

Om gruppen

Kristina Persson, Minister för Strategi och framtidsfrågor samt nordiskt samarbete har inrättat tre analysgrupper med uppgift att bistå kansliet för strategi och framtidsfrågor i dess arbete med regeringens framtidsarbete. De tre analysgrupperna är Arbetet i framtiden, Grön omställning & konkurrenskraft samt Global samverkan. Varje grupp arbetar i frihet under ledning av två ordföranden. Resultaten ska kommuniceras löpande med regeringen som i sin tur kan föra in förslagen i det löpande arbetet inom Regeringskansliet.

Grupperna arbetar självständigt och dess förslag representerar inte nödvändigtvis regeringens syn eller ställning. Denna PM har tagits fram till analysgruppen, som underlag för gruppens diskussion om framtidens policy.

Ordförande för gruppen är Annelie Nordström och Klas Eklund. Därutöver består gruppen av åtta ytterligare ledamöter.

Ledamöter

Anna Breman, Swedbank
Pontus Braunerhjelm, professor KTH och Entreprenörskapsforum
Eva Mörk, professor Uppsala Universitet
Jesper Roine, professor Handelshögskolan
Luciano Astudillo, Malmö kommun
Åke Svensson, vd Teknikföretagen
Åsa-Pia Järliden, LO
Azita Shariati, vd Sodexo Sverige

Huvudsekreterare

Katinka Hort

Arbetsintegrerande sociala företag

En av de stora samhällsutmaningarna som vi står inför idag är ett ökande utanförskap och en av orsakerna till ett ökat utanförskap är arbetslöshet. Denna rapport beskriver några nya sätt att skapa arbetstillfällen, framförallt för människor som står långt ifrån arbetsmarknaden. Det kan vara människor med funktionsnedsättning, med invandrarbakgrund, som fastnat i långtidsarbetslöshet etc. Rapporten belyser några av de insatser som pågår idag för att skapa arbeten för dessa grupper genom framväxten av socialt företagande med det primära målet att få människor i sysselsättning

1. Bakgrund

Utvecklingen av sociala företag (SF) har stöd från EU-kommissionen främst genom SBI, Social Business Initiative¹ som lanserades 2011 och som syftar till att främja utvecklingen av socialt företagande genom tre huvudområden:

- Tillgången till kapital
- Se över legala strukturer och förenkla regelverk
- Kunskapsutveckling och synlighet

Men även genom kommissionens arbete med social innovation (SI). EU-kommissionen förklarar att, ”social innovations are new ideas that meet social needs, create social relationships, and form new collaborations. These innovations can be products, services, or models addressing unmet needs more effectively”.

Nordiska rådet har i en rapport² belyst utvecklingen av området i Norden och i relation till den nordiska välfärdsmodellen finns det två starka trender som formar utvecklingen: privatisering av välfärdstjänster samt experimentering med nya former för kollektivt ansvar.

*Erika Augustinsson är ansvarig för kommunikation och policy på Mötesplats Social Innovation vid Malmö Högskola och rapportens huvudförfattare. Medförfattare har varit Camilla Backström, Fredrik Björk och Marie-Louise Lövgren. Författarna svarar själva för innehållet i rapporten.

¹ EU-kommissionen, 2016: *The Social Business Initiative*.

² Nordiska ministerrådet, 2015: Socialt entreprenörskap och social innovation: Kartläggning av insatser för socialt entreprenörskap och social innovation i Norden.

Andra mer specifika drivkrafter är:

- behovet av ett breddat entreprenörskaps- och innovationsbegrepp för att mobilisera fler aktörer att lösa samhällsutmaningar
- behovet av en hållbar utveckling och därmed ett behov av ökad samverkan över sektorer
- kommuners, regioners och staters växande roll som facilitator då det gäller innovationsprocesser och kritiken mot New Public Management som styrande modell
- urbanisering och utarmning av landsbygden

2. Begreppen

Det finns ett flertal olika definitioner och namn på entreprenörskap och innovation som i första hand syftar till att adressera en samhällsutmaning. Tillväxtverket sorterar några av de mer kända begreppen på det sätt som illustreras i bild 1.

Bild 1 Definitioner av sociala företag

Huvudgrupp	Undergrupper	Definitioner
Samhälls- /sociala företag	Samhälls- entreprenörskap	När människor tar egna initiativ för att förbättra sådant som de tycker saknas eller inte fungerar i samhället och som gör att de gemensamma, samhällsnyttiga funktionerna utvecklas.
	Social innovation	Idéer/metoder som avser att lösa ett samhällsligt problem eller behov på ett nytt sätt, som kan omsättas till t.ex. företagande eller en produkt/tjänst och som kan spridas och användas inom fler områden och av andra aktörer.
	Arbetsintegrerande sociala företag	Företag som driver näringsverksamhet med övergripande ändamål att integrera människor som har stora svårigheter att få och/eller behålla ett arbete.

Källa: Tillväxtverket

2.1 Sociala företag

Huvudgruppen sociala företag kännetecknas av att de kombinerar samhällsmål med entreprenörsanda. Dessa organisationer fokuserar på att uppnå bredare sociala, miljömässiga eller samhällsmål och affärsidén bygger ofta på någon slags social innovation.

Ett socialt företags främsta mål är att generera positiva samhällseffekter. Ekonomiskt överskott investeras huvudsakligen i den egna verksamheten eller i verksamheter med liknande målsättningar. Det fungerar genom att tillhandahålla varor och tjänster för

marknaden på ett affärsmässigt och innovativt sätt och använder sina vinster främst för att uppnå sociala mål. Det styrs på ett öppet och ansvarsfullt sätt och involverar framförallt anställda, konsumenter och intressenter som påverkas av dess affärsverksamhet.

EU:s definition³ av sociala företag (social economy enterprise) är:

- De för vem det sociala eller samhällliga målet av allmännyttan är orsaken till den kommersiella verksamheten, ofta i form av en hög nivå av social innovation.
- De där vinster i huvudsak återinvesteras i syfte att uppnå dessa sociala mål.
- De där organisationsform eller ägandesystem återspeglar företagets uppdrag med hjälp av demokratiska eller deltagande principer eller med fokus på social rättvisa.

Det finns ingen särskild gemensam juridisk form i Europa för sociala företag. Många verkar i form av sociala kooperativ, vissa är registrerade som privata företag och flera är icke vinstutdelande organisationer som utvecklingsfonder, föreningar och stiftelser.

Trots den stora organisatoriska mångfalden inom gruppen sociala företag hittar man dem främst inom fyra områden:

- Arbetsintegration - utbildning och integration av personer med funktionshinder och arbetslösa.
- Personliga sociala tjänster - hälsa, välbefinnande och sjukvård, yrkesutbildning, utbildning, hälsovård, barnomsorg, tjänster för äldre personer, eller stöd till utsatta personer.
- Lokal utveckling av missgynnade områden - sociala företag i avlägsna landsbygdsområden, utveckling/ rehabiliteringssystem i stadsområden, utvecklingsbistånd och utvecklingsamarbete.
- Övrigt - inklusive återvinning, miljöskydd, sport, konst, kultur eller historiskt bevarande, vetenskap, forskning och innovation, konsumentskydd och amatöridrott.

2.2 Social innovation

Sociala innovationer innebär innovativa tjänster, produkter, processer och metoder som strävar efter att möta samhällets utmaningar och kan hittas i hela samhället, från lokal nivå till global. BEPA, Bureau of European Policy Advisors, delar in social innovation i tre kategorier⁴:

- Gräsrotsinitiativ som på nya sätt möter sociala behov som inte tillgodoses av marknaden eller den offentliga sektorn.
- Som samhällliga innovationer där gränsen mellan olika samhällssektorer suddats ut och där innovationen riktar sig till hela samhället.

³ EU-kommissionen, 2016: *Social Enterprises*.

⁴ BEPA, 2010: *Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union*.

- Som systemförändrande sociala innovationer som vill förändra värderingar, kulturer, strategier och politik.

2.3 Arbetsintegrerade sociala företag

När man i Sverige talar om sociala företag, syftar man vanligen på arbetsintegrerade sociala företag, ASF (work integrated social enterprise, WISE) vars primära syfte är att skapa arbete för människor som står långt ifrån arbetsmarknaden.

Tillväxtverket definierar ASF på följande sätt, och det är utifrån denna definition som regeringens handlingsplan från 2010 utgår:

- Med övergripande ändamål att integrera människor som har stora svårigheter att få och/eller behålla ett arbete, i arbetsliv och samhälle. - *Det innebär att företagen försöker skapa nya arbetstillfällen men också att man erbjuder arbetsträning, rehabilitering mm för att de som deltar i verksamheten ska kunna få arbete hos andra arbetsgivare.*
- Som skapar delaktighet för medarbetarna genom ägande, avtal eller på annat väl dokumenterat sätt. - *Det kan innebära att företaget drivs som ett arbetskooperativ men kan också innebära att företagets verksamhet organiseras så att alla kan ta del i beslut om företaget och om sin egen utveckling.*
- Som i huvudsak återinvesterar sina vinster i den egna eller liknade verksamheter. - *Det innebär vanligen att vinster (överskott) används till att anställa fler, utveckla verksamheten, erbjuda kompetensutveckling eller för att utveckla nya sociala företag.*
- Som är organisatoriskt fristående från offentlig verksamhet. - *Det innebär att företaget inte har ägare som är kommuner eller andra offentligt ägda organisationer.*

3. Arbetsintegrerade sociala företag

Hösten 2015 presenterade EU-kommissionen en första ansats till att kartlägga sociala företag⁵. Studien består bland annat av rapporter från 29 länder där man valt att titta på om det finns en nationell policy, legala ramverk, stöd för affärsutveckling, inkubatorer, en marknad för impact investment⁶, certifieringssystem eller mätmetoder för resultat. Några intressanta fakta ur rapporten är:

- 19 av 29 länder har eller håller på att ta fram en specifik legal form för sociala företag.
- 8 av 29 länder har en policy/handlingsplan för hur man ska arbeta med sociala företag.
- 4 av 29 länder arbetar med en begränsad definition av socialt företagande.

⁵ Wilkinson C, 2015: *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe.*

⁶ "Impact investment betyder investeringar gjorda med intentionen att generera sociala eller miljömässiga samhällseffekter vid sidan av en finansiell avkastning." The Global Impact Investment Network, The GIIN.

Sverige är bland de 8 länder som uppges ha en policy för socialt företagande. De övriga är Bulgarien, Grekland, Frankrike, Italien, Luxemburg, Slovenien och Storbritannien. Värt att anmärka är att Sveriges handlingsplan sträckte sig mellan 2010 och 2012 och har slutrapporterats. I fem länder, Finland, Litauen, Polen, Slovakien och Sverige, är begreppet socialt företag begränsat till att handla om arbetsintegrerande sociala företag. En begränsning som utesluter ett flertal av de företag som i eurozonen kallas sociala företag inom till exempel välfärds- och utbildnings-, miljö- eller fair trade-sektorn. Det gör att antalet sociala företag enligt statistiken i såväl Sverige (ca 350) som Finland är relativt få. I Finland tittar man dock även på den bredare EU-definitionen av sociala företag och får då antalet till 2500 till 3200.⁷

Le Mat

Le Mat Sverige är en kedja av sociala och arbetsintegrerande företag som driver bed and breakfast, hotell och hostel. De har i dag cirka 25 anställda/delägare i tre sociala företag (i Stockholm, Göteborg och Luleå) samt ett femtiotal personer i utbildning, som är på väg att starta nya anläggningar. Företaget är en franchisekedja som omsätter cirka 15 miljoner kronor per år. Le Mats verksamheter drivs som ekonomiska föreningar, medan investeringsbehovet finansieras genom aktiebolag med särskild vinstutdelningsbegränsning. De som utbildas och sedan blir anställda och delägare rekryteras i samarbete med socialtjänsten och Arbetsförmedlingen. Personerna har mycket varierande bakgrund, med den gemensamma nämnaren att de har upplevt svårigheter att etablera sig på arbetsmarknaden. Se bilaga.

4.1 Omfattning i antal företag och arbetstagare i ASF

ASF använder olika företagsformer och återfinns i en lång rad olika branscher. De är därför svåra att identifiera via SCB eller Bolagsverket. På uppdrag av Tillväxtverket gjorde Handelshögskolan under ledning av docent Filip Wijkström, en ansats att samla in data om ASF, sociala företag och samhälls-entreprenörer i den vidare bemärkelsen, via SCBs befintliga statistik. Han beskriver i sin utredning svårigheterna att få kvalitetssäkrad data om antalet sociala företag i Sverige och liknar det vid ”att fånga in sociala företag med hjälp av ett grovmaskigt nät”.⁸ Wijkström konstaterar att tillgången till tillförlitlig data endast kan uppnås genom att gå igenom organisation för organisation för att se om deras verksamhet och syfte uppfyller kriterierna för sociala företag.

Tillväxtverket har inom ramen för Sofisam även byggt ett eget register över ASF och det är den mest lättåtkomliga och heltäckande data som finns idag. Registret bygger dock på att företagen registrerar sig själva vilket innebär en risk för bortfall. Det finns dock incitament att registrera sig då Arbetsförmedlingen använder listan som kvalitetskontroll.

Enligt detta register finns det ca 350 ASF i Sverige idag. Utvecklingen har gått från 150 stycken 2008 (då man började mäta) till ca 350 år 2016. Se bild 2. Tyvärr finns det inte några

⁷ Russell S, Pattiniemi P och Koivuneva L, 2015: *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Country Report: Finland.*

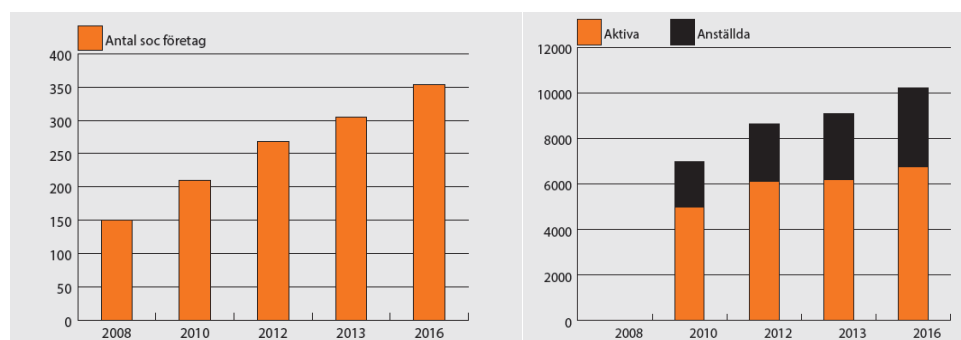
⁸ Eriksson M, Einarsson T, Wijkström F, 2014: *Projektrapport avseende projekt om samhälls-entreprenörskap och sociala företag.*

siffror om ekonomisk tillväxt i företagen då det skulle krävas en genomgång av varje enskilt företag för att få fram dessa.

2010 hade företagen sammanlagt cirka 7000 personer sysselsatta i bland annat arbetsmarknadsåtgärder och rehabilitering varav ca 2000 var anställda. Idag är dessa siffror uppe i 10195 respektive 3480. Se bild 2.

Det finns ingen särskild juridisk form för sociala företag vilket bidrar till svårigheterna att följa upp deras verksamhet. Den överväldigande majoriteten, (229) är ekonomiska föreningar följt av ideella föreningar (75). 39 är Aktiebolag varav 7 SVB, Aktiebolag med begränsad vinstutdelning. Återstående är stiftelser eller har ej angett vilken organisationsform de har.

Bild 2 Antal sociala företag och antal anställda i dessa företag 2008-2016.



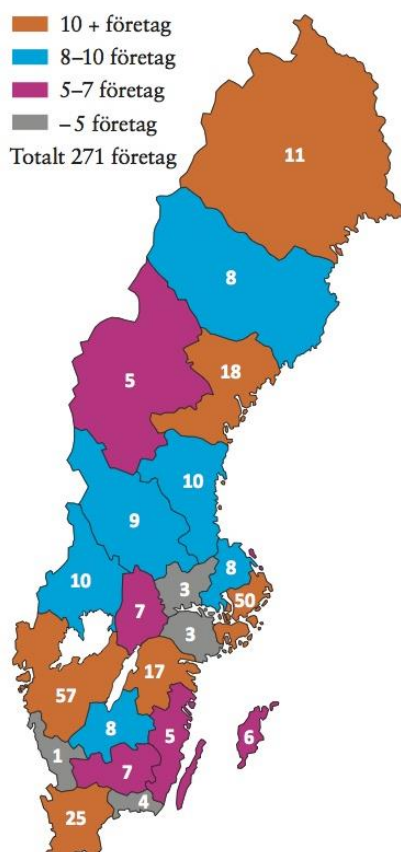
Källa: Sofisam

Lite färre än hälften av företagen har mellan 1-10 personer sysselsatta och ett fåtal (ca 20) har mellan 100-400 sysselsatta. De större företagen består till stor del av etablerade äldre organisationer som Stockholms Stadsmission, Faktum, Situation Stockholm och Basta. Det finns dock skillnader mellan dessa bolag när det gäller hur många de har anställda i förhållande till hur många de sysselsätter. Stockholms stadsmission har till exempel 100 sysselsatta och alla är anställda. Faktum däremot har 400 sysselsatta men bara 13 anställda. Större delen av ASF är verksamma inom tjänstenäringar än den totala företagspopulationen.⁹ De vanligaste branscherna är; butik och försäljning, café/restaurang och hotell, hushållsnära tjänster, bygg och fastighetsskötsel.

Fördelningen i landet stämmer väl överens med bilden från 2012 även om antalet har ökat. Se bild 3 nedan.

⁹ Tillväxtanalys, 2011: *Arbetsintegrerandesociala företag – användning och behov av statliga finansieringsstöd.*

Bild 3 De sociala företagens spridning över landet



Källa: Tillväxtverket

Under perioden som Sofisam har tillhandahållit tidigare nämnda register över ASF har ca 60-70 företag lagts ner. Detta innebär att antal nystartade företag är högre än vad som syns i ovanstående siffror.¹⁰ En enklare undersökning har gjorts av 60 av de ASF som lagt ner under perioden och man kan se en del mönster i anledningen till nedläggning.¹¹ Det finns både interna och externa faktorer som bidrar till utvecklingen och en del av dem är specifika för ASF och andra handlar om generella utmaningar som del flesta företag möter.

De fyra vanligaste interna faktorerna är att:

ägar- och organisationsstrukturen är för snäv eller ensidig

- ledarskaps- och kompetensproblem
- underkapitalisering från början
- motsättningar och konflikter mellan olika personer och grupper i ledningen

¹⁰ Sofisams företagsregister

¹¹ Laurelii E, Nilsson L och Hedin U-C, 2014: *Företagen som försvann*

Flera ASF som lagt ner har ofta kompetens inom den mer vårdande delen av verksamheten men saknar kompetens inom ekonomi, marknadsföring och affärsutveckling. De flesta ASF har en affärsmodell där de säljer rehabiliteringstjänster till den offentliga sektorn såsom Arbetsförmedlingen, Försäkringskassan och kommuner och i flera fall saknas kompetens inom det mycket omfattande regelverk de omfattas av, detta härrör sig i flera fall från snäva eller ensidiga ägarstrukturer med liten eller ingen erfarenhet från offentlig sektor. Många av företagen lever på marginalen från början och har ingen buffert när de till exempel drabbas av lågkonjunktur. I vissa fall har ett ensidigt beroende av projektbidrag också lett till att man inte kunnat fortsätta verksamheten utan bidraget.

Konflikter i ledningen är anledningen till nedläggning i ca 10 % av fallen vilket bland annat kan ha att göra med hybridformen som ASF har där intressekonflikter mellan de som förespråkar de ekonomiska målen och de som förespråkar de sociala målen bidrar.

Flera externa faktorer kan också ses påverka nedläggning av ASF som

- ensidigt beroende av den offentliga sektorns aktörer
- förändringar i de offentliga myndigheternas regelverk
- minskande försäljning och efterfrågan på företagets produkter/tjänster

Många ASF har endast en kommun som kund vilket gör dem mycket sårbara. En uppsägning av ett avtal kan direkt leda till nedläggning vilket har skett i 15 % av 60 undersökta företagen. Eftersom man ofta saknar affärsutvecklingskompetens är man dåligt rustad för att skala upp sin verksamhet för att hantera beroendet av en kund. Anledningen att kommunerna säger upp avtal med ASF kan bero på lågkonjunktur som till exempel under den ekonomiska krisen 2008-2009, att man väljer att sköta verksamheten i kommunal regi istället eller byte av politisk ledning. Flera ASF har lagt ner på grund av förändring i arbetsmarknadspolitiska ramverk. Eftersom de flesta ASF förutom rehabiliteringstjänster säljer någon form av tjänst eller produkt är de precis som andra företag beroende av efterfrågan på dessa. Krisen 2008- 2009 var därför kännbar även för ASF.

3.2 Varifrån rekryteras arbetstagarna och hur ser arbetsmarknadsbakgrunden ut?

Enligt en rapport¹² från Tillväxtanalys består de sysselsatta i ASF till största delen av deltagare i arbetsmarknadspolitiskt program, personer i rehabilitering eller biståndsbedömd sysselsättning enligt Socialtjänstlagen (SoL) eller Lag om Stöd och Service till vissa funktionshindrade (LSS).

Fördelningen inom de olika grupperna är det svårt att hitta någon heltäckande statistik om. Likaså när det gäller fördelningen mellan män och kvinnor samt ålder. En del av uppgifterna kan med stor sannolikhet samlas in genom att gå igenom alla de 354 företag som finns i Sofisams register förutsatt att företagen har uppgifter om detta. Om Arbetsförmedlingen fick

¹² Tillväxtanalys, 2011: *Arbetsintegrerandesociala företag – användning och behov av statliga finansieringsstöd.*

organisationsnummer och ett uppdrag att följa upp sina beslut relaterade till de ASF de anlita kan man få en mer heltäckande bild.

Arbetsförmedlingens RESA-projekt som pågick 2009-2014 borde kunna bidra med en del siffror gällande fördelningen på ålder och kön. RESA hade som syfte att ge fler personer med psykisk funktionsnedsättning rehabilitering, sysselsättning och arbete och samtidigt tillvarata möjligheterna för företag inom den sociala ekonomin att stödja personer med psykisk funktionsnedsättning. Även om Arbetsförmedlingen i sin rapport gör bedömningen att de hade en stor andel ASF som tillhandahöll tjänster i detta projekt har de ingen speciell märkning bland sina leverantörer så det finns inga siffror på hur många som fick sin sysselsättning via ett ASF utan det behövs organisationsnummer för att kunna hitta dessa i datan.

3.3 I vilken utsträckning går de vidare till reguljära jobb?

En av de få undersökningar som gjorts gällande i vilken utsträckning arbetstagarna går vidare till reguljära jobb kommer från Temagruppen Entreprenörskap och Företagande inom social Ekonomi.¹³ De genomförde en analys av 1535 anställda i 43 sociala företag från 2003 till 2012. Rapporten visar på en möjlig positiv effekt när det gäller huvudsaklig försörjning men som rapportförfattarna själva skriver så krävs det mer forskning och fler mätningar för att kunna dra några större slutsatser.

Det finns flera fallstudier av ASF som visar på positiva resultat för specifika företag se exempelvis Socioekonomiskt bokslut för Vägen ut och Basta.¹⁴ Däremot saknas undersökningar med större mängder data vilket gör det svårt att dra några generella slutsatser med säkerhet.

Left is right

Left is right är ett aktieföretag med 13 anställda som av olika anledningar står långt ifrån arbetsmarknaden; bland annat på grund att de har diagnoser som aspergers eller adhd. De omsätter 5 miljoner kronor per år och finns i dag på två orter: Bromma (Stockholm) och Strängnäs. De ingår i företagsgruppen Wilj AB som består av fem företag, som allihop är verksamheter som främjar utsatta människors möjlighet att delta i det ordinarie arbetslivet. Left is Right har låg personalomsättning och har ingen uttalad ambition att slussa de anställda vidare till "vanliga jobb", men när det händer ser ledningen positivt på det. Se bilaga.

Man kan också diskutera huruvida det är målet att de sysselsatta ska gå vidare till andra jobb. I fallet med t ex Left is Right så är inte syftet att de anställda ska gå vidare utan snarare att anställa fler i det sociala företaget. De sociala företagen blir i en del fall också permanenta

¹³ En av fem temagrupper inom ett projekt drivet av Tillväxtverket och finansierat av socialfonden i syfte att utveckla och sprida kunskap om hur entreprenörskap och företagande kan motverka utanförskap. Särskilt fokus låg på de företag och verksamheter som startas och utvecklas inom den sociala ekonomin genom initiativ från idéburna organisationer.

¹⁴ NUTEK, 2006: *Det sociala företaget och samhället. Socioekonomiska bokslut för Vägen Ut! Kooperativen och Basta Arbetskooperativ.*

arbetsgivare för de personer som deltagit i deras program. Ett exempel är Vägen ut som regelbundet anställer deltagare från sin verksamhet med arbetsträning.

Inom Arbetsförmedlingens RESA-projekt som tidigare nämnts hade 20 % av de som efter två år avslutat sin sysselsättningsplats gått vidare till jobb eller studier vilket enligt Arbetsförmedlingen är ett gott resultat.

3.4 Det offentliga stödet

Olika insatser från det offentliga har genom årens lopp genomförts för att stötta ASF, många som del i andra insatser och därför är det svårt att säga exakt hur mycket som investerats i dessa verksamheter.

Tillväxtanalys har genomfört en studie av 190 ASF. 43 av de 190 företagen svarade på frågor om finansiering och offentligt stöd. 72 % av dessa hade haft någon form av offentligt stöd innan företagsstart. Vanligast var projektmedel från Socialfonden eller subventioner från kommunen, några hade även fått statligt stöd genom exempelvis Arbetsförmedlingen.

Allmänna arvsfonden och ESF har traditionellt varit stora finansiärer av sociala företag.¹⁵ Arvsfonden har i många fall inte bara fokuserat på ASF utan använt en bredare definition som även innefattar samhälls-entreprenörer och social innovation. En utvärdering gjordes 2013 av 67 projekt inom det som Arvsfonden kallar socialt företagande som sammanlagt fått 112 miljoner kronor. Eftersom ASF inte särskildes från övriga projekt är det svårt att säga hur stor del av den totala summan som gick till dem.

Ett mer indirekt stöd till ASF har skett genom att Tillväxtverket fick 10 miljoner kr från Socialdepartementet för informationsinsatser om ASF 2008-2009, vilket bland annat resulterade i www.sofisam.se som är en webbplats för kunskapsutbyte. 2010 presenterades en handlingsplan för utvecklingen av sociala företag och 2011 fick Tillväxtanalys uppdraget att se över om sociala företag behöver statligt finansiellt stöd.

Under perioden 2012-2015 drev Tillväxtverket programmet Samhälls-entreprenörskap och sociala innovationer där delar av projektmedel på 10 miljoner kronor gick till ASF i samband med affärsutvecklingsinsatser. Ett liknande program drevs också av KK-Stiftelsen mellan 2008-2010 där man ursprungligen planerat för ett nioårigt projekt. Bland annat finansierades forskningsprojekt med 20 miljoner och ett antal piloter för kompetensutveckling. Även i detta projekt är det svårt att utvärdera hur mycket pengar som gått till ASF.

Stöden kommer enligt Tillväxtanalys från många aktörer och bilden är också att stödets utformning varierar mycket. Intrycket är att det är vanligt att företagen får lägga stor energi på att hitta lösningar för att kunna hitta nödvändig finansiering, ofta genom kontakter med

¹⁵ Gawell M, 2013: *Socialt företagande och försöken att finna fungerande sätt.*

kommunen. Detta innebär också att kommunens inställning till sociala företag har stor betydelse för dessa företags förutsättningar att utvecklas.

Det är viktigt att påpeka att stöd från Arbetsförmedling och Försäkringskassa är centralt för ASF ekonomi även om de inte kan räknas som företagsstöd då de är riktade till individer som har sin sysselsättning via ASF. Den vanligaste formen av stöd är lönebidrag enligt den undersökning som Tillväxtanalys gjort. Mellan år 2000 och 2011 betalade Arbetsförmedlingen ut ca 1 miljard i stöd till de företag som ingick i Tillväxtanalys rapport.¹⁶ För en detaljerad genomgång av de olika sorters stöd som utgår från Arbetsförmedlingen, Försäkringskassan och kommunerna hänvisar vi till tidigare nämnda rapport från Tillväxtanalys och en rapport från Tillväxtverket från 2011.¹⁷ Notera dock att viss uppdatering behövs göras då förändringar gällande exempelvis Fas 3 har införts efter dessa rapporter.

4. Utmaningar och möjligheter för utvecklingen

Det finns några huvudområden där stöd till sociala företag är särskilt viktigt vilket också framgår av arbetet inom ramen för EUs Social Business Initiative:

- Kapitalförsörjning med allt ifrån offentligt och privat stöd till kompetensutveckling, affärsutveckling och framtagande av nya affärsmodeller.
- Översyn då det gäller strukturer och regelverk allt ifrån behov av nya legala former, certifieringar, upphandlingar till samordning av politik och uppdrag.
- Öka kunskap och kompetens, allt ifrån behov av forskning och kompetensutveckling till att synliggöra och lyfta fram de sociala företagens existens.

Redan 2002 gjordes en utredning¹⁸ om Samhall och dess förhållande till liknande verksamheter. I utredningen nämns tre skäl till att det behövs komplement till Samhall som fortfarande är relevanta.

- Det har skett en minskning av arbetstillfällena inom Samhall och det finns en betydande undersysselsättning bland de anställda.
- Det finns ett behov av diversifierade arbetsuppgifter som passar personers intresse, behov och förutsättningar.
- Stordriftsfördelar och specialisering av produktionen innebär att valmöjligheterna lokalt blir små.
- Nuvarande system att anordna skyddat arbete hos Samhall förefaller blivit allt dyrare relativt andra insatser.

¹⁶ Tillväxtanalys, 2011: *Arbetsintegrerande sociala företag - användning och behov av statliga finansieringsstöd.*

¹⁷ Tillväxtverket, 2010: *Rapport av uppdrag till Tillväxtverket med anledning av regeringens handlingsplan för arbetsintegrerande sociala företag.*

¹⁸ Arbetsmarknadsdepartementet, 2003: *Inte bara Samhall SOU 2003:56.*

ASF är idag ett reellt komplement till Samhall och området har stor utvecklingspotential att kunna vara en del i framtidens arbetsmarknadspolitik vilket till exempel Jan Edling påpekar i sin rapport.¹⁹ Genom att utveckla stödet till arbetsintegrerande sociala företag finns stora möjligheter att omforma de arbetsmarknadsinsatser som har till uppgift att integrera dem som står allra längst bort från arbetsmarknaden.²⁰

Tillväxtverket har genom temagruppen Entreprenörskap och Företagande gjort ett flertal rapporter där man presenterar olika förslag för hur socialt företagande kan vara ett verktyg som ger fler möjlighet till arbete och egen försörjning. Rapporten Nio områden där politiker och tjänstemän kan göra skillnad för långtidsarbetslösa²¹, ger tydliga policyrekommendationer för hur man brett kan stödja ASF. Olika samordningsinsatser mellan myndigheter som arbetar med ASF, såsom Arbetsförmedling och Försäkringskassa men även Socialstyrelse, SKL m.fl., är avgörande för utvecklingen liksom att dessa myndigheters uppdrag formuleras så att det skapar förutsättningar för socialt företagande.

5. Politisk samsyn

Det som enhälligt framförs som ett behov är ett helhetsgrepp kring hur denna växande grupp ska hanteras. Uppdragen och rekommendationerna från olika myndigheter är fragmenterade och fokuserar ofta ett mindre arbetsområde (innovation i offentlig sektor, finansiering, upphandling etc.).

En möjlighet för vidare utveckling är att titta på hur EU arbetar inom ramen för SBI och andra liknande program, vilket också stöttas av analysen i Tillväxtanalys rapport.²² Arbetet i EU kan vara vägledande för hur man ska ta till sig detta område i Sverige.

En nyckelfaktor för utvecklingen av området är att politiken samordnar sina insatser och skapar en samsyn nationellt för hur man vill arbeta med socialt företagande. Detta kan förslagsvis göras genom att tillsätta en interdepartemental arbetsgrupp/råd, liknande den som tillsattes i Danmark, som såg över vilka områden som socialt företagande berör och hur man kan samordna insatser för områdets tillväxt. Ytterligare en möjlighet är ta fram en nationell strategi för hur vi ska arbeta med socialt företagande.

Det fanns, mellan 2010 och 2012, en handlingsplan²³ för hur Sverige ska arbeta med arbetsintegrerande sociala företag, men inga ramverk eller strategier för hur man ska arbeta med de bredare begreppen. Den svenska innovationsstrategin²⁴ från 2012 tar upp social

¹⁹ Edling J, 2014: *Strukturomvandling och social integrering*.

²⁰ Ibid.

²¹ Tillväxtverket, 2012: *Nio områden där politiker och tjänstemän kan göra skillnad för långtidsarbetslösa*.

²² Tillväxtanalys, 2011: *Arbetsintegrerande sociala företag - användning och behov av statliga finansieringsstöd*

²³ Näringsdepartementet, 2010: *Handlingsplan för arbetsintegrerande sociala företag*.

²⁴ Näringsdepartementet, 2012: *Den nationella innovationsstrategin*.

innovation och samhälls-entreprenörskap som ett viktigt område att satsa på men ger inga direkta policyrekommendationer.

Vikten av att arbeta med en bredare och mer inkluderande definition av socialt företagande, inte bara arbetsintegrerande, har framförts på flera håll och i flera rapporter.²⁵ Dels för att det ger ökad legitimitet och en hemvist för de sociala företag som redan finns idag i Sverige men också, vilket framförts i Nordiska rådets rapport²⁶, för att vi med en begränsad definition också begränsar potentialen i vår tradition att arbeta brett över samhällssektorer och genom social innovation ta ett helhetsgrepp för att förnya välfärdsstaten.²⁷ Man kan också anta att sociala företag enligt den vidare definitionen också kan bidra till att stärka och utveckla fler möjligheter för utvecklingen av ASF.

6. Legala former och certifiering

Forskningsprojektet SIMPACTS rapport²⁸ visar hur sociala företag ofta är i konflikt med staten, på grund av den traditionella byråkratins avsaknad av tvärsektoriell syn. Orsaken är att sociala företag och sociala innovationer med sin hybridliknande form inte passar in i de traditionella kategorier där vi delar in samhällets aktörer: de är oftast varken kommersiella eller ideella, de är både och, och ”gömmar sig” därför i en mängd olika legala former och kombinationer i samhällsstrukturen.

Det pågår därför diskussioner om behovet av en särskild legal form för sociala företag likt den som finns i Storbritannien (CIC, Community Interest Company). I Sverige finns formen aktiebolag med särskild vinstutdelningsbegränsning (SVB). En signifikant skillnad är att CIC måste ha ett uttalat samhällssyfte (social purpose) inskrivet i bolagsordningen. Det finns 75 SVB i Sverige och 7 av dessa finns med i registret med ASF²⁹.

Det finns flera förklaringar till att denna företagsform inte fått fäste i Sverige. Den främsta förklaringen är dock att, i jämförelse med Storbritannien som lanserade CIC med en tillhörande stödstruktur med en myndighet, en fond för finansiellt stöd till företagen och oberoende instans som sköter fonden, så saknas liknande insatser i Sverige. Lägg därtill att regeringen i Storbritannien bedrev opinion för den nya bolagsformen medan man i Sverige varit ganska tyst om den nya bolagsformen.³⁰

²⁵ Tillväxtanalys, 2011: *Arbetsintegrerande sociala företag - användning och behov av statliga finansieringsstöd.*

²⁶ Nordiska ministerrådet, 2015: *Socialt entreprenörskap och social innovation: Kartläggning av insatser för socialt entreprenörskap och social innovation i Norden.*

²⁷ Ibid.

²⁸ Terstriep J, Kleverbeck M, Deserti A och Rizzo F, 2015: *Comparative Report on Social Innovation across Europe.*

²⁹ SCB jan 2016 Företagsfakta, hämtad januari 2016

³⁰ Palmås K, 2013: *Den misslyckade välfärdsreformen*

Ett alternativ till en ny bolagsform är att skapa ett certifieringssystem som ska säkerställa kvaliteten hos och synliggöra sociala företag. Ett exempel på detta är Social Enterprise Mark som har sitt ursprung i Storbritannien och som 2011 även etablerades i Finland. Kriterierna för ASF och sociala företag är på många sätt oklara om man ser närmare på dem; Vad menar vi med demokratiska principer och hur vet vi att de uppfylls eller att i huvudsak återinvestera vinst? Dessa oklarheter skulle undvikas genom en särskild bolagsform eller certifiering.

7. Tillgång till kapital

Länder i framkant när det gäller att frigöra privat kapital till området, så som Storbritannien, Frankrike och Kanada har visat på vikten av att skapa strukturer för en möjliggörande miljö för sociala företag och investerare. Rapporten ”Nya Finansieringsformer för Social Innovation”³¹ lyfter fram exempel på hur regeringar i olika länder har tagit fram nationella strategier och aktiviteter.

Sociala företag skiljer sig inte från andra företag i att tillgång till finansiering och kapital är en förutsättning för att bedriva verksamhet och nyckeln till sund tillväxt. Kapitalbehovet förändras allteftersom verksamheten förflyttar sig i livscykel.

De sociala företagens annorlunda karaktär innebär att tillgången till externa finansieringskällor är begränsad. Eftersom ägarna till ASF ofta är personer som står långt ifrån arbetsmarknaden är även det interna ägarkapitalet begränsat. Kommersiella banker och investerare har svårt att förstå affärsmodellerna då de inte passar in i de traditionella bedömningsstrukturer som används, vilket t ex kan vara återbetalningsförmåga och förekomsten av säkerhet för att garantera lånet.

Sociala företag anser också att ett hinder är bristande kunskap om vad ett socialt företag är.³² Många gånger upplever man att både näringsliv och offentliga aktörer inte betraktar dem som ”riktiga företag”. En anledning till detta kan vara att många sociala företag drivs som ideell eller ekonomisk förening och därför har annorlunda styrmodeller och affärslogik. Därmed blir bedömningen att det är för stor risk att tillhandahålla finansiering.

Utöver kommersiella banker finns det även offentliga aktörer som erbjuder lån och krediter till företag, exempel på sådana aktörer är Almi och Norrlandsfonden. Enligt rapporten från Tillväxtanalys³³ från 2011 har ett mindre antal ASF fått stöd via ALMI och genom stödformen ”regionalt bidrag till företagsutveckling”. Under perioden 1995-2010 rör det sig om totalt ca 2 miljoner kr - en mycket blygsam summa, enligt rapportförfattarna.

³¹ Backström C, 2014: *Nya Finansieringsformer för Social Innovation*

³² Tillväxtverket, 2014: *Tillgång till kapital, En studie om förutsättningarna för samhälls-/sociala företag och företagare med utländsk bakgrund.*

³³ Tillväxtanalys, 2011: *Arbetsintegrerande sociala företag - användning och behov av statliga finansieringsstöd.*

Det räcker inte att endast lägga fokus på hur vi skall främja socialt företagande och med det nya innovativa lösningar för att få människor i arbete. Vi behöver också förstå hur vi kan främja nya innovativa finansierings- former för att tillgodose efterfrågan och frigöra kapital som är tillgängligt för dessa aktörer.

7.1 En statlig investeringsfond

En policysammanfattning från Entreprenörskapsforum³⁴ föreslår inrättandet av en statlig investeringsfond med syfte att främja socialt företagande. Detta har även föreslagits i innovationsrådets slutrapport från 2013.³⁵

Det är ett grepp som tagits av en rad olika länder - så som Storbritannien, USA, Kanada och Frankrike. Några konkreta exempel är Storbritanniens The Investment and Contract Readiness Fund som inrättades 2012 med ett kapital på cirka 10 miljoner pund med syfte att hjälpa sociala företag att säkra kapitaltäckning för att konkurrera om kontrakt i offentlig upphandling. Storbritannien har också uppmärksamats internationellt för inrättandet av Big Society Capital (BSC) som lanserades 2011 med syfte att öka tillväxten av socialt företagande i Storbritannien. Det som gör BSC unik är att grundkapitalet på 600 miljoner pund till stor del finansierades med pengar från så kallade ”dormant bank accounts”³⁶ (ca 400 miljoner pund). I december 2015 hade BSC säkrat 195 miljoner pund i finansiering sedan start. Dessa 195 miljoner bestod av 68 miljoner i kapital från BSC och 127 miljoner pund från saminvesterare.

I Frankrike har man inrättat Bpifrance där €500 miljoner öronmärkts för investeringar i sociala företag. Bpifrance bildades genom en sammanslagning av flera statliga organisationer, däribland Oséo (motsvarigheten till Vinnova i Sverige).

7.2 Kommunernas/regionernas sociala investeringsfonder

Enligt en enkät som Sveriges Kommuner och Landsting (SKL) tog fram sommaren 2014³⁷ hade 51 kommuner och 2 landsting initiativ för att arbeta med sociala investeringar där sammanlagt 1,3 miljarder kronor var reserverade för detta ändamål. Det finns planering och diskussioner i ytterligare 87 kommuner och landsting där den senaste kommunen att ansluta sig var Stockholm.

Sociala investeringsfonder som upprättas på kommunal och regional nivå är ofta en lösning för att gå runt organisationen och dess stuprör. Sociala investeringsfonder möjliggör investeringar i ett tidigt skede och/eller förebyggande åtgärder då det kan vara svårt att identifiera en utpekad förvaltning som ansvarar och skall frigöra utrymme i budgeten.

³⁴ Larsson M och Palmberg J, 2015: *Vad betyder social i Sociala Innovationer?*

³⁵ Innovationsrådet, 2013: *Att tänka nytt för att göra nytta – om perspektivskiften i offentlig verksamhet SOU 2013:40.*

³⁶ Konton med ägare som varit inaktiva och inte rört sina konton på 15 år eller mer.

³⁷ Balkfors A, 2015: *Sociala Investeringar i Sveriges kommuner och landsting/regioner – resultat från enkätstudie.*

Genom att reservera kapital i en social investeringsfond vill offentlig sektor adressera behovet av social innovation för att möta olika typer av utanförskap. Det innebär också att man kan lägga pengar på metodutveckling och innovation samt omfördela och frigöra resurser. Man kan också tillgodose specifika behov där de uppstår och fokusera på riskgrupper. Värt att påpeka är att sociala investeringsfonder kan variera mycket i upplägg mellan olika kommuner, städer och regioner.

En möjlighet att främja sociala företag med fokus på arbetsintegration är att skapa sociala investeringsfonder på lokal nivå med syfte att minska utanförskapet i form av arbetslöshet inom specifika utsatta målgrupper.

7.3 Social impact bonds (SIB)

Social Impact Bonds (SIB) (sv. sociala utfallskontrakt³⁸) är en relativt ny finansieringsmodell utvecklad i Storbritannien 2010 av Social Finance³⁹ där man fokuserar på att definiera och premiera en önskad effekt hos en specifik målgrupp. Kortfattat är det en modell för att öka möjligheterna att finansiera social innovation och proaktivt socialt arbete där kommun/landsting transfererar investeringsrisken till externa/privata finansiärer. Kommun/landsting identifierar och konkretiserar önskad samhällseffekt/besparingar och avsätter pengar för att uppnå önskad effekt. Ersättningen utbetalas om resultatet/effekten är uppnådd. De externa finansiärerna finansierar under tiden innovatören/entreprenören och får tillbaka sitt kapital med en liten riskpremie när definierad effekt är uppnådd.

SIB-modellen grundar sig i en sektoröverskridande samverkan mellan offentlig sektor, civilsamhället och privata finansiärer och föranleds av en process – mellan de samverkande sektorerna. Den stora systemförändringen är att man fokuserar på den förändring man vill uppnå snarare än vilken typ av insats och aktiviteter man vill ha. Det är också effekterna som sedan mäts och utvärderas i termer av samhällsnytta.

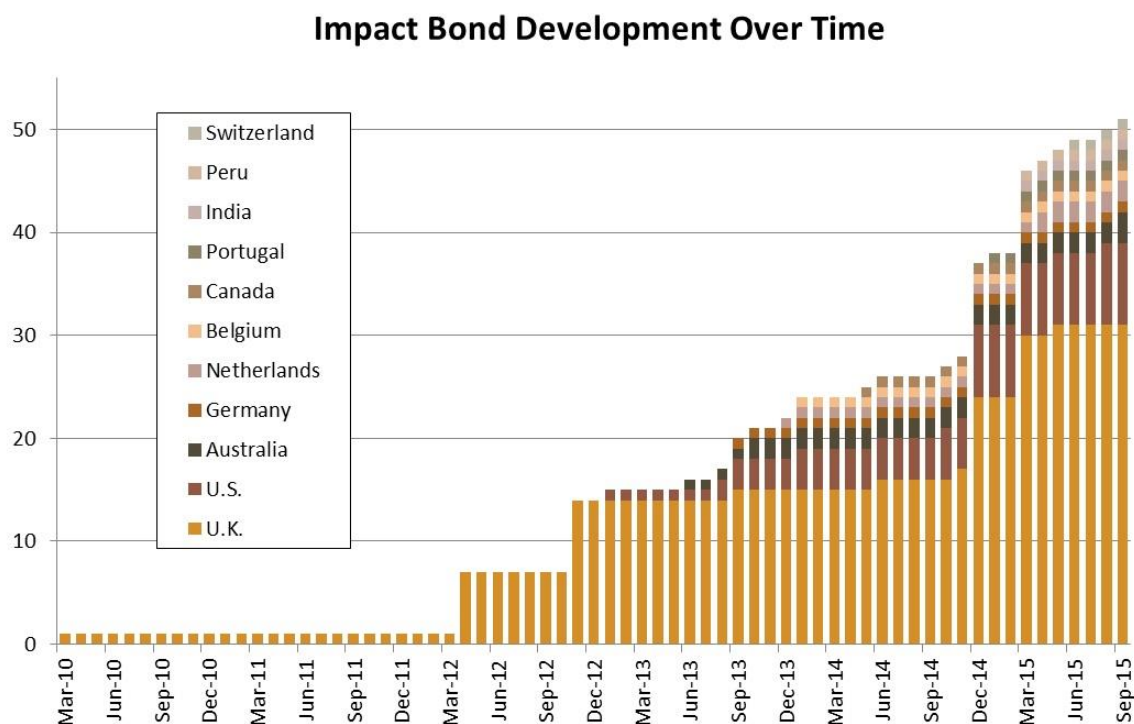
Metoden har prövats främst i Storbritannien, USA och Kanada under de senaste tre åren och har nu börjat spridas utanför de anglosaxiska länderna, enligt Brookings fanns det runt 51 aktiva SIBs i september 2015.⁴⁰ Se bild 4.

³⁸ Det finns inget vedertaget namn för SIB i Sverige. Översättningen sociala utfallskontrakt används av SKL.

³⁹ En intermediär som projektleder utvecklingen av olika SIB modeller och agerar brobyggare mellan offentlig sektor, näringsliv och sociala entreprenörer.

⁴⁰ Gustafsson-Wright E, Gardiner S och Putcha V, 2015: *The Potential and Limitations of Impact Bonds, Lessons from the first five years of experience worldwide.*

Bild 4 Antal sociala utfallskontrakt



Källa: Brookings Institution

SIBs kommer i många olika konstruktioner och lösningar men i princip kan man säga att den består av tre huvudaktörer. Se bild 5:

- Beställare av samhällseffekter (ofta en kommun eller region)
- Utförande organisation med fokus på att generera önskad effekt (ofta ett socialt företag eller civilsamhällesorganisation)
- Privata investerare med fokus på samhällseffekt (ofta affärsänglar, filantroper och stiftelser)

Oftast finns det också en intermediär som projektleder arbetet och håller ihop de olika aktörernas olika intressen.

I juli 2015 fanns det 13 SIBs med fokus på att få människor i sysselsättning, 10 i Storbritannien och en i Holland, Tyskland och Belgien.⁴¹ Värdet på dessa SIBs varierar mellan 200 000 kr och 40 miljoner kr.

⁴¹ Ibid.

Bild 5 Huvudaktörer i sociala utfallskontrakt



Källa: Social Innovation

I Norden provas SIB-modellen genom en rad olika initiativ. I Finland har Epiqus lanserat en SIB med fokus på att minska sjukfrånvaron. Finland arbetar också med att utveckla en SIB med fokus på integration och att stötta flyktingar till arbete.⁴² I Norge arbetar justitiedepartementet med att få en SIB på plats med fokus på att minska återfallsgraden hos andragångsförbrytare.

I Sverige finns två utvecklingsprojekt för att testa SIB-modellen i den svenska kontexten - i Klippan Kommun och Norrköping Kommun, projekten har som mål att minska antalet omhändertagna barn respektive att minska tiden i institutionsvård. Projektet i Klippan kommun leds av Fryshuset med en grundfinansiering för utvecklingen från Postkodstiftelsen. Projektet i Norrköping leds av SKLs Psynk projekt i samverkan med Healthnavigator. Den privata finansiär som visat intresse i båda projekten är Leksell Social Ventures.

7.4 Institutionella investerare

Ett framgångsrikt exempel som frigör privat kapital till investeringar i socialt företagande är Frankrikes 90/10 fonder som har vuxit snabbt i popularitet och står för mer än tre fjärdedelar av det så kallade solidariska sparandet (*finance solidaire*). Under 2014 valde en miljon fransmän att investera i 90/10 fonder och placerade €6,84 miljarder i dessa fonder vilket frigjorde €818 miljoner som investerades i över 2000 sociala företag och bidrog bland annat till att skapa 43 000 nya jobb.⁴³ Den genomsnittliga räntan ligger runt 2 % och mottagarorganisationerna är främst inom ”social housing”, arbetsintegration, miljö samt internationellt bistånd.

Kapitalet i 90/10 fonder fördelas så att 90-95% investeras i traditionella, noterade värdepapper, ex. aktier, obligationer och penningmarknadsplaceringar förvaltade enligt SRI principer. De återstående 5-10% procenten placeras i onoterade ”solidaritetsklassade”

⁴² Lindén, C-G, 2015: *Finland: Social Impact Bonds to help refugees*

⁴³ Finansol, 2014: *La Finance Solidaire*

organisationer till exempel sociala företag. Konceptet 90/10-fonder är särskilt väl anpassat till att kanalisera småsparares kapital till sociala investeringar.

En positiv sidoeffekt av 90/10 fonderna är att de har mottagits väl av media och i samhället i stort vilket i sin tur har höjt medvetandet hos allmänheten om nyttan med sociala företag.

En annan kategori av institutionella investerare som saknas i Sverige, är pensionsfonder med sociala/kulturella/hållbarhetssyften, vars uttalade mål är att proaktivt investera i samhällsnyttiga verksamheter av typen sociala företag. Ett sådant exempel är Schweiziska Abendrot.

8. Upphandlingar som ställer ökade krav på social hållbarhet och jobbskapande. Sociala företag har sällan resurser och kapacitet för att kvalificera sig i olika upphandlingar. Många tillämpningar av lagen om offentlig upphandling, LOU utgör ett hinder för sociala företag att konkurrera med andra företag i upphandlingar. Traditionella företag har bättre förutsättningar att vinna upphandlingar då de oftast har bättre tillgång till kapital och säkerheter. Många sociala företag är relativt små och upplever upphandlingsförfaranden som komplicerade, tidskrävande och väljer därför ofta att inte delta i offentliga upphandlingar.

Det finns idag en ökad medvetenhet kring vilken outnyttjad resurs som offentlig upphandling utgör. En viktig faktor är den ekonomiska omfattningen - offentlig upphandling i Sverige ligger på runt 600-800 miljarder kronor per år. Genom att införa krav på specifika samhällseffekter kan offentlig upphandling bidra till att främja social innovation på nya sätt.

Exempel Örebro

Örebrostäder testade under 2013 en unik upphandlingsklausul när upprustningen av ett miljonprogramsområde skulle upphandlas. I upphandlingen krävde Örebrostäder att byggtreprenören skulle visa på åtgärder som bidrog till att minska arbetslösheten i området. Skanska vann anbudet och har som del av avtalet med Örebrostäder satt som mål att skapa en mer positiv boendemiljö och bidra till att minska den höga arbetslösheten i området. En konkret åtgärd är att arbetslösa erbjuds praktikplatser och målet är att under en femårsperiod ska 50-80 personer få praktik hos Skanska eller någon av deras underleverantörer. Efter första året rapporterade projektet att 41 % av deltagarna hade fått jobb.⁴⁴

Ytterligare en förändring i offentlig upphandling som skulle främja social innovation är att man ställer krav på önskade effekter, dvs den förändring man vill uppnå, och lägger mindre fokus på att specificera åtgärder. Ett exempel på detta kan vara en kommun som har en specifik samhällsutmaning och vill upphandla arbetsintegrerade tjänster. Istället för att specificera vilka arbetsintegrerade åtgärder man vill upphandla så specificerar man målgruppen och den förändring man önskar se i målgruppen under en viss tidsperiod.

⁴⁴ Melin Lundgren N, 2014: Byggprojekt i Örebro är social succé.

Genom att formulera upphandlingen med fokus på önskade effekter skapar man förutsättningar för anbudsgivare att komma med nya innovativa lösningar.

9. Effektmätning

Förutom svårigheterna med att få fram heltäckande statistik om sociala företag som nämnts tidigare (kap. 4) är det än svårare att få en bild av det värdeskapande som sociala företag genererar. Det utgör ytterligare ett hinder när entreprenören söker finansiering.

Eftersom målet med socialt företagande är att generera en positiv samhällseffekt är det extra viktigt att kunna beskriva vilket samhällsvärde verksamheten genererar. När vi talar om effektmätning refererar vi till att mäta sociala eller miljömässiga effekter – resultatet av att genomföra ett projekt/program, att producera en produkt eller tjänst. Det är viktigt att skilja mellan utfall (output) och effekter (outcome) där utfall är antal produkter eller tjänster producerade och effekter är den långsiktiga effekten. Utmaningen ligger ofta i att synliggöra relationen mellan utfall och effekter, ett exempel är att rapportera att 100 personer (utfall) har genomgått ett specifikt arbetsmarknadsintroduktionsprogram som har lett till att 50% har kommit i fast arbete (effekt).

Effektmätning är ett område som fått ökat fokus och som engagerar många experter runt om i världen men det finns till dags dato ingen global överenskommelse om en gemensam standard. Hittills har vi sett två internationella gränsöverskridande initiativ:

- Europakommissionen har drivit ett initiativ i sin GECES-grupp inom Social Business Initiative och lanserade i juni 2014 en effektmätningsstandard.⁴⁵
- G8 Social Impact Investment Task Force publicerade 2014 rapporten ”Measuring Impact, Subject paper of the Impact Measurement Working Group”.

I Sverige har det hittills varit stort fokus på att rapportera på utfall. En utveckling är att en del verksamheter har börjat med socioekonomiska bokslut och social return on investment (SROI). Båda dessa modeller innebär att verksamheten räknar på samhällsvinsterna av sin verksamhet.

En möjlighet att driva utvecklingen framåt i Sverige är att samla svenska aktörer inom olika sektorer för att enas om ett gemensamt förhållningssätt till hur vi mäter och följer upp värdeskapandet inom sociala företag med fokus på arbetsintegrerande åtgärder.

10. Samverkan och partnerskap

En möjlighet för tillväxt av befintliga och nya sociala företag är att etablera olika sorters partnerskap. Det kan vara partnerskap mellan sociala företag men också mellan sociala

⁴⁵ Fokus låg i första hand på ”European Social Entrepreneurship Funds” (EuSEF) och ”Programme for Employment and Social Innovation” (EaSI).

företag och offentliga och privata aktörer. Ett exempel på det senare är Yalla Trappan som har ingått i partnerskap med såväl offentlig som privat sektor och på så vis kunnat växa och utöka sin verksamhet.

Yalla trappan

Yalla trappan i Malmö är ett arbetsintegrerande socialt företag och kvinnokooperativ, som drivs som en ideell förening. Deras mål är att skapa arbetstillfällen och ökad ekonomisk självständighet för utlandsfödda kvinnor som står långt från arbetsmarknaden. För att växa och få snurr på verksamheten har de valt att ha en rad olika samarbetspartners, där IKEA är en av de största. Yallatrappan har 30 anställda samt tar regelbundet emot praktikanter. Utöver sin sy-ateljé har de också verksamheter inom: servering, catering, lokalvård och konferens. Omsättningen har ökat med ca 25-30 procent per år de senaste 5 åren och antal anställda har gått från 8 till 30. Medlemmarna i det kvinnliga kooperativet består av utlandsfödda kvinnor, framför allt från stadsdelen Rosengård i Malmö. De flesta av dem har aldrig tidigare varit i kontakt med den svenska arbetsmarknaden. Se bilaga.

Det finns ett behov av att identifiera nya modeller för samverkan och partnerskap mellan offentlig sektor, företag och sociala företag och genom forskning utveckla hur dessa modeller kan se ut och vad som är framgångsrikt. Partnerskap ger en möjlighet till kunskapsöverföring och garanterar kompetensutveckling hos alla parter, inte minst hos ASF där just kompetensbrist är en stark bidragande faktor till nedläggningar. Att etablera och stötta tvärsektoriella plattformar där infrastruktur och nätverk byggs upp kring sociala innovationer och socialt företagande är av stor vikt i detta sammanhang.

Att ASF är en företagsgrupp som fortfarande är relativt okänd innebär att satsningar på kunskapsutveckling, information och marknadsföring är av största vikt för etablera olika former av partnerskap och samverkan. I Tillväxtverkets rapport⁴⁶ om samarbetsmöjligheter ger man några konkreta förslag på hur detta kan utvecklas:

- Öka marknadsföringen mot näringsliv för att öka möjligheter till samarbete.
- Rekrytering av personal och styrelse som har erfarenhet från detta område.
- Koppla sitt arbete till företagets CSR-arbete.

Samverkan bidrar till nya initiativ och möjligheter för jobbskapande. Ett exempel där en bransch går samman med offentliga aktörer för att bidra till jobbskapande är "Hotell- och restaurangtalangerna". Företag går också samman under ett gemensamt varumärke och gör satsningar för att skapa jobb t.ex. Good Malmö. Fastighetsägare ser möjligheter att tillsammans med myndigheter, kommuner och idéburna organisationer lokalt skapa möjligheter för att anställa personer som står utanför arbetsmarknaden, bl.a. i miljonprogramsområden i samband med renovering och nyproduktion.

⁴⁶ Tillväxtverket, 2012: *Samarbete mellan sociala företag och övrigt näringsliv – hur och varför!*

För sociala företag innebär dessa initiativ möjligheter att etablera partnerskap och att agera intermediär/ brygga mellan olika arbetsgivare och personer som ännu inte vunnit insteg på arbetsmarknaden.

Hotell och restaurangtalangerna

Hotell- och restaurangtalangerna utbildar nyanlända, för att möta branschens behov av arbetskraft. Satsningen drivs av Malmö stad i samarbete med Hotellgruppen Malmö/Lund. De har sedan 2010 haft strax under 200 elever, från de flesta av världens länder. Till detta ska läggas de som går detta läsår: 40 elever. Eleverna rekryteras bland Malmös SFI-elever och har väldigt olika bakgrund när det gäller såväl utbildningsnivå som ålder, kön och yrkeserfarenhet. 2010-2014 gick i snitt 82 procent av eleverna vidare till sysselsättning efter avslutad utbildning. Bland dem som slutade 2014 är 80 procent fortfarande i sysselsättning. Bland de elever som gick ut 2015 gick 96 procent inom hotell, respektive 92 procent inom restaurang, vidare till någon form av arbete. En del elever går vidare till andra jobb, ofta inom branscher som mer liknar den grundutbildning de hade från hemlandet. Vissa återvänder till sina bemländer. Se bilaga.

11. Kunskap och information

Trots att social innovation och socialt företagande idag väcker alltmer intresse och ses som en av lösningarna på vår tids stora samhällsutmaningar råder det fortfarande förvirring kring begreppen, ett faktum som på många sätt hindrar vidare utveckling av fältet. Hur relaterar de olika begreppen till varandra? Hur ska man hantera de olika tolkningarna av begreppet socialt företagande? Hur ska man få fram data och statistik över, och därmed en mätbarhet av, området när definitioner och begrepp skiljer sig mellan länder och aktörer?

Detta är några av de frågor som är centrala för forskningsprojekt som EU just nu finansierar kring social innovation och socialt företagande.⁴⁷ Det finns flera projekt men de mest tongivande är:

- BENISI – Building a European Network of Incubators for Social Innovation
- CRESSI - CReating Economic Space for Social Innovation
- EFESIIS – Enabling the Flourishing and Evolution of Social Entrepreneurship for Innovative and Inclusive Societies
- SI-DRIVE – Social Innovation: Driving Force of Social Change
- SIMPACT – Boosting the Impact of Social Innovation in Europe through Economic Underpinnings

SI-DRIVE är ett omfattande globalt forskningsprojekt som syftar till att kartlägga social innovation globalt och undersöka skillnader och likheter. De har till dags dato samlat in 1000 case från hela världen. De största utmaningar de tar upp för vidare utveckling är bristen på finansiering, samt behov av kompetent personal som kan arbeta tvärssektoriellt,

⁴⁷ EU-kommissionen, *Research on social innovation*

kunskapsluckor samt behov av stöd i ett tidigt skede av idéutvecklingen.⁴⁸ Det sistnämnda området försöker BENISI fokusera på då man arbetar med utvecklingen av ett nätverk av inkubatorsverksamheter för social innovation.

EFESEIIS har nyligen publicerat en policy brief⁴⁹ där man tydligt presenterar de utmaningar som finns för social innovation med intressanta diskussioner kring behovet av en särskild legal status och skattelättnader för sociala företag. Projektet har kartlagt social innovation och socialt företagande i elva länder, däribland Sverige. Projektet SIMPACT är av särskild relevans i en nordisk kontext då de har tittat på olika modeller av social innovation i Europa, där den nordiska modellen är en av de undersökta.

Kunskap och kompetens inom socialt företagande har identifierats⁵⁰ som en begränsande faktor för såväl utveckling av nya verksamheter som uthålligheten hos de som är etablerade. Internationellt finns en hel del utbildningar med fokus på socialt företagande, såväl med akademisk bas (ex. master i Socialt Entreprenörskap vid Roskilde Universitet, vilken riktar sig till de som idag är professionellt aktiva inom fältet, med särskilt fokus på civilsamhället) som utanför akademien (ex. School for social entrepreneurs, vilken startade i Storbritannien 1997 och idag finns i flera länder och på liknande sätt vänder sig till samma målgrupp). Allmänt bygger utbildningarna på omfattande praktiska inslag och, särskilt vad gäller utbildningarna utanför akademien, på ett ömsesidigt kunskapsutbyte mellan deltagarna. I Sverige finns en del utbildningar inom akademien med inriktning mot socialt företagande, eller där detta utgör en väsentlig del (bland annat vid Chalmers, Malmö högskola och Lunds Universitet), men jämfört med många andra länder är omfattningen inte imponerande. Det som är unikt i Sverige är den starka roll som folkhögskolor och studieförbund spelar, som med sin grundidé kan ses som nära kopplade till grundvärderingarna inom socialt företagande.⁵¹

En generell utmaning för sociala företag är att balansera värden och logiker från olika samhällssektorer. Resultat från undersökningar visar att kunskaper och förmågor hos sociala företagare brister särskilt vad gäller de företagsmässiga aspekterna. Ofta kan detta härledas till deras hybridform. Men då det gäller kompetens- och kunskapsutveckling så är det inte frågan om att lägga samman värderingar och praktiker från olika samhällssektorer, utan snarare om att utveckla nya former. Detta är ett starkt argument för att stödja utvecklingen av utbildningsformer som bygger på ömsesidigt kunskapsutbyte och mentorskap.

För att stödja kunskaper och förmågor inom socialt företagande finns det anledning att stärka utvecklingen av utbildningar på universitetsnivå, både som en del av grundutbildningar och

⁴⁸ Scoppetta A, 2015: *Compilation of state of the art reports on policy fields*

⁴⁹ EFESIIS, 2015: *Policy Brief- How can policy makers improve their country's support to social Enterprises?*

⁵⁰ Rey-Martí, Andrea, Ribeiro-Soriano, Domingo & Sánchez-García, José Luis, 2015: *Giving back to society: Job creation through social entrepreneurship.*

⁵¹ Rosell, Erik, 2013: *Entreprenörskap som kommunikativ handling: Skapande av interaktion, uppmärksamhet och manifestationer. Växjö: Linnéuniversitetet*

som kompetensutveckling för yrkesverksamma och att skapa förutsättningar att koordinera och utveckla motsvarande insatser med utgångspunkt i folkbildningens organisationer.

Det finns redan idag ett antal olika tävlingar som syftar till att lyfta fram aktörer inom området. Genom att koppla informationskampanjer till ny forskning, tävlingar och andra liknande initiativ har man möjlighet att lyfta fram och marknadsföra området ytterligare. Att ta fram årlig statistik över områdets utveckling är också en möjlighet för marknadsföring och informationsinsatser, liksom att löpande lyfta fram goda exempel på och framgångsfaktorer för socialt företagande.

12. Slutkommentar

Sammanfattningsvis så kan man säga att det finns några övergripande punkter som är av större vikt för att främja det sociala företagandet i Sverige så att det kan bli en del i arbetet med bland annat utanförskapsproblematik.

- Att bestämma om Sverige ska arbeta med en bredare definition av socialt företagande och i så fall på vilket sätt och att skapa en politisk samsyn tvärdepartementalt för hur man vill främja området.
- Att lyfta fram och identifiera barriärer som hindrar samverkan och partnerskap för sociala företag, samt identifiera möjliga utvecklingsområden.
- Att satsa på kompetensutveckling och identifiera nya hållbara affärsmodeller som passar sociala företag.
- Att höja kunskapsnivån i samhället genom att satsa på information och att visa upp goda exempel på sociala företag.

Referenser

Arbetsmarknadsdepartementet, 2003: *Inte bara Samhall*, SOU 2003:56.

Backström Camilla, 2014: *Nya Finansieringsformer för Social Innovation*, Mötesplats Social Innovation.

Balkfors Anna, 2015: *Sociala Investeringar i Sveriges kommuner och landsting/regioner – resultat från enkätstudie*, Sveriges Kommuner och Landsting.

Bureau of European Policy Advisors (BEPA)

EU-kommissionen, 2010: *Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union*.

Edling Jan, 2014: *Strukturomvandling och social integrering- En analys av de allt fler människorna med ingen eller svag anknytning till arbetsmarknaden och vad som behöver göras samt de arbetsintegrerande sociala företagens betydelse*, Temagruppen Entreprenörskap & Företagande. Producerad med stöd från Europeiska Socialfonden i Sverige.

EFESEIIS, 2015: *Policy Brief- How can policy makers improve their country's support to social Enterprises?* Eriksson Mimmi, Einarsson Torbjörn, Wijkström Filip, 2014: Projekt rapport avseende projekt om samhälls-entreprenörskap och sociala företag, Handelshögskolan i Stockholm.

EU-kommissionen, 2016: *Social Enterprises*, http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises/index_en.htm (Hämtad 2016-02-05)

EU-kommissionen, 2016: *The Social Business Initiative*, http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises/index_en.htm (Hämtad 2016-02-05)

EU-kommissionen, *Research on social innovation*, https://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/project_synopses/ssh-projects-fp7-5-6-social-innovation_en.pdf (Hämtad 2016-02-05)

Finansol, *La Finance Solidaire en 2014*, http://www.finansol.org/_dwl/infographie-chiffres-finance-solidaire.jpg (Hämtad 2016-02-10)

Gardiner Sophie, Gustafsson-Wright Emily och Putch Vidaya, 2015: *The Potential and Limitations of Impact Bonds, Lessons from the first five years of experience worldwide*, Brookings Institution.

Gawell Malin, 2013: *Socialt företagande och försöken att finna fungerande sätt - En utvärdering av 67 Arvsfondsfinansierade projekt*, Allmänna Arvsfonden.

Innovationsrådet, 2013: *Att tänka nytt för att göra nytta - om perspektivskiften i offentlig verksamhet, SOU 2013:40*.

Larsson Marcus och Palmberg Johanna, 2015: *Vad betyder social i Sociala Innovationer?*, Entreprenörskapsforum.

Laurelii Eva, Nilsson Linnea och Hedin Ulla-Carin, 2014: *Företagen som försvann - En explorativ kartläggning av nedlagda eller ombildade arbetsintegrerande sociala företag 2006-2013*, Temagruppen Entreprenörskap & Företagande. Producerad med stöd från Europeiska Socialfonden i Sverige.

Lindén Carl-Gustaf, 2015-12-07: *Finland: Social Impact Bonds to help refugees*, Nordic Labour Journal <http://www.nordiclbourjournal.org/forside/nyheter/news-2015/article.2015-12-07.3565624712> (Hämtad 2016-02-20)

Melin Lundgren Nomi, september 2014: *Byggprojekt i Örebro är social succé*, <http://byggindustrin.se/artikel/nyhet/byggprojekt-i-%C3%B6rebro-%C3%A4r-social-succ%C3%A9-2012#> (Hämtad 2016-02-10)

Nordiska ministerrådet, 2015: *Socialt entreprenörskap och social innovation: Kartläggning av insatser för socialt entreprenörskap och social innovation i Norden*.

NUTEK (Nu Tillväxtverket), 2006: *Det sociala företaget och samhället. Socioekonomiska bokslut för Vägen Ut! Kooperativen och Basta Arbetskooperativ*, R: 2006:26, Producerad med stöd av Europeiska Socialfonden i Sverige.

- Näringsdepartementet, 2010: *Handlingsplan för arbets- integrerande sociala företag.*
- Näringsdepartementet, 2012: *Den nationella innovationsstrategin.*
- Palmås Karl, 2013: *Den misslyckade välfärdsreformen*, Sektor 3.
- Persson Thomas R (H) och Hafén, Niklas, 2015: *Social Enterprise, Social Innovation and Social Entrepreneurship in Sweden: A National Report*, EFESIIS, FP7.
- Rey-Martí Andrea, Ribeiro-Soriano Domingo & Sánchez-García José Luis, 2015: *Giving back to society: Job creation through social entrepreneurship*, Journal of Business Research.
- Rosell Erik, 2013: *Entreprenörskap som kommunikativ handling: Skapande av interaktion, uppmärksamhet och manifestationer*, Växjö: Linnéuniversitetet.
- Russell Silja, Pattiniemi Pekka och Koivuneva Lippe, 2015: *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Country Report: Finland*, European Commission Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion.
- Terstriep Judith, Kleverbeck Maria, Deserti Alessandro och Rizzo Francesca, 2015: *Comparative Report on Social Innovation across Europe*, SIMPACT, FP7.
- Tillväxtverket, 2010: *Rapport av uppdrag till Tillväxtverket med anledning av regeringens handlingsplan för arbetsintegrerande sociala företag*, N2010/4265/ENT.
- Tillväxtverket, 2012: *Nio områden där politiker och tjänstemän kan göra skillnad för långtidsarbetslösa, Företagande som verktyg mot arbetslöshet, med fokus på arbetsintegrerande sociala företag*, Rapport 0130, Temagruppen Entreprenörskap och företagande.
- Tillväxtverket, 2012: *Samarbete mellan sociala företag och övrigt näringsliv – hur och varför!* Temagruppen Entreprenörskap och företagande.
- Tillväxtverket, 2014: *Tillgång till kapital, En studie om förutsätt- ningarna för samhälls-/ sociala företag och företagare med utländsk bakgrund*, Rapport 0165.
- Tillväxtanalys, 2011: *Arbetsintegrerandesociala företag – användning och behov av statliga finansieringsstöd rapport 2011:12*, Dnr 2011/116.
- Scoppetta Anette, 2015: *Compilation of state of the art reports on policy fields*, SI-DRIVE
- Sofisams företagsregister*: <http://www.sofisam.se/hitta-sociala-fo-retag.html>. (Hämtad 2016-02-04)
- Wilkinson Charu, 2015: *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. European Commission Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion.*

Bilaga

Sökes: Ökad kunskap och nya finansieringslösningar

Intervjuer & texter: Lotta Solding

LE MAT

Elisabet Abrahamsson är franchiseledare för Le Mat Sverige, en kedja av sociala och arbetsintegrerande företag som driver bed and breakfast, hotell och hostel. Hon har lång erfarenhet av sociala företag och efterlyser bland annat ökad kunskap hos fastighetsägare och finansiärer, bättre finansieringslösningar och nya affärsmodeller samt fler lokala partnerskap.

– Att bygga lokala partnerskap, där till exempel offentlig sektor och företagsrådgivare ingår, är oerhört viktigt för att kunna ta första steget i den här typen av arbets- integrerande satsningar. Samarbete och partnerskap är nödvändigt eftersom de människor som berörs ofta har väldigt små resurser. Le Mat ägs och drivs av de anställda, som är människor som står långt från arbetsmarknaden, och för att utveckla vårt koncept krävs tid, tålmod och tillit. Med stöd från en offentlig aktör eller via ett partnerskap kan detta uppnås, säger Elisabet Abrahamsson. För att ge ett konkret exempel beskriver Elisabet en satsning Le Mat just nu gör i Partille, utanför Göteborg. Här har de precis startat en entreprenörsutbildning för 20 personer med olika bakgrund, i olika åldrar. Le Mats koncept är utgångspunkten, men nu är frågan vad och hur Le Mat kan utvecklas på bästa vis i Partille.

– Gruppen måste göra konceptet till sitt och vi leder processen, som tar sin tid. Gruppen ska till exempel göra en affärsplan, hitta lämpliga lokaler och titta på olika affärslösningar. Om kommunen och andra offentliga aktörer samt rådgivande instanser är med, så underlättar det. Kommunen kan i det här fallet ge gruppen tid, i form av de 42 veckor som utbildningen tar, förklarar Elisabet.

Hitta finansieringslösningar

Under sin resa inom bland annat Kooperationen har Elisabet arbetat med att bygga upp sociala företag under många år. Det hon bland annat ägnat mycket tid åt är att förklara vad ett socialt (och arbetsintegrerande) företag är och hur det fungerar, bland annat för skeptiska fastighetsägare. Att hitta finansieringslösningar har varit en annan stötesten.

– Den 3 mars 2010 öppnade vi vårt första Le Mat i Göteborg. Inför öppningen hade vi arbetat i fem år med att bland annat bearbeta fastighetsägare och försöka hitta finansieringslösningar. Inför öppningen bildade vi ett aktiebolag med särskild vinstutdelningsbegränsning, säger Elisabet och fortsätter:

– Därmed kunde vi hyra fastigheten och göra den ombyggnad som krävdes. Genom ett antal olika finansiärer fick vi ihop 650 000 kronor, vilket gjorde att vi kunde låna 3, 5 miljoner totalt, via Soficatra en europeisk kooperativ investeringsfond, utan säkerheter. De trodde på

vår idé och litade på mig och mina kollegor, som de visste funnits i branschen länge. Erfarenhet, kompetens och kontakter var det som slutligen avgjorde.

Tydligt koncept

Med detta vill Elisabet understryka att möjligheterna att hitta riskkapital behöver förbättras. Hon menar också att en av Le Mats styrkor genom åren varit att de hela tiden haft ett tydligt koncept med en tydlig vision, som de hållit fast vid. Visionen handlar om att de som arbetar i verksamheten också är med och både äger och driver verksamheten.

– Det gäller att bygga ett långsiktigt koncept och inte svaja.

Sammanfattningsvis menar Elisabet att de hinder ett socialt företag kan mötas av kort kan beskrivas som bristande kunskaper hos fastighetsägare och finansiärer om sociala företag samt att dagens affärsmodeller inte är anpassade efter sociala företag. Hon understryker också vikten av ledarskap.

– Det krävs mycket stöd och ett starkt ledarskap för att sköta ett socialt företag. Det gäller också att våga ta in professionell kompetens när det behövs och låta det kosta, säger hon.

Hur ska vi möta de hinder du nämner?

– Genom mer kunskap, dels generellt och dels riktat till dem som arbetar med företagsrådgivning, kan vi komma långt. Jag tycker också att akademien behöver förändra innehållet i sina utbildningar. Vi behöver kunskap kring nya affärsmodeller och skapa ett mer långsiktigt tänk. Vinstmaximering inom fem år är kanske inte alltid nödvändigt. Och så behöver vi nytt riskkapital och mer utvecklingsmedel. Det positiva just nu är att intresset för företagsformen och de här frågorna ökar allt mer, avslutar Elisabet.

Fakta

Le Mat Sverige har i dag cirka 25 anställda/delägare i tre sociala företag (i Stockholm, Göteborg och Luleå) samt ett femtiotal personer i utbildning, som är på väg att starta nya anläggningar. Företaget är en franchisekedja som omsätter cirka 15 miljoner kronor per år. Le Mats verksamheter drivs som ekonomiska föreningar, medan investeringsbehovet finansieras genom aktiebolag med särskild vinstutdelningsbegränsning. De som utbildas och sedan blir anställda och delägare rekryteras i samarbete med socialtjänsten och Arbetsförmedlingen. Personerna har mycket varierande bakgrund, med den gemensamma nämnaren att de har upplevt svårigheter att etablera sig på arbetsmarknaden. Le Mat har inte i dagsläget någon statistik över hur många som lämnat dem och varför.

Läs mer om företaget på Le Mats svenska hemsida (www.lemat.se) eller på den europeiska sidan (www.lemat.coop).

LEFT IS RIGHT

På it-företaget Left is Right har de flesta anställda en diagnos inom autism-spektrumet eller står långt ifrån arbetsmarknaden av andra anledningar. De har byggt sitt företag genom att ta tillvara de unika kompetenser som personer med autism ofta har. Hemligheten är en arbetsplats där alla hjälps åt, stämningen är god och klimatet tolerant.

De ser möjligheter där andra ser problem

– Vi anställer bara de människor som vi har behov av och som motsvarar de kunskapskrav vi ställer. Vi har inriktat oss på arbetsuppgifter som kräver noggrannhet och analytisk förmåga och anställer därför gärna människor med till exempel aspergers. De som är anställda hos oss är otroligt duktiga på sitt område, men har kanske inte kommit till sin rätt på en ”vanlig” arbetsplats, säger Lotta Rizzo som är arbetsledare på Left is Right.

Lotta Rizzo berättar att de för närvarande har över 500 spontana sökningar i sin databas, från människor som gärna vill arbeta hos dem. Människor som i dag vantrivs på de arbetsplatser de har eller som saknar jobb. Så när de ska nyanställa behöver Left is Right aldrig annonsera, utan kan bara välja ut och intervjua människor från sin ”väntelista”.

Alla hjälps åt

Något som genomsyrar arbetet på Left is Right är att kollegorna hjälps åt, är toleranta och tar hand om varandra. Är det någon som till exempel inte klarar av att ringa upp kunder i telefon, så är det helt accepterat att be en kollega om hjälp.

– På de flesta jobb är det svårt att få göra det man är riktigt bra på och samtidigt slippa det där som man är dålig på. Men det är helt ok här hos oss. Tycker någon av mina kollegor att det är jobbigt att ringa upp en kund så gör jag det. När samtalet sedan övergår till mer tekniska detaljer så lämnar jag över luren, säger Lotta Rizzo och förtydligar:

– Vi förstår och har överseende både med oss själva och varandra. Vi hjälps åt. Att konkurrera med andra ”normala” it-företag kan, menar Lotta Rizzo, ibland upplevas som en svårighet, eftersom Left is Right inte alltid arbetar så snabbt.

– Fast å andra sidan kan våra konkurrenter, som kanske har fler uppdrag än vi, också ta lång tid på sig att leverera fast av andra anledningar. När vi beräknar offerter räknar vi dels ut hur lång tid ett uppdrag ”borde” ta och så tar vi betalt utifrån det. Dels räknar vi ut hur lång tid uppdraget faktiskt tar för oss att lösa och anpassar vår kalendertid efter det. Många av våra anställda går på lönebidrag och man kan säga att det vi tjänar in på detta, går till den extra tid det tar för oss att utföra vissa uppdrag, säger Lotta Rizzo.

Fördomar en utmaning

Bland de utmaningar företaget mött på sin resa nämner Lotta Rizzo andra människors fördomar om vilka de anställda på Left is Right är, samt vad de kan och gör. För att motarbeta detta försöker de vara väldigt tydliga i sina offerter och berätta exakt vilka uppgifter de utför. De är också tydliga med att de inte utför okvalificerade uppgifter.

– Vi trodde också att det faktum att en del ser oss som ett socialt företag skulle göra det lättare för oss att få uppdrag. Att större företag kunde se detta som ett inslag i sitt CSR-arbete. Men de flesta vill ha en tjänst utförd och bryr sig inte om vilken företagsform vi har. Vissa tror också att vi ska vara billigare än andra, för att det ibland tar längre tid. Men det är snarare så att vi ofta levererar bättre resultat än många andra, säger Lotta Rizzo.

Konsten att kommunicera

Inledningsvis tänkte Left is Right att de skulle försöka att ”hyra ut” vissa av sina anställda, som konsulter hos kunderna. Detta har dock visat sig vara svårare än de trodde, för att deras personal helt enkelt trivs så bra hos dem och ofta har svårare att fungera på ”vanliga” arbetsplatser. De anställda på Left is Right påminns också ofta om hur svårt det är med kommunikation, även om de mer än väl vet att just detta ofta är ett problem för människor med autism.

–Det är svårt med kommunikation, även mellan oss, och det är lätt att glömma bort. Vi måste därför hela tiden tänka på att vara övertydliga. Vi behöver träffas ofta, prata mycket och hålla koll på vad som händer och på varandra, säger Lotta Rizzo.

Left is Right vill växa och bli större. För att inte vara så sårbara behöver de vara fler personer inom varje kompetensområde. Något de hoppas kunna utveckla är det som kallas testning, vilket många människor med autism visat sig vara extra duktiga på. Det handlar om att vara en oberoende testare av programvaror. Här har de hittat ett systerföretag i Norge, som de hoppas kunna samarbeta med.

Fakta

Left is Right är ett aktieföretag med 13 anställda som av olika anledningar står långt ifrån arbetsmarknaden; bland annat på grund att de har diagnoser som aspergers eller adhd. De omsätter 5 miljoner kronor per år och finns i dag på två orter: Bromma (Stockholm) och Strängnäs. De ingår i företagsgruppen Wilj AB som består av fem företag, som allihop är verksamheter som främjar utsatta människors möjlighet att delta i det ordinarie arbetslivet. Left is Right har låg personalomsättning och har ingen uttalad ambition att slussa de anställda vidare till ”vanliga jobb”, men när det händer ser ledningen positivt på det.

Left is Rights framgångsfaktorer:

- De anställda hjälps åt i det dagliga arbetet och är toleranta mot varandra.
- Arbetsmiljön är tillåtande och ger förutsättningar för optimal prestation för alla medarbetare.
- Varje tjänst är individanpassad.
- Alla anställda tillåts ”vara som de är”.
- Att ställa frågor uppmuntras.

YALLA TRAPPAN

Yalla Trappan i Malmö är ett arbetsintegrerande socialt företag och kvinnokoopertiv, som drivs som en ideell förening. Deras mål är att skapa arbetstillfällen och ökad ekonomisk självständighet för utlandsfödda kvinnor som står långt från arbetsmarknaden.

Yalla trappan och IKEA i brett samarbete

För att växa och få snurr på verksamheten har de valt att ha en rad olika samarbetspartners, där IKEA är en av de största.

– Vårt samarbete startade med att vi fick uppdraget att sy huvuddukar som skulle matcha IKEA-uniformen, för all personal som bär själ. I dag kan man säga att samarbetet drivs i två spår. Dels på en global nivå, där vi är ett av de sociala företag som IKEA samarbetar med i sitt initiativ där man sätter upp partnerskap med sociala entreprenörer. Dels på en lokal nivå där vi sköter sy-service åt IKEA i Malmö, säger Christina Merker-Siesjö, som är ordförande i Yalla Trappan.

Yalla Trappan har också vid några tillfällen ”gästspelat” inne på IKEA-varuhuset i Malmö, där de sålt olika produkter som de tagit fram tillsammans med IKEA:s designers. För närvarande bedrivs långtgående förhandlingar om att eventuellt flytta in delar av Yalla Trappans sy-service på varuhuset i Malmö.

– För oss på IKEA är det viktigt att poängtera att vårt samarbete med Yalla Trappan inte är någon form av välgörenhet. Vi ser detta som ett långsiktigt partnerskap och en affärsrelation. Yalla Trappan har en uppbyggd och väl fungerande organisation med en stark ledning och en vision som passar oss. De har möjlighet att utveckla sitt företag och sitt samarbete med IKEA, säger Ann-Sofie Gunnarsson, kommunikationschef på IKEA of Sweden.

Skalat upp

I dagarna har Yalla Trappan skalat upp sin verksamhet i nya lokaler i Malmö samtidigt som de blir ett kunskapscenter. Här ska andra kommuner få möjlighet att lära sig mer om och ta del av Yalla Trappans framgångsrika modell. Satsningen är möjlig tack vare en medfinansiering av Europeiska socialfonden, med 20 miljoner kronor under tre år.

Satsningen, Yalla Sofielund, riktar sig till 220 Malmöbor som står långt ifrån arbetsmarknaden. Tanken är att starta ett antal arbetsintegrerande sociala företag, för att öka möjligheterna till praktik och framtida jobb; allt i samarbete med näringslivet, myndigheter och den sociala sektorn.

– Vi sitter på bred kunskap om hur man lyckas med arbetsintegrering och att skapa sociala företag. Att använda denna modell innebär en spännande möjlighet både för Malmö och för andra, säger Christina Merker-Siesjö.

Vad har samarbetet mellan IKEA och Yalla haft för betydelse för er?

– För vår del innebär det att vi har fått mycket publicitet. Vi har slagit in en kil för något avvikande och nytt. Det har också betytt blod, svett och tårar, men med en god vilja hela tiden. Tillsammans har vi övervunnit många problem och bekymmer. Samarbetet har också inneburit att vi har fått tillgång till professionella designers och ett jättestort privat företag. Vi har fått lyfta oss och arbeta mycket med kvalitét kring logistik, produktion, paketslagning med mera, säger Christina Merker-Siesjö.

– Vi på IKEA lär oss av att arbeta med ett litet företag; vi får fundera över vad vi själva kan utveckla och förenkla. Samtidigt bidrar vi med tid och kunskap som är värdefull för Yalla Trappan.

Det känns också som en stor vinst att kunna producera och erbjuda tjänster i vårt närområde. Samarbetet kring sy-service gör det möjligt för oss att erbjuda lokala anpassningar, vilket kunderna uppskattar. Många uppskattar också samarbetet i sig och våra anställda känner sig motiverade att arbeta med sociala företag, speciellt på nära håll. För oss på IKEA är det viktigt att visa att vi jobbar med integration på olika sätt, säger Ann-Sofie Gunnarsson.

– Det gäller att hitta ett samarbete som gynnar båda, fortsätter Christina Merker-Siesjö. Det är också viktigt, för båda parter, att förankra samarbetet hos alla som är berörda och att lära känna varandras företagskulturer samt att ha respekt för olikheterna. Trots att vi varit ”lilleputten” i sammanhanget har vi ändå känt att vi blivit väl bemötta och att förhandlingarna varit likvärdiga.

Vilka hinder respektive möjligheter har samarbetet fört med sig?

– Vi har ställt samma krav på Yalla Trappan som på andra samarbetspartners, eftersom vi aldrig kompromissar med kvalitet, professionalism och kommersialitet. Men vi har lagt ned mycket tid på att utveckla och få samarbetet att fungera, vilket är viktigt att vara medveten om när ett stort företag som IKEA går in i ett samarbete med ett litet, socialt företag som Yalla Trappan. Så vår lärdom har varit att budgetera mer tid för våra anställda inledningsvis för dessa samarbeten. IKEA globalt har bestämt sig för att jobba med sociala företag och hållbarhet och här passar Yalla Trappan väl in. Att också kunna erbjuda närproducerade tjänster och samtidigt kunna bygga upp en lång relation känns bra för oss, säger Ann-Sofie Gunnarsson.

– Bland hindren för Yalla Trappan kan jag nämna olika syn på kvalitet. För att få detta att fungera har kunskapsöverföring och kommunikation varit väldigt viktig. Förankring och tålmodighet kan vara andra hinder. Möjligheterna har varit att vi löpande kunnat utöka samarbetet och att vi fått en ökad exponering. Vi hittar hela tiden nya nischer för samarbete. Jag tror också att vi varit en ögonöppnare för andra företag. I bästa fall har fler fått upp ögonen för oss och andra sociala arbetsintegrerande företag, avslutar Christina Merker-Siesjö.

Fakta

Yallatrappan har 30 anställda, vilket motsvarar en tredubbling på drygt fem år, samt tar regelbundet emot praktikanter. Utöver sin syateljé har de också verksamheter inom: servering, catering, lokalvård och konferens. Omsättningen har ökat med runt 25-30 procent per år, de senaste fem åren. Medlemmarna i det kvinnliga kooperativet består av utlandsfödda kvinnor, framför allt från stadsdelen Rosengård i Malmö. De flesta av dem har aldrig tidigare varit i kontakt med den svenska arbetsmarknaden och än så länge har ingen av dem velat sluta på Yalla Trappan.

Yalla Trappans framgångsfaktorer

- Yalla Trappan har visat resultat.
- De har varit duktiga på att lyfta fram berättelsen om sig själva och har visat att det går att göra skillnad.
- De har haft tålamod.
- De har haft en god känsla för marknaden: vad kan Yalla Trappan skapa utifrån sina förutsättningar och sin historia?
- Delaktighet och medbestämmande genomsyrar verksamheten.
- De har ett kooperativt arbetssätt.
- De tar väl tillvara de anställdas kompetens.
- Att arbeta som en ideell förening med näringsverksamhet har varit gynnsamt. Eventuellt överskott har antingen gått till investeringar eller till att anställa fler.

HOTELL- OCH RESTAURANGTALANGERNA

Skapar arbetstillfällen för nyanlända

Hotell- och restaurangtalangerna i Malmö har blivit lite av experter på att vaska fram och utbilda nyanlända, för att möta branschens behov av arbetskraft. Satsningen drivs av Malmö stad i samarbete med Hotellgruppen Malmö/Lund. Hittills har det gått väldigt bra: de första sex åren gick närmare 90 procent av eleverna vidare till sysselsättning efter avslutad utbildning. Monica Nilsson är hotell-lärare på Värnhemsskolan i Malmö, som är en av de fem parter som driver satsningen Hotell- och restaurangtalangerna. Tillsammans med KomVux Södervärn, Jobb Malmö och Praktik Malmö samt Hotellgruppen Malmö/Lund erbjuder de en utbildning som varvar skolundervisning med praktik inom hotell- och restaurangbranschen.

Utbildningen är 40 veckor lång och löper från september till juni. 15 av de veckorna är eleverna ute på praktik tre dagar i veckan, medan övrig tid består av språkundervisning blandat med teoretisk och praktisk undervisning.

– Utöver den vanliga SFI-undervisningen så har vi även 10 timmars yrkessvenska på schemat. Då försöker vi förbereda eleverna på deras praktik och lär dem relevanta fraser och ord som de kan komma att behöva i sitt arbete, säger Monica Nilsson.

Populära hotellmingel

Ett annat populärt koncept är de ”hotellmingel” som arrangeras inför praktikperioderna. Då får eleverna en chans att möta hotellägare och deras personal. Monica Nilsson och hennes kollegor finns med som stöd.

– Här försöker vi se vart det klickar och vilka elever som skulle kunna passa på vilket hotell. De som ligger längst fram i sin språkutveckling är ute på praktik redan i november, de som behöver mer stöd börjar sin praktik först i januari, när det är lite lugnare på hotellen, förklarar Monica Nilsson.

En person från Praktik Malmö är med och förbereder varje elev individuellt inför praktiken. Eleverna får också två uppföljningsbesök från Praktik Malmö medan de är ute på praktik. För att rekrytera sina elever är Monica Nilsson och hennes kollegor ute och informerar om satsningen i Malmös samtliga SFI-grupper. De bjuder även in till informationsträffar på Värnhemsskolan, där den praktiska undervisningen äger rum. Då försöker de vara tydliga med att beskriva branschen, vilka arbetstider den har och vad som förväntas av den som vill arbeta inom branschen.

Intervjuar ett hundratal

– Därefter ansöker de och vi gör sedan intervjuer med ett hundratal personer inför varje utbildningsomgång. Det tar tid, men är helt klart värt besväret för att hitta rätt elever. Vi vill att de ska vara glada, positiva och ha rätt attityd, för att platsa i servicebranschen. Vi ser gärna att de har yrkeserfarenhet, även om det inte är något tvång, säger Monica Nilsson.

Per Jonsson är hotelldirektör på Scandic S:t Jörgen i Malmö och även ordförande i Hotellgruppen Malmö/ Lund. Hittills har hans hotell anställt fem personer via Hotell- och restaurangtalangerna.

– Vi har sett vårt deltagande i Hotell- och restaurangtalangerna som ett samhällsengagemang, samtidigt som vi har ett behov av att rekrytera och få in nya resurser i vår verksamhet. Vi tycker om möjligheten att lära känna en person över tid, innan de sen blir anställda; det ger oss möjlighet att validera dem och se om de är lämpade för en anställning hos oss. Att vi varit med i det här projektet har också gjort att vi velat engagera oss i andra liknande satsningar, till exempel Snabbspåret, säger han.

Några utmaningar

De utmaningar som Hotell- och restaurangtalangerna hittills stött på har dykt upp vid urvalet av studenter, då det ibland krånglat till sig i kontakten med Arbetsförmedlingen. Om eleverna är inskrivna vid Arbetsförmedlingen, som ”måste följa den handlingsplan de tagit fram för varje person”, så kan det hända att Hotell- och restaurangtalangernas utbildningsplan krockar med Arbetsförmedlingens handlingsplan. Det faktum att projektet är just ett projekt kan också ses som en utmaning.

Malmö stad beslutar från år till år om satsningen ska fortsätta eller inte, vilket kan försvåra exempelvis planeringsmöjligheterna för de anställda. Malmö stad kommer under våren 2016 att lansera Butikstalangerna, uppbyggt enligt samma koncept som Hotell- och restaurangtalangerna, i samarbete med Malmö Citysamverkan. Ett antal kommuner har också gjort studiebesök hos Hotell- och restaurangtalangerna i Malmö och lanserat liknande eller mindre koncept, inspirerade av Malmömodellen.

Fakta

Hotell- och restaurangtalangerna (som 2010-2014 hette Hotelltalangerna) har sedan 2010 haft strax under 200 elever, från de flesta av världens länder. Till detta ska läggas de som går detta läsår: 40 elever. Eleverna rekryteras bland Malmös SFI-elever och har väldigt olika bakgrund när det gäller såväl utbildningsnivå som ålder, kön och yrkeserfarenhet.

2010-2014 gick i snitt 82 procent av eleverna vidare till sysselsättning efter avslutad utbildning. Bland dem som slutade 2014 är 80 procent fortfarande i sysselsättning. Bland de elever som gick ut 2015 gick 96 procent inom hotell, respektive 92 procent inom restaurang, vidare till någon form av arbete. En del elever går vidare till andra jobb, ofta inom branscher som mer liknar den grundutbildning de hade från hemlandet. Vissa återvänder till sina hemländer. Det finns dock ingen statistik över dessa två kategorier. Det finns inte heller några uppgifter på vad satsningen hittills "gett för vinst" i rena pengar.

Satsningen har sina rötter i en satsning som Malmö stad inledde 1994, när det kom många nyanlända till Malmö, framför allt från Bosnien, Somalia och Irak. Utbildningen som bedrevs då var 16-20 veckor lång och hade ett liknande upplägg som dagens, med utbildning och praktik varvat.

Hotell- och restaurangtalangernas framgångsfaktorer:

- En väl genomarbetad och noggrann urvalsprocess.
- Stort engagemang från alla inblandade.
- Varje individ matchas fram till rätt praktikplats.
- Tydliga krav när det gäller att komma i tid, ta ansvar, vara lojal osv.
- En hög ribba och ett högt tempo.
- Gott samarbete mellan projektets aktörer.