunskapsutveckling, innovationskraft och traditionsbevarande kan länkas till lokal produktion. Företag inom dessa branscher skapar förutom konstnärliga värden även ekonomiska värden som sysselsättning. De köper tjänster av underleverantörer och materialleverantörer samt utgör resmål som skapar samhällsekonomiska intäkter.

Realisering av områdenas potential

Nationell agenda pekar ut insatser som möjliggör för företagande och skapande praktik att fungera tillsammans. Konstnärlig verksamhet ger resultat som omsätts i verk, produkter och tjänster för en marknad. Företagens specifika förutsättningar utgående från en skapande praktik och såsom mikroföretag behöver tillgodoses. Offentliga stödsystem behöver därför anpassas bättre till konstnärligt skapande i kombination med företagande än vad som görs idag.

Nationell agenda baseras på följande kunskapsinhämtning:

- En enkät riktad till utövare inom fältet.
- En genomgång av tidigare riktade nationella insatser för företagsutveckling.
- En workshop med representanter från myndigheter vars uppdrag påverkar möjligheten för utövare att verka inom området direkt eller indirekt. (Svenska Institutet, Kulturrådet, Konstnärsnämnden, Almi, Tillväxtverket Kulturdepartementet, Näringsdepartementet). Alla deltagare intervjuades innan workshopen.

Styrgrupp

Daniel Byström, Sveriges designer.

Mari-Louise Franzén, Stiftelsen Konsthantverkscentrum.

Eva Kumlin, Svensk Form.

Klas Rabe, Tillväxtverket (adjungerad).

Friedrike Roedenbeck, Nämnden för hemslöjdsfrågor, (adjungerad).

Johan Wingestad, Sveriges konsthantverkare & industriformgivare (KIF) ersattes i maj 2015 av **Sanna Svedestedt**.

Arbetsgrupp

Rebecca Ahlstedt, representerar området slöjd i projektgruppen. Ansvar för delprojekt *Workshop*, koncept och ledning.

Margot Barolo, Sveriges designer. Ansvar för delprojekt *Kartläggning av området, slöjd, konsthantverk och design* i projektet. Enkätundersökning och analys.

Agnieszka Knap, Stiftelsen Konsthantverkscentrum. Projektledare, arbete i delprojekten samt rapportsammanställning.

Åsa Lockner, KIF och intendent på Konsthantverkarna. Ansvar för delprojekt *Kartläggning av området, slöjd, konsthantverk och design* i projektet. Enkätundersökning och analys.

Utbildning och kulturföretagande

Konstnärliga högskolorna föreslår säkerställa en hög utbildningsnivå i företagande med utgångspunkt i skapande praktik.

Tidigare gjorda undersökningar fastslår att de konstnärliga branscherna är de som till störst andel startar egna företag, jämfört med andra yrkesgrupper. Det är nästan övervägande enmansföretag som startas i syfte att bedriva konstnärlig verksamhet.

Studenter bör få en adekvat utbildning i företagande anpassad till de konstnärliga förutsättningarna för att kunna verka självständigt, leva på sitt yrke och ta makten över sitt yrkesliv efter avslutad utbildning.

Tillväxtverket i samarbete med branschorganisationerna och Konstnärsnämnden föreslår en vidareutveckling av den befintliga portalen www.verksamt.se som riktar sig till kulturföretag inom fältet.

Behov av kompetensutveckling av de befintliga företagen ses inom branschen. Det finns potential i att utveckla portalen www.verksamt.se så att den även tar upp behov och frågor som rör mikroföretagen med utgångspunkt i skapande praktik.

Kompetensutveckling för stärkt regional infrastruktur gällande stödsystemen

Insatser för att stärka kompetensen i befintliga strukturer inom affärsstödsystemen i kommuner, landsting och regioner föreslås. Branschorganisationerna ges uppdrag och resurser att tillhandahålla utbildning och rådgivning om kulturföretagande och konstnärlig kompetens till regionerna.

Analysen visar att kompetensen och förståelsen om kulturföretagandet hos tjänstemän som möter branscherna är svag. Regionala stöd och rådgivning bör anpassas till kulturföretagens förutsättningar och är nycklar till att realisera potentialen i fältet.

Offentlig upphandling

En förstudie för att skapa förutsättningar för deltagande i upphandlingar för mikroföretagen med utgångspunkt i en skapande praktik föreslås.

Goda intentioner från statliga myndigheter, kommuner och andra offentliga aktörer att öka inköp från lokala och småskaliga producenter stupar ofta på upphandlingskriterier. De är i regel utformade för en typ av företag som den småskaliga produktionen omöjligt kan anpassa sig till. Ett ramavtal baserat på kvalitetsledningssystem, miljömärkning, ISO-normer, krav på digitala kataloger och dyra faktureringsystem utesluter konsekvent de

flesta aktörer inom den konstnärliga småskaliga produktionen. Upphandlingskrav sätter konkurrensen ur spel i förhållande till våra producenter och ett samlat grepp för att möjliggöra att dessa företag når fram med sina varor skulle effektivt öka marknaden för fältet. Förstudien bör ringa in förändringar som vore önskvärda för att mikroföretagare inom formområdet skall kunna erhålla offentliga uppdrag.

Internationell närvaro

En översyn av stöd för deltagande i internationella sammanhang föreslås. Exportfrämjande myndigheter föreslås utveckla stödformer för att möjliggöra en etablering i internationella sammanhang.

Analysen visar att få konsthantverkare, slöjdare och designers är verksamma internationellt trots den internationella efterfrågan och stor potential för ökad export. En större marknad än den nationella skulle kunna innebära bättre förutsättningar för ett positivt ekonomiskt utfall. De befintliga stöden för exempelvis medverkan på en mässa utomlands är inte anpassade för ett återkommande deltagande, något som krävs för etablering på en ny marknad och för

att skapa varaktiga relationer med kunder. Ofta ställs nyskapande och innovation som krav vid en ny ansökan. Agendan föreslår att stöden ses över och säkrar möjligheten till en återkommande internationellt närvaro vid samma evenemang utan större krav på en omfattande omformulering av kärnidén. Stöd bör kunna ges för en längre etableringsperiod där, mikroföretagen årligen avrapporterar för att nya utbetalningar skall kunna göras.

En ökad samverkan gällande kulturföretagande mellan Svenska institutet, Konstnärsnämnden, Statens Kulturråd och Business Sweden och branschorganisationerna föreslås i syfte att underlätta kulturföretagens internationella etablering.

Ett stöd med enkelt ansökningsförfarande föreslås för att främja företagens möjligheter till export och breddad marknad.

Analysen visar att ekonomiska trösklar i befintliga stöd hindrar företagen att söka dessa. Lån som t.ex. Almi tillhandahåller fungerar sällan för branscherna konsthantverk, slöjd och småskalig designproduktion. Villkor för lån och riskkapital riskerar till och med att ställa till med problem för företagen då kulturföretagens affärslogiker inte motsvarar traditionell affärsverksamhet med en direkt koppling mellan investeringar och ett tydligt ekonomiskt utfall. En internationell

närvaro i form av deltagande i t.ex. en mässas har, utöver den mest uppenbara målsättningen att sälja varor och tjänster även som syfte att utveckla och positionera företaget på lång sikt med liten ekonomisk utdelning i ett tidigt stadie. Då merparten av granskade aktiviteter redan idag sjösätts med ett stort mått av eget kapital i form av arbetstid kan ett stöd med relativt låga belopp men snabbt ansökningsförlopp ge stora effekter på kort tid.

Trygghetsförsäkringssystemet

Översyn av trygghetssystemet för kulturföretagande föreslås.

Trygghet skapar förutsättningar att utveckla sitt företagande. Anpassade villkor för mikroföretag både i fråga om trygghetssystemen som socialförsäkring och pension kommer bidra positivt till områdets utveckling.

Nationell Agenda för företagsutveckling av området slöjd, konsthantverk och småskalig designproduktion

Denna dokumentation ger en bakgrund och fördjupad bild av framtagningen av Agendan. Som underlag för Agendans föreslagna insatser ligger en enkät riktad till utövare inom fältet, en genomgång av tidigare riktade insatser för företagsutveckling och en workshop med representanter från myndigheter vars uppdrag påverkar möjligheten för utövare att verka inom området.

- | | |
|------------------------|--|
| 1. Bakgrund | 8. Slutsatser enkät |
| 2. Projektgrupp | 9. Research av tidigare projekt och insatser |
| 3. Syfte | 10. Intervjuer och workshop med representanter för stödsystemen |
| 4. Målgrupper | 11. Slutsatser av intervjuer och workshop |
| 5. Mål | 12. Sammanfattning baserad på intervjuer & workshop |
| 6. Metod | 13. Källor |
| 7. Enkät | |

1. BAKGRUND

Analytiker och forskare lyfter i ett flertal studier fram kulturföretagens inneboende potential och vikt för ett vitalt näringsliv och samhälle.¹ Senaste visade statistikrapporten för modebranschen att den starkaste tillväxten och utvecklingstakten de senaste åren skett i mikroföretagen.² Dessa har liknande behov av och utmaningar som de som agendan tar upp. För att realisera potentialen i området slöjd, konsthantverk och småskalig design behövs en nationell plan för utveckling av området som tar sin utgångspunkt i de specifika förutsättningar och möjligheter dessa branscher har.

De senaste åren har Tillväxtverket fått ansökningar från organisationer och aktörer inom området för liknande insatser, exempelvis för att kompetensutveckla näringsidkare eller utveckla kommersiella kanaler. Nämnden för hemslöjdsfrågor (NFH) har också fått ansökningar på liknande teman och i vissa fall för samma projekt som Tillväxtverket. NFH tog därför 2013 initiativ till dialogmöte med Tillväxtverket och ett antal branschorganisationer för att diskutera företagsutveckling. Vid dialogmötet beslöts att gemensamt ta fram en agenda för företagsutveckling av områdena slöjd, konsthantverk och design. De flesta branschorga-

¹ Se till exempel Pier Luigi Sacco, *Kultur 3.0. Konst, delaktighet, utveckling*. Göteborg: Nätverkstan, 2013.

Emma Stenström, *Konstiga företag*. Stockholm: Natur och Kultur, 2008. Giep Hagoort, *Konst och entreprenörskap*. Göteborg: Nätverkstan, 2013.

² Tobias Nielsén, Joakim Sternö, *Modebranschen i Sverige*. Statistik och analys. Rapport 0163, Stockholm: Tillväxtverket, 2014.

nisatorer inom dessa fält har tidigare drivit utvecklingsprojekt kopplat till företagsutveckling, det samlade resultatet av dessa blev en utgångspunkt för agendans framtagning.

2. PROJEKTGRUPP

Styrgrupp och samarbetspartner

Styrgruppen består av medverkande samarbetspartners:

Daniel Byström, Sveriges designer.

Mari-Louise Franzén, Stiftelsen Konsthantverkscentrum.

Eva Kumlin, Svensk Form.

Klas Rabe, Tillväxtverket, (adjungerad).

Friedrike Roedenbeck, Nämnden för hemslöjdsfrågor, (adjungerad).

Johan Wingestad, Sveriges konsthantverkare & industriformgivare (KIF) ersattes i maj 2015 av *Sanna Svedestedt*.

Arbetsgrupp

Rebecca Ahlstedt, representerar området slöjd i projektgruppen. Ansvar för delprojekt *Workshop*, koncept och ledning.

Margot Barolo, Sveriges designer. Ansvar för delprojekt *Kartläggning av området, slöjd, konsthantverk och design* i projektet. Enkätundersökning och analys.

Agnieszka Knap, Stiftelsen Konsthantverkscentrum. Projektledare, arbete i delprojekten samt rapportsammanställning.

Åsa Lockner, KIF och intendent på Konsthantverkarna. Ansvar för delprojekt *Kartläggning av området, slöjd, konsthantverk och design* i projektet. Enkätundersökning och analys.

3. SYFTE

Projekttagarnas uppdrag var att kartlägga marknader, resurser och framgångsfaktorer inom området slöjd, konsthantverk och småskalig produktion. Utgångspunkten blev en beskrivning av de specifika förutsättningar som företag inom området har. Materialet har använts till att formulera

åtgärdsförslag för företagsutveckling och samverkan inom dessa områden samt ändamålsenliga satsningar över tid. Projektets resultat presenteras i en för områdena gemensam agenda. Den ger en beskrivning av hur fortsatta insatser för områdena kan formas för att uppnå ökad konkurrenskraft. Resultatet kan användas av såväl branschorganisationerna och deras medlemmar som av offentliga aktörer. Agendan bidrar därmed till att framtida näringslivsfrämjande åtgärder både på regional och nationell nivå kan få bättre effekt.

4. MÅLGRUPPER

Agendans förslag riktas till tre grupper:

- Departement och nationella offentliga främjare av företagande och kultursektorn.
- Regionala offentliga främjare av företag och kulturnärings.
- Områdets organisationer och branschorganisationer.
- Högskolor och utbildningar inom relevanta områden.

5. MÅL

- Ge en kartbild av området idag - vem, vad, hur? Marknader och resurser.
- Sammanställa och prioritera frågor för företagsutveckling i området.
- Presentera förslag till insatser, riktade uppdrag och kompetensutveckling för regionerna.

6. METOD

Nationell agenda baseras på följande kunskapsinhämtning:

- En enkät riktad till utövare inom fältet.
- En genomgång av ett tiotal tidigare riktade nationella insatser.
- En workshop med representanter från myndigheter vars uppdrag påverkar möjligheten för utövare att verka inom området direkt eller indirekt. (Svenska Institutet, Kulturrådet, Konstnärsnämnden, Almi, Tillväxtverket, Kultur-

departementet, Näringsdepartementet). Alla deltagare intervjuades innan workshopen.

7. ENKÄT

Enkäten som har riktats till utövarna besvarades av 358 personer som bedriver någon slags produktion och mindre serietillverkning inom formområdet över hela Sverige. Den koncentrerar sig på frågor som rör deras företagande, produktion, försäljning och arbetssituation. Enkäten presenterar relevanta resultat som kartlägger marknader, resurser och framgångsfaktorer och ger ett underlag för vidare resonemang och analyser. Utöver den egna enkäten har materialet jämförts med utdrag ur Konstnärsnämndens rapporter om konstnärernas villkor. Konstnärsnämndens rapporter är väldigt fullödiga och intressanta men för ihop mycket större grupper. I de fall det har varit möjligt har vi valt att titta på siffror för gruppen konsthantverkare. I vissa rapporter omfattar gruppen hela bild- och formområdet. Siffrorna blir därmed ett komplement till den bild som vi har utifrån vår egen enkät, intervjuer och samlad egen erfarenhet från fältet.

Enkätens underlag

Enkäten skickades till medlemmar i organisationerna Stiftelsen Konsthantverkscentrum, Föreningen Sveriges Konsthantverkare och Industrieformgivare och Sveriges designer. Sammanlagt 1687 propåer om enkäter gick ut. Av 358 svarande kategoriserar sig 225 som konsthantverkare, 13 som slöjdare, 45 som designer, 57 som konstnärer och 18 som annat. Bland frisvaren som kompletterat frågan om tillhörighet kan vi se att en stor del av gruppen "Annat" egentligen kan inordnas under konsthantverkare. Tre utövare anger t.ex. att de är verksamma inom silver- och guldsmede vilket vi menar kategoriseras som konsthantverk. En stor del svarar "annat" då de menar sig sväva mellan två eller fler områden. Återstående, ungefär hälften, arbetar relativt olikt resten av svarsgruppen: som curator, lärare och en med byggsatser för miniatyrister.

Enkätens tillförlitlighet

En bortfallsanalys ger att av 1687 torde en relativt hög procent vara medlemmar i mer än en organisation men har ändå fått separata inbjudningar att delta i undersökningen. En uppskattning är att minst 2 % av bortfallet utgör dubbla organisationstillhörigheter. I gruppen Sveriges designer har inte alla medlemmar en egen produktion och har därmed inte haft anledning att delta. Uppskattningsvis har 118 av medlemmarna ingen egen produktion. Av resterande 363 har ett fåtal egen produktion.

Sett till enkätens omfattning och den tid som utövaren behövde avsätta för att besvara den, var vi nöjda med det totala antalet svar. Den procentuellt låga svarsfrekvens gör dock att vi får vara försiktiga med våra slutsatser. Gruppen slöjd representeras till exempel bara av 13 personer och när vi tittar på att extrahera väldigt specifika svar och korsar frågor blir underlaget ibland väl litet för att vi ska kunna använda det med någon statistisk säkerhet. Dessa insikter tog vi med oss när vi analyserade materialet.

Några inledande ord

Påfallande är att förhållningssättet och situationen till skapande och företagande inte skiljer sig nämnvärt mellan olika grupper. Ett flertal jämförelser har gjorts där vi ställt upp olika gruppers svar mot varandra. Omsättningsgrupperna, områdesgrupperna, typ av företag, kön och geografisk position. I de allra flesta analyserna har vi valt att jobba med grupperna utifrån områdesfälten: Konsthantverk, slöjd, design, konst och annat, eller företagsform.

Vi har valt att dela upp frågorna i enkäten i block med följande innehåll:

Block 1: Grundläggande frågor om företaget

Frågor om verksamhetsområde, omsättningsstorlek, sjukskrivning, sysselsättningsgrad, bidrags- och stipendiestöd m.m.

Block 2: Företagandet och dess marknader

Frågor kring typ av produktion, internationell närvaro, fördelning av arbetsuppgifter, köp av tjänster och påverkan av digitalisering.

Block 3: Framgångsfaktorer

Frågor kring faktorer som bidragit till deras eventuella framgångar, hur de mäter framgång och om de deltagit i några riktade insatser.

Block 4: Utvecklingsmöjligheter/förbättringar/önskemål

Frågor kring deras eventuella önskemål om expansion, hur expansion skulle kunna underlättas och vilka hinder de kan identifiera.

Block 5: Personuppgifter

Frågor om kön, födelseår, högsta utbildning och vilket län de bor i.

BLOCK 1: Grundläggande frågor om företaget
Konstnärsnämndens rapport *Konstnärernas inkomster, arbetsmarknad och försörjningsmönster* lyfter ut området bild och form som delvis omfattar samma grupp som vår enkät.³ Man kan inte med säkerhet säga att dessa siffror är rättvisande för vårt fält. Intressant att notera är dock Konstnärsnämndens genomlysning som påvisar att man inom just området bild och form kompenserar sina låga intäkter från det konstnärliga arbetet genom att arbeta fler timmar per vecka. Konstnärsnämndens rapport påvisar att vår grupp arbetar i snitt 47 timmar/vecka det vill säga betydligt mer än vad som betraktas som heltid.

Vi har tittat speciellt på den grupp som svarat att de arbetar i formen aktiebolag då den gruppen om ca 10 % representerar en mer framgångsrik linje sett till omsättning. Den som valt att arbeta i formen av aktiebolag arbetar i större utsträckning heltid med sin verksamhet och omsätter mer. I fråga om utdelningen av stipendier och bidrag syns inga skillnader. Inte heller i fråga om sjukfrånvaro. Svaren för resten av enkäten följs åt relativt tätt alternativt lika.

När det kommer till hur man fördelar sin tid är

det tydligt att "söka nya uppdrag/återförsäljare/kunder" samt "marknadsföring" är något som angår gruppen aktiebolag i större utsträckning än andra företagsformer. När det kommer till att köpa in tjänster gör den med aktiebolag det mer både i fråga om att köpa betydligt fler och mer tjänster. Inom många frågeställningar följs grupperna åt men i fråga om mått på framgång tycker gruppen med aktiebolag att "stipendier/utmärkelser" inte är fullt lika viktigt som indikation på framgång men däremot att "typ av uppdrag" är något viktigare för den här gruppen.

I fråga om stipendier och bidrag visar siffrorna väldigt tydligt att Stockholm tillsammans med Västra Götaland dominerar i fråga om stipendier över 20 000 kr/år. Ytterst få stipendier över den summan har delats ut i andra län under de tillfrågade åren 2012–2014.

40 personer i underlaget står för 0 % av hushållets inkomster. Det representerar 11 % av enkätens underlag.

Vi ser i enkäten att väldigt få sjukanmäler sig och det bekräftas också av Konstnärsnämndens rapport. Där konstateras att hälften av de konstnärer som uppgett sig vara sjuka någon gång under 2008 inte sökt sjuklön eller sjukpenning. Den sammanställningen gäller alla konstnärsgupper såsom dans, teater, bild och form m.m. men bilden stöds av vår enkät där drygt 50 % svarar sig varit sjuka utan att begära ersättning de senaste tre åren.

BLOCK 2: Företagandet och dess marknader

Vid uppdelning av resultatet med omsättning som parameter lägger alla grupper mest tid på att utveckla och producera nya föremål. I fråga om internationell närvaro syns inte heller någon tydlig distinktion i fråga om den som har störst eller minst omsättning. Anmärkningsvärt är att trots den låga internationella närvaron upplever många att inkomsterna från dessa arenor ändå är i nivå med försäljning på mässor/marknader och i närheten av försäljning i butik/galleri nationellt som är den största inkomstkällan.

Slöjdgruppen sticker ut i fråga om att få större gensvar än andra grupper med försäljning över nätet. Skall sägas att även gruppen "annat" ser

³ Marita Flisbäck, *Konstnärernas inkomster, arbetsmarknad och försörjningsmönster*. Stockholm: Konstnärsnämnden, 2011.

ekonomiska fördelar med nätet. I fråga om digitaliseringens påverkan på arbetet kan inga avvikelser urskiljas varken i förhållande till ålder eller omsättning. Det är väldigt genomgående att man ser möjligheter men också en problematik i den ytterligare arbetsbördan. Man tar fasta på hur mycket enklare det är att göra reklam för sin verksamhet, att synas men lägger ofta till att det blir ett område till att vara kunnig i samt att hantera i sitt vardagliga arbete.

De som omsätter minst och mest har några intressanta olikheter. 93 % i gruppen omsättning 0–20 000:-/år (här kallad grupp 1) anger att de producerar unika föremål medan bara 50 % av gruppen omsättning över 1 miljon (grupp 2) svarar likadant.

Figur 1.

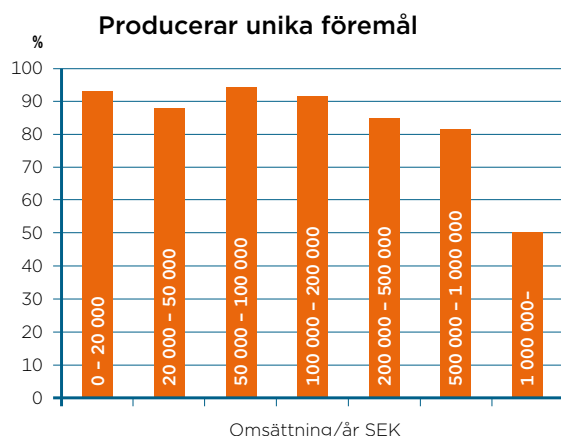
I fråga om serietillverkning av egen hand ligger man däremot närmare varandra i 44,5 % respektive 55 % medan serietillverkning av assistent är 2 % respektive 45 %.

I fråga om vilken sorts produktion som dominerar så är den unika i topp hos såväl konsthantverkare, slöjdare och konstnärer. Där avviker designgruppen starkt som har en mer jämn fördelning mellan unik produktion, egen serietillverkning och serietillverkning utförd av andra. Genomgående är att den som tar utomstående hjälp i första hand vänder sig till svenska industrier. Några få har etablerat kontakter utomlands och svaren antyder att det varit en betydande del av även formprocessen då länder som Peru, Rumänien och Bolivia nämns, länder som inte gjort sig kända för att vara "lättarbetade" låglöneländer.

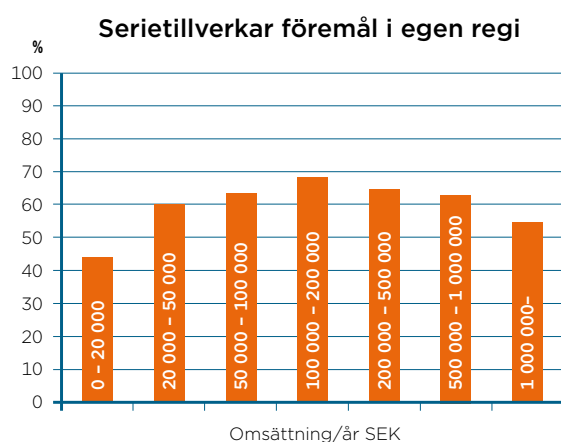
När det kommer till uppskattningen av tidsfördelning placerar sig grupperna väldigt jämnt. Produktion ligger i topp för alla grupper. Gruppen "Annat" ägnar sig i betydligt större utsträckning än andra grupper åt konsulttjänster och mindre åt föreläsning/undervisning. Designgruppen ägnar sig något mer än andra grupper åt försäljning. I övrigt är det relativt homogena svar.

Vi kan se stora skillnader regionalt för vilka försäljningskanaler som är viktigast. Då underlaget ofta är väldigt litet i antal utövare kan det vara svårt att dra några slutsatser ur detta. Man

Figur 1.



Figur 2.



kan konstatera att intäktsområden som "Uppdrag konstnärliga gestaltningar" och "Konsultuppdrag" fluktuerar mycket medan "Undervisning/kurser/föreläsningar" är relativt jämnt fördelat i fråga om att vara en viktig inkomstkälla. Även detta stöds av Konstnärsnämnden rapport där indirekt konstnärligt arbete, d.v.s. arbete som anknyter till den konstnärliga kompetensen men inte till den konstnärliga produktionen, är vanligast inom Dans och Bild- och formområdet. Slutsatsen man drar av det är att det finns en omfattande efterfrågan på pedagogiska uppdrag inom dessa områden.

BLOCK 3: Framgångsfaktorer

Slående är att i fråga om drivkraft är fältet som helhet rörande överens om att skicklighet inom

fältet är det i särklass största måttet på framgång. Även i övrigt följs grupperna åt i att placera framgångsindikatorer som omsättning, medialt intresse och antal uppdrag m.m. Stipendier/utmärkelser är inte fullt lika viktigt för den som har aktiebolag då de som valt den företagsformen har ett företag som också omsätter mer ekonomiskt.

Av de tillfrågade svarade 64 konsthantverkare ja på frågan om de deltagit i en riktad insats för företagsutveckling (fråga F16). Samma fråga besvarades med ja av tre slöjdare, 17 designers, 15 konstnärer och fyra annat. Majoriteten har visat sig påfallande positiva till kurser och utbildningar som genomförts. Många beskriver att det gett kunskaper som antingen underlättat företagandet, gett större självförtroende eller till och med skapat en ny inriktning på verksamheten. Flera påtalar problematiken med att koppla nyvunna kunskaper till pågående verksamhet. En exemplifierande kommentar lyder: "/.../ kurs för kulturföretagare. Gav inget på sikt. Problemet är ständigt brist på pengar som i sin tur leder till brist på tid. Åtgärder som skulle kunna förbättra hinns aldrig med."

Bland faktorer som varit avgörande för framgång inom yrket är det tre svar som står ut; Att jag har fått ställa ut på gallerier/institutioner/andra utställningar, egen ateljé/butik och att jag har haft ekonomiskt stöd från familj/make/maka/sambo. Här har vi låtit enkättagaren att välja endast tre alternativ. I alla andra frågor har de fått lista 1-5 i fråga om relevans eller ej relevant.

BLOCK 4: Utvecklingsmöjligheter/förbättringar/önskemål

Lusten till expansion är stor! Samtliga grupper utövare vill öka produktionen och ta in fler uppdrag. Man önskar också höja nivån på ersättningen för sitt arbete. Gruppen designers är den som i störst utsträckning önskar anställa och hitta samarbetspartners. På följdfrågan om vad som skulle kunna möjliggöra detta lyfts faktorer som utbildning, nya plattformar, marknadsföring, möjligheterna att ta lån och 1 % regeln fram. Mer exponering, företagsrådgivning/coacher samt ökad förståelse och ökad värde av svensk design, hantverk och vilja att

betala för närproducerat är annat som efterfrågas.

Hindren som lyfts fram är framför allt att tiden saknas. Att de ekonomiska medlen saknas kommer för de flest grupper på en väldigt tydlig andra plats vilket antyder att även om ekonomin är viktig så är den stora befintliga arbetsbördan den huvudsakliga stoppklossen. Inom slöjden finns också en tveksamhet till om marknaden efterfrågar ens produkter och den gruppen efterfrågar också i större utsträckning än andra grupper ett mentorskap. Ett fungerande nätverk är en annan faktor som ligger relativt högt som ett hinder för alla fält medan få saknar stöd hemifrån eller förebilder för expansion.

I fråga om vilka tjänster man skulle vilja köpa in till företaget så står försäljning och web ut som de starkaste behoven. I frisvaren lyfter man också frågan om marknadsföring och försäljning i formen agenter/managers/curators som arbetar för att föra ut produktion till kund/butik/utställning. Ledet mellan utövare och kund framstår som en svag punkt. Inte helt överraskande menar många att nyckeln till framtida framgång är att hitta fler kunder men även att öka försäljningen med nya distributionsformer och att tydliggöra företagets kompetens identifieras som viktiga frågor.

Något som ofta förs fram som en dellösning är att erbjuda den här sortens utövare möjligheten att ta anpassade lån. Det är inget som enkätens underlag stödjer. Bland gruppen Konsthantverkare är det bara 16 % som menar att det skulle underlätta deras verksamhet. För slöjdgruppen är det ännu färre medan designgruppen är mer positiv med 27 % som valt det alternativet på frågan "Vad skulle göra störst ekonomisk och praktisk skillnad i din verksamhet?" Inom gruppen Konsthantverkare dominerar istället önskemålet om en ändrad momsats. I frisvaren reflekterar några över problematiken med att konkurrerar med kollegor som bedriver sin verksamhet på hobbybasis då dessa därmed inte alltid följer gängse moms- och skatte-regler.

Bland frisvaren kommer även en stor mängd förslag såsom skattetrappa, möjligheten till ett större grundavdrag innan man börjar betala skatt, höjd utställningsersättning, att samtliga offentliga

bidrag och stipendier blir pensionsgrundande, minskade arbetsgivaravgifter, ökade möjligheter till stöd för visning av produkter är några. Att det blir avdragsgillt att köpa konst och konsthantverk samt konstnärslön är ytterligare exempel. Problematiken med att Försäkringskassan, Skatteverket och andra instanser är dåligt insatta i den specifika situation som den här gruppen ofta har tas också upp. Ett illustrerande exempel lyder ”/.../ har som ensamstående i många år levt under existensminimum och aldrig kunnat få t.ex. socialbidrag utan att behöva lägga ner företaget. Har heller aldrig kunnat vara sjuk om det varit riktigt illa. Räknar också med att fortsätta arbeta efter 65 då jag inte kommer att ha någon pension som det kommer att gå att överleva på.” Någon annan påtalar att man trots kontakt med både Skatteverket och KRO inte har fått några tydliga besked om vilka momssatser som bör tillämpas i utövarens specifika fall.

BLOCK 5: Personuppgifter

Inom fälten konsthantverk och konst var det en övervägande majoritet kvinnor som svarade, 80,88 % respektive 86,54 %. I fältet slöjd var motsvarande siffra 66,67 %, design 68,42 % och annat 58,33%. Drygt 11 % valde att inte svara på frågan.

Majoriteten av de tillfrågade är födda på 50- och 60-talen. Något färre på 40- och 70-talet samt några få på 30- och 80-talen.

Utbildningsnivån är genomgående hög. Antalet högskoleutbildade inom de olika områdena fördelas sig som konsthantverk 77,45 %, slöjd 41,67 %, design 89,47 %, konst 84,62 % och annat 91,67 %.

Vi kan se stora skillnader regionalt för vilka försäljningskanaler som är viktigast. Då underlaget ofta är väldigt litet för antal utövare kan det vara svårt att dra några slutsatser ur detta. Man kan konstatera att intäktsområden som ”Uppdrag konstnärliga gestaltningar” och ”Konsultuppdrag” fluktuerar mycket medan ”Undervisning/kurser/föreläsningar” är relativt jämnt fördelat i fråga om att vara en viktig inkomstkälla. ”Undervisning/kurser/föreläsningar”, ”Försäljning butik/galleri nationellt inom Sverige” och ”Försäljning egen butik/ateljé” är de inkomstområden som står ut på

så vis att ett väldigt litet antal har markerat dessa som ”ej relevanta” medan ”Försäljning butik/galleri internationellt” är ej relevant för en majoritet av utövarna samt att man kan se att för den som har betygsatt dess betydelse ekonomiskt ofta har värderat den till den nedre delen av vår 5-gradiga skala. Sammanlagt 10 personer har ändå placerat dess betydelse som fem av fem möjliga och när vi tittar specifikt på dessa personers svar kan vi se att av dessa 10 är två i omsättningsgruppen över en miljon per år, en grupp som totalt bestod av 20 personer i enkäten.

8. SLUTSATSER ENKÄT

Som utövare själva kan vi konstatera att oavsett hur man ställer frågorna så är svårigheterna som den här gruppen upplever av ganska konstant art. Det är en ständig balansgång mellan tid, skaparlust och ekonomiskt utfall.

Några saker som kan göra skillnad:

- Sprida kunskap om vilka affärsmodeller våra företag har och hur kreativa deras ekonomier är. Små belopp kan oftast växlas upp och generera uppdrag åt närliggande branscher.
- Kvalitetssäkra och anpassa kursplaner inom utbildningarna för att kunna verka som företagare inom dessa områden.
- Stärka ledet mellan utövare och kund.
- Tydliggöra och synliggöra fältet med bättre SNI-klassning.
- Skapa ökad trygghet för mikroföretag både i fråga om trygghetssystemen som socialförsäkring och pension.

En essentiell fråga är möjligheterna att sälja sin kompetens samt sina produkter. En större del av gruppen som enkäten omfattar behöver kanaler för sina föremål att nå ut till allmänheten. Genom att stödja företagande som syftar till att sälja, visa, presentera och marknadsföra slöjd, konsthantverk och småskaligt producerad form bidrar man till branschens utveckling.

9. RESEARCH AV TIDIGARE PROJEKT OCH INSATSER

Vi har tittat på gjorda insatser för utövare på regional och nationell nivå som i huvudsak berört främjande av entreprenörskap, kunskapshöjning inom fältet som agendan gäller. Det är svårt att överblicka antal insatser som görs och deras långsiktiga resultat.⁴ Då utvärderingar finns att tillgå är det alltid projektet som utvärderar sig själv (undantaget Kulturlyftet). Frisvar i enkäten gav en kompletterande bild i vilka insatser utövarna har deltagit i och vi har därigenom fått mer kunskap om vad de tycker har fungerat och inte i specifika insatser.

En generell bild är att det ofta ges stora pengar, personal och tid till projekt som når få deltagare i proportion till projektmedel. I nästan alla fall blir det ingen fortsättning som det påannonserats med nya kurser, för gamla och nya deltagare. SMartSe är ett undantag och den enda satsningen som når många och löpande. De har dock först nu börjat rikta sig till utövare inom slöjd/konsthantverk/design.

Gensvaret i form av kommentarer i enkäten på frågan om utövarna har deltagit i riktade insatser var stort. Där framkommer flera deltagare från de projekt vi har granskat men också andra som exempel som regionalt anordnade företagskurser etc. Vår enkät visar att alla oavsett kön i den undersökta gruppen har samma svårigheter att driva företag och kunna leva på sin produktion och verksamhet.

Många av projekten handlar om att göra punktinsatser i att utbilda utövare i att bli bättre företagare eller andra kurser som ska ge kunskaper inom områden utanför det som utövaren har som sin kärnverksamhet. Majoriteten av utövarna som deltagit i någon form av utbildning tycker att det varit till nytta: workshops, nätverksbyggen, kurser. Men många upplever att det saknas möjlighet till uppföljning. Det bekräftas också av vår research som visar att många av de insatser som gjorts har stora visioner på sina hemsidor och det görs 1–2 större satsningar men sedan händer ingenting mer trots att deras agendor beskriver långsiktighet uppföljningskurser/satsningar.

Det kommer ständigt nya grupper utövare som

saknar kunskaper i företagande som kan förenas med deras yrke trots ofta mångåriga högskoleutbildningar. De som går på nyföretagarkurser har ofta svårt att få kunskap som är anpassade för deras bransch. Våra utövare startar sällan företag med fokus på själva entreprenörskapet det är den konstnärliga praktiken/viljan att skapa som är drivkraften.⁵

Det behövs ett större grepp för att fånga upp och göra insatser som berör fler utövare och under en längre tid.

10. INTERVJUER OCH WORKSHOP MED REPRESENTANTER FÖR STÖDSYSTEMEN

Som ett led i projektarbetet genomfördes en workshop med nationella och regionala företrädare från departement och statliga aktörer inom kultur och näring. Workshopen utgjorde en av flera kunskapsinhämtningar i projektgruppens arbete. Det övergripande syftet med denna etapp var att generera konkreta idéer till hur infrastrukturen av stöd och rådgivning till professionella utövare inom slöjd, konsthantverk och design kan förbättras och utvecklas.

Syfte och mål

Syftet med workshopen var både att förankra frågan om företagsutveckling inom det tre områdena på ett djupare plan hos deltagarna och att inhämta kunskap avseende framtida insatser. Målet för intervjuerna var att kartlägga huruvida de nationella aktörerna anser att företagen tillgodoses i nuvarande system, identifiera förbättringsområden och generera idéer kring framtida insatser och rollfördelning. Målet för workshopen var att föra en gemensam dialog och att generera ett underlag till förbättringsområden i de nationella stöden.

Deltagare

Stefan Ahlenius, Konstnärsnämnden.

Jenny Bergström, Svenska institutet.

Thorbjörn Bäckström, Almi Värmland.

Marcus Hellqvist, Näringsdepartementet.

Lotta Lekvall, Nätverkstan i Göteborg.

Anna Livén West, Kulturrådet.

⁴ I denna kartläggning har vi bland annat tittat på följande projekt och insatser:

Kulturlyftet, 2011–2013; Kvintessensen, Västra Götalandsregionen; Knep Nätverkstan; Transit Kulturinkubator; LajikkaKonstmuseet i Eskilstuna 2013–2014; Slöjdinkubator 2013–2014; SMartSE Intercult; The Stockholm School of Entrepreneurship (SSES), Kulturbryggan;

⁵ David Karlsson & Lotta Lekvall, *Den ofrivillige företagaren*. Ny upplaga, Göteborg: Nätverkstan, 2010.

Robert Nilsson, Kulturdepartementet
Klas Rabe, Tillväxtverket

Deltagit i intervjuer

Lotta Ahlvar, Handarbetets Vänner.
Carin Daal, Region Skåne.
Helena Hellström, Konstfackskolan.
Henrietta Schöenstern, Näringsdepartementet.
Christina Zetterlund, Professor i konsthantverks-
historia och teori.

Tillvägagångssätt

En grupp om 13 personer bjöds in att delta i workshopen. Förberedande intervjuer med deltagarna genomfördes under januari–mars 2015. Därefter bearbetades materialet av workshopledaren och projektledaren till ett program och frågor för workshopen. Efter att workshopen ägt rum lades de två resultaten samman. Intervjuer genomfördes av Rebecca Ahlstedt, workshopledare samt projektledare Agnieszka Knap.

Följande områden behandlades i intervjuerna och workshop:

1. Kulturföretagets förutsättningar och stöd-systemen för företag idag.
2. Yttre faktorer som kommer påverka området framöver.
3. Vilken typ av insatser som kan behövas och när i företagets livscykel gör de nytta.
4. Roller i det offentliga främjarsystemet och i kulturföretagandets kontext.

Intervjufrågornas upplägg

Intervjuerna hade två delar. Den första delens frågor avsåg dagens stödsystem, vad fungerar och huruvida företagen tillgodoses idag. Den andra delen behandlade framtida möjliga insatser och roller, det vill säga vad ska tillhandahållas och av vem.

Intervjuerna syftade till att svara på följande:

1. Är stödssystemen och kulturföretagets behov matchade?
2. Råder det samsyn om kulturföretagets förutsättningar? Vilken roll har din organisation?

3. Vad behöver tillhandahållas och när?
4. Roller – vem ska tillhandahålla vad?

Workshop

Workshopen delades in i tre block. En övergripande övning utifrån kulturföretagets livscykel (starta, driva, avveckla och avsluta) där varje aktör redogjorde för vilka kontakter de har och huruvida de tillhandahåller stöd i de olika faserna. De fick också ange vilka stöd och uppgifter de tycker saknas i nuvarande system.

Andra och tredje delen av workshopen rymde övningar om framtida företagsstöd som tar sin utgångspunkt både i kulturföretagets dubbla aspekter - att kombinera den konstnärliga utveckling och företagets utveckling. Deltagarna fick i grupper diskutera och formulera insikter och exempel som drog upp riktlinjer för utvecklade stöd samt ange en ansvarig aktör för detta.

11. SLUTSATSER INTERVJUER OCH WORKSHOP

”Vi får aldrig med utövarna om vi inte utgår från den konstnärliga drivkraften” – citat från intervjuerna.

Övervägande anser att insatser och stöd i företagsutveckling behöver arbeta utifrån kulturföretagets konstnärliga drivkraft.

Drygt hälften anser att både attitydförändring, kunskapsutveckling och utgångspunkt i den konstnärliga drivkraften behövs i olika utsträckning.

De intervjuade var överlag samstämmiga om att det finns nödvändiga förbättringsområden i dagens företagsstöd. Kulturföretagen tillgodoses inte i tillräckligt hög utsträckning för att de ska bli livskraftiga och för att potentialen i företagen ska realiseras. Det är en tydlig brist i dagens stödsystem och därmed ett av de tydligaste förbättringsområdena avseende dessa näringar. Stöden behöver därför justeras och utvecklas för att göra det i högre utsträckning. En annan aspekt är att många stöd som kulturföretag söker för att utveckla sina verksamheter endast kan sökas vid ett tillfälle. Det omöjliggör till exempel internationell lansering som kräver många år av metodiskt arbete och när-

varo utomlands. Under workshopen pekades följande prioriteringar på myndighetsnivån ut: kommunikation, förståelse, kunskap och samverkan. Uppfattningen om vem som kan och bör driva en utveckling av stödsystemen och infrastrukturen runt företagen fanns det ingen enhetligt uppfattning om. Ett mönster var att departement och regioner pekar ut varandra som naturliga initiativtagare. De har därmed förväntningar på varandra om att ta ledarskap. Myndigheterna som deltog i undersökningen talade både om tydligare riktlinjer i regleringsbrev men framförallt om vikten av både en sammankallande funktion och en plattform för samverkan mellan dem, inte minst för att skapa en nödvändig justering av stöden och för att myndigheterna i högre utsträckning ska kunna komplettera varandra. Samsyn, ledarskap och arbetsmetoder för detta i frågan är därmed ett viktigt förbättringsområde för de nationella aktörerna.

Det finns en strukturell problematik mellan näring och kultur kopplat till kulturföretag. Finansiering är ett genomgående problem inom kulturföretagandet. Stöden i de två politikområdena kompletterar inte varandra i tillräckligt hög utsträckning. I sämsta fall kan det leda till att stöd uteblir om kulturföretag har både konstnärlig utveckling och verksamhetsutveckling (vilket är det naturliga för att utveckla sitt kulturföretag) i samma ansökan. Ekonomiska trösklar i dagens företagsstöd hindrar kulturföretag från att söka dem. Kulturföretaget har ofta inkomster från flera olika källor, och har som oftast olika affärsmodeller i samma företag. Branschorganisationerna pekades ut att ha potential att bli en starkare och synligare aktör inom företagsutveckling. Samtidigt var man medveten om att organisationerna saknar nödvändiga resurser för detta.

Slöjd, konsthantverk och småskalig design ansågs som en betydelsefull del av det KKN som Sverige marknadsför sig med. Däremot finns idag inga särskilda satsningar på kunskapsutveckling och förbättrade möjligheter för internationell export och vidgade marknader för dessa områden.

12. SAMMANFATTNING BASERAD PÅ INTERVJUER & WORKSHOP

Nedan presenteras de genomgående dragen i intervjuvaren och dialogövningar under workshopen.

Insikter om kulturföretagande och företagsutveckling

- Företagen har stor utvecklingspotential och de är anpassningsbara.
- Näringslivet behöver närma sig kultursektorn. Glapp i utbildningsnivån, det finns inslag av entreprenörskap på de konstnärliga utbildningarna men inte tvärtom, dvs. konstnärligt utbildning på ekonomiutbildningarna.
- Offentliga aktörer har olika mål/uppdrag som kan gå emot varandra.
- Mer kunskap behövs, ett flöde åt båda håll, både från stödsystem och bransch.
- Kulturföretag har multipla inkomstkällor, det är därför viktigt att se det som flera affärsmodeller i samma företag. De hänger ihop.
- Att skapa innovation hela tiden är omöjligt för utövarna.
- Öppna upp för att aktörer kan informera om både kulturstipendier och företagsstöd – genom en utvidgad infrastruktur.

Genomgående svar avseende dagens stödsystem.

- Strukturell problematik – kultur och näring.
- Fortsatt låg kunskap om kulturföretagande i stödsystemen.
- Förståelsen är inte tillräcklig.
- Politik/mandat avgör hur stöden utformas.
- Utveckling och anpassning av stödsystemen behövs.
- Utvidgat stödsystem/infrastruktur kan vara en lösning.

Genomgående svar avseende företagets förutsättningar.

- Komplex problematik att navigera mellan kultur- och näringspolitik.
- Språkbruk är centralt – de skiljer sig mellan företagen och stödsystemen.

- Vikten av nätverk för kulturföretagen- och svårigheten att få uppdrag om dessa saknas.

Hinder i dagens system

- Finansiering – på grund av okunskap i systemet och kommunikationsbrister hos utövare. Kunskaps saknas – bägge sidor – stödsystem och utövare.
- Språkbarriärer.
- Stödsystemen talar inte för den här målgruppen – utövarna finns inte i deras kanaler.
- Politik styr – idag finns inte KKN som utpekad bransch framför andra.
- Strukturell problematik näring och kultur – konflikt.
- Förståelsen/uppfattningen om kulturföretags affärsmodeller med multipla inkomster – svag – hos båda sidor.
- Lång tid innan ny kunskap får fäste – system och utövare.
- Samma stöd kan inte sökas flera gånger.
- Kunskap om den kreativa kapaciteten är låg hos andra – tror det är en allmän kunskap.
- Branschorganisationerna har för små resurser för att samverka med myndigheter.
- Branschorganisationer samverkar inte tillräckligt.
- Branschorganisationerna prioriterar inte företagande.
- Många ser sig inte som företagare.
- Utövare kan inte söka för samma projekt flera gånger.
- Komplex problematik att navigera mellan kulturpolitik och näringspolitik.
- Efter avslutad utbildning får man söka kunskap om detta från annat håll.
- Prissättningen för låg.
- Svårt att skaffa sig uppdrag utan nätverk.

Utmaningar

- Strukturell problematik. Konflikt kultur och näring.
- Det saknas kunskap hos stödsystemen.
- Överbelastade branschorganisationer.
- Kommunikationsbrister.

- Det finns igen en enhetlig bild på vad som behöver komma först och vem som ska göra vad.
- Implementeringen av nya kunskaper som genererats i insatser uteblir.

Hur kan vi möta utmaningarna?

- Politik styr - en fråga på strukturell nivå.
- Anpassade stöd och utvidgad stödstruktur.
- Ökad undervisning i ämnet på högskole- utbildningar.
- Långsiktiga program/basutbud i stödsystemen.
- Utvecklade uppdrag.
- Utvecklat språkbruk.
- Tydligare och utvecklade roller hos offentliga aktörer på nationell och regional nivå.
- En utvidgad infrastruktur som innefattar fler nyckelaktörer med kunskap, t ex riktade uppdrag till branschorganisationer.

13. KÄLLOR

Flisbäck Marita, *Konstnärernas inkomster, arbetsmarknad och försörjningsmönster*.
Stockholm: Konstnärsnämnden 2011.

Green Ingegerd, *Kulturlyftet utvärderarens rapport*.

Hämtad från

<http://www.esf.se/PageFiles/3006922/Utv%C3%A4rderarens%20rapport%20Kulturlyftet.pdf>
2014-09-09.

Hagoort Giep, *Konst och entreprenörskap*.

Göteborg: Nätverkstan 2013.

Karlsson David & Lekvall Lotta, *Den ofrivillige företagaren*.

Ny upplaga, Göteborg: Nätverkstan 2010.

Nielsén Tobias, Sternö Joakim, *Modebranschen i Sverige*.

Statistik och analys. Rapport 0163, Stockholm: Tillväxtverket, 2014.

Sacco Pier Luigi, *Kultur 3.0. Konst, delaktighet, utveckling*.

Göteborg: Nätverkstan 2013.

Stenström, Emma, *Konstiga företag*.

Stockholm: Natur och Kultur 2008.

Elektroniska källor:

http://www.eskilstuna.se/sv/Kommun-och-politik/forvaltningar_och_bolag/Forvaltningar/Kultur-och-fritidsforvaltningen/Avslutade-projekt/ 2015-10-08.

<http://www.kulturbryggan.se/ansokare/vara-stipendier/> 2015-09-07.

<http://knep.projekt.natverkstan.net/about/> 2014-09-01.

<http://kulturlyftet.se/> 2014-09-09.

<http://www.transitkulturinkubator.se/index.php> 2014-09-07.

<http://www.ungasinnovationskraft.se/avslutade-projekt/sloejdinkubatorn/> 2015-10-01.

**.K.H.
.V.C.**
KONSTANTVERKSCENTRUM



**Svensk
Form**

**SVERIGES
DESIGNER**

KRO/KIF
Konstnärernas Riksorganisation
Sveriges Konstantverkare &
Industriformgivare

**TILLVÄXT
VERKET**