

8 år med
kvinnors
företagande

Främja kvinnors företagande 2007–2014
– resultat och lärdomar i korthet



Innehåll

Programmet Främja kvinnors företagande	3
En bakgrund	4
Öppna upp! visar vägen till ett företagsfrämjande på lika villkor	5
Varför främja kvinnors företagande?	7
Statistik om kvinnors företagande och ledarskap	8
Några resultat från programmet 2011–2014	12
Några resultat från programmet 2007–2010	19
Framtiden för kvinnors och mäns företagande och ledarskap?	23
Vill du veta mer om kvinnors företagande och företagande på lika villkor?	25

© Tillväxtverket
Produktion: Ordförandet
Stockholm, maj 2015
Info 0589

Tillväxtverkets publikationer kan laddas ned på:
www.tillvaxtverket.se/publikationer

Har du frågor om denna publikation, kontakta:
Gunilla Thorstensson, gunilla.thorstensson@tillvaxtverket.se
Telefon 08-681 91 00

Läs mer på:
www.tillvaxtverket.se/kvinnorsforetagande

Programmet Främja kvinnors företagande

Förutsättningarna för företagande är inte lika för kvinnor och män som vill starta, driva, leda och utveckla företag. Därför arbetade Tillväxtverket på regeringens uppdrag 2007–2014 med programmet Främja kvinnors företagande. I korthet handlade programmet om att:

- göra *nytta* nu genom att göra affärsutveckling mer tillgänglig för kvinnor som ville utveckla sina företag, starta företag eller utveckla en idé.
- göra kvinnors företagande och ledarskap mer *möjligt* nu och i framtiden, till exempel genom att utveckla entreprenörskapet vid universitet och högskolor och sprida Golden Rules of Leadership.
- göra kvinnors företagande och dess betydelse för näringslivet mer *synligt*, till exempel genom ambassadörer för kvinnors företagande som bidrog till att förändra bilden av företag och företagare samt arbete med fakta, statistik och kunskap om kvinnors företagande.

Syftet med programmet var dels att skapa tillväxt, konkurrenskraft och förnyelse i svenskt näringsliv genom att fler företag drivs och utvecklas av kvinnor, dels att i samråd med företagsfrämjande aktörer och myndigheter ta fram en nationell strategi för hur kvinnor och män kan ta del av företagsfrämjande insatser på lika villkor.

En bakgrund

I maj 2007 fick Nutek regeringens uppdrag att främja kvinnors företagande. I mars 2011 fattade regeringen beslut om ett nytt program för att främja kvinnors företagande, vilket byggde vidare på de insatser som genomfördes under 2007–2009, samt under förlängningen 2010.

Tillväxtverket tilldelades 65 miljoner kronor årligen under 2011–2014 för att främja kvinnors företagande. Med 2011 års regeringsbeslut kom även uppdraget att ta fram en strategi för lika villkor i företagsfrämjandet. Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys) har regeringens uppdrag att effektutvärdera programmet några år efter programmets slut.

Skillnader mellan programperioderna

Tillväxtverkets arbete med programmet 2011–2014 präglades av uppdraget att ta fram en strategi för ett företagsfrämjande på lika villkor. Bland annat genomfördes förstudier om kvinnors företagande i regionerna och pilotprojekt för att ge kunskaper till innehållet i strategin.

En annan förändring var att de utvecklingsansvariga som har det regionala tillväxtansvaret (regionförbund, samverkansorgan eller länsstyrelsen) fick ansvaret regionalt för att besluta om affärsutvecklingsinsatser till företagarkvinnor. Det var viktigt för att tydliggöra att kvinnors företagande är en strategisk tillväxt- och framtidsfråga, men också för att insatser för att främja kvinnors företagande är en del av regionernas ordinarie tillväxtarbete.

En lärdom från de båda programperioderna är att uthållighet i insatser och riktade resurser som skapar legitimitet och fokus är viktiga framgångsfaktorer när det gäller främjandeinsatser som ska leda till ökade kunskaper och förändring. Volymen, bredden och tillgängligheten till insatserna har också betydelse.

Öppna upp! visar vägen till ett företagsfrämjande på lika villkor

För den enskilda individen kan företagandet vara ett sätt att använda hela sin kompetens, erfarenhet, förmåga och kreativitet och samtidigt ta en ledande roll i företag, näringsliv och samhälle. Studier visar dock att kvinnor möter fler hinder i form av stereotypa föreställningar såväl om kvinnor som om branscher och deras framtids- och tillväxtpotential. Dessa attityder och omedvetna föreställningar påverkar de värderingar och bedömningar som görs i samband med finansiering, rådgivning och andra företagsfrämjande insatser till företag som drivs av kvinnor och män. Regelverk är inte heller alltid anpassade efter dagens näringslivsstruktur och snabba förändringstakt.

Idag fördelas statliga resurser i stor utsträckning till mansdominerade branscher inom industri och tillverkning. Till exempel beviljades mäns företag 1,4 miljarder kronor i regionala företagsstöd medan kvinnors företag beviljades 116 miljoner kronor under 2009-2011.

Ett tillgängligt och öppet företagsfrämjande som tar vara på alla människors företagsamhet och innovationskraft är en konkurrensfördel för Sverige. Tillväxtverket har därför på regeringsuppdrag tagit fram en nationell strategi för företagsfrämjande på lika villkor. Strategin har sin utgångspunkt i att en mångfald av företag och företagare inom en bredd av branscher bidrar till förnyelse i näringslivet och till hållbar tillväxt. Strategin överlämnades till regeringen i mars 2015.



Åtta mål för förändring

Det övergripande målet med den nationella strategin är att kvinnor och män oavsett etnisk bakgrund och ålder ska kunna ta del av insatser och resurser inom rådgivning, affärsutveckling, kluster- och inkubatorverksamhet samt finansiering på lika villkor. Även företagets bransch, företagets storlek och företagsform påverkar. Åtta mål för förändring fram till 2020:

1. Arbeta utifrån kunskap om jämställdhet och mångfald
2. Kommunicera på lika villkor
3. Lyfta fram förebilder och motverka stereotyper
4. Samverka och driva på utvecklingen
5. Följa upp och förändra fördelning av resurser
6. Sätta mål och styra med tydliga krav och aktiviteter
7. Utforma regelverk så att fler företag kan få finansiering
8. Ha kunskap om nya branscher, företagsformer och affärsmodeller



Varför främja kvinnors företagande?

Kvinnor och män driver oftast företag inom tjänstebranscher. Branscher där kvinnors företag dominerar tenderar att värderas som icke-tillväxtbranscher. Därför har branschperspektivet haft betydelse för programmets genomförande.

Statistik visar att kvinnor och män driver företag i alla branscher, men i olika omfattning. Färre kvinnor driver till exempel företag inom bygg och färre män driver företag inom personliga tjänster. Detta beror till stor del på de ännu ganska traditionella studie- och yrkesval som unga gör. Det är vanligt att starta företag utifrån sin yrkeskompetens, vilket leder till att företagandet är könsuppdelat på samma sätt som arbetsmarknaden. Kvinnor är dessutom ofta yrkesverksamma inom skola, vård och omsorg, där det på många sätt är andra förutsättningar för företagande än i många andra branscher. Likheterna mellan kvinnors och mäns företagande är fler än skillnaderna, om man jämför företag inom samma bransch, utvecklingsfas och geografiska område.

En fortsatt ökning i antalet och andelen företag som drivs av kvinnor innebär ökade möjligheter till förnyelse i näringslivet, då alla människors kompetens, erfarenheter, affärsidéer och affärsmodeller tas till vara som drivkraft för näringslivets utveckling och konkurrenskraft. De hinder som kvinnor möter i sitt företagande liknar också de hinder som unga företagare och företagare med utländsk bakgrund möter. Alla företagargrupper, oavsett kön, ålder och bakgrund, ska ha samma möjligheter att starta, driva och utveckla företag.

En lärdom är att bristande kunskaper om genus och jämställdhet är en utmaning i designen av insatser som riktar sig till företag. Stereotypa föreställningar om vad kvinnor och män efterfrågar och har behov av för att starta, leda och utveckla företag kan ibland leda till insatser med innehåll som inte alltid möter företagarnas faktiska behov. Goda kunskaper om genus är därmed en framgångsfaktor i alla delar i kedjan inom företagsfrämjandet. Även på policynivå är det viktigt med en analys och diskussion om vilka perspektiv som formuleras för att främja kvinnors företagande. Risken är annars att mannen som norm och kvinnan som ”avvikande” förstärks, när det istället handlar om att ordinarie företagsfrämjande insatser inte når och omfattar kvinnors och mäns företagande på lika villkor.

Statistik om kvinnors företagande och ledarskap



För att synliggöra kvinnors företagande är fakta, statistik och kunskap avgörande för att se, förstå och förändra de föreställningar som finns om företagare, företag och företagande i Sverige. Att ta fram och sprida fakta och statistik till olika målgrupper har därför varit en viktig del i programmet.

29 procent av företagen i Sverige drivs av kvinnor och drygt 30 procent av de nya företagen startas av kvinnor (2012). Mellan 2006–2012 ökade antalet företag med kvinnor som företagsledare med 34 procent, enligt statistik från SCB. Andelen företag som leds av kvinnor beräknas fortsätta att öka.

Kvinnors företag under 2006–2012

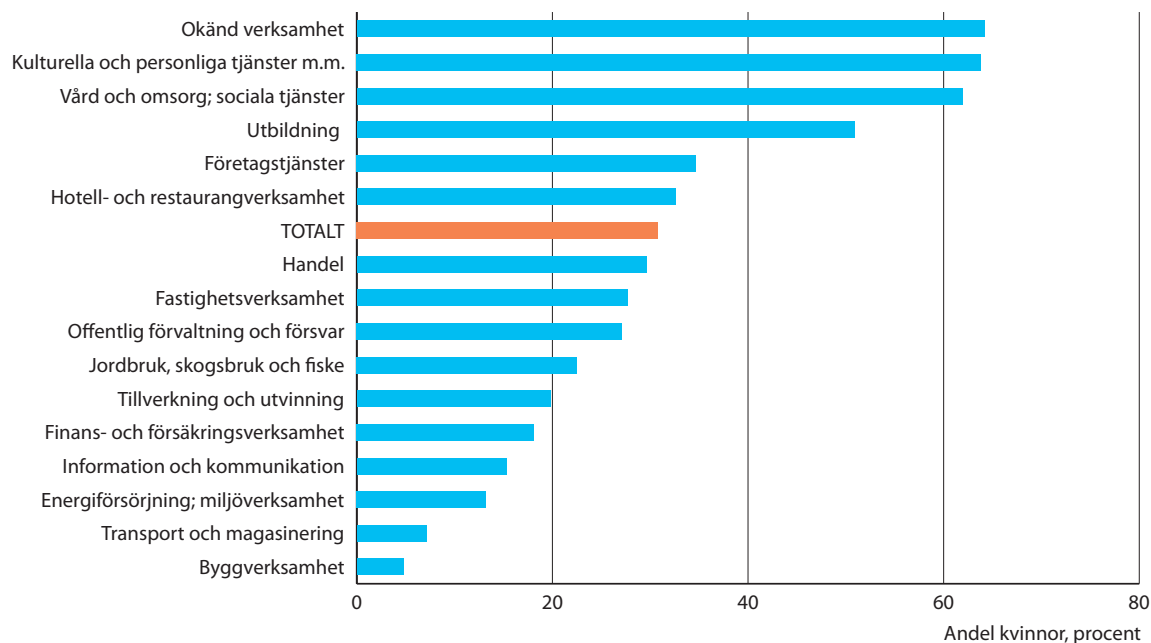
	Antal företag	Nettoomsättning (tusentals kr)	Antal sysselsatta	Löner (tusentals kr)
2006	143 733	263 986 518	330 735	57 465 726
2008	155 381	325 160 378	371 050	71 978 030
2010	162 779	364 371 343	404 625	82 786 108
2012	192 665	428 935 157	428 395	89 693 012
Ökning 2006–2012	+34%	+62%	+30%	+56%
Mäns företag 2006–2012	+19%	+17%	+8%	+28%

Källa: SCB (RAMS), bearbetat av Tillväxtverket, hämtad från tillvaxterket.se

År 2012 var den totala nettoomsättningen i kvinnors företag 429 miljarder kronor och företagen hade nära 428 400 anställda. Antalet företag med kvinnor som företagsledare var drygt 192 600 stycken. Ökningen i kvinnors företagande är snabbare relativt mäns företagande, där antalet företag som leds av män under samma period ökade med 19 procent, dock från en mycket högre nivå.

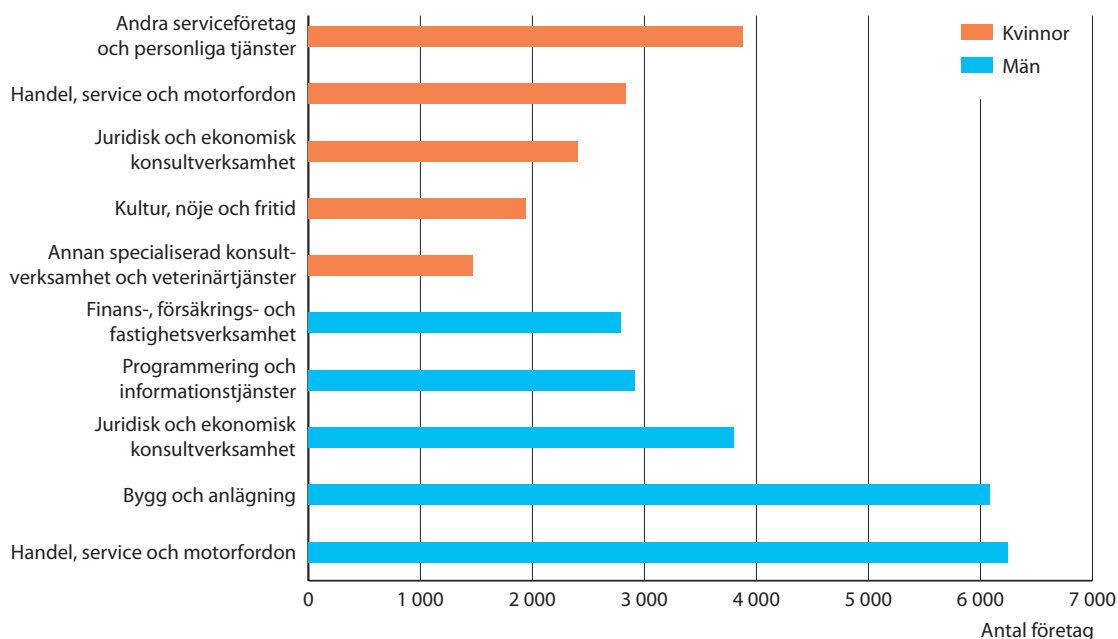
Här följer mer statistik om kvinnors företagande och ledarskap.

Kvinnor driver företag i alla branscher, men i olika omfattning (2012)



Källa: SCB (RAMS), hämtad från ekonomifakta.se

De fem vanligaste branscherna bland kvinnor och män som startar företag (2012)



Källa: Tillväxtanalys, hämtad från regionutmaningen.se

Stora regionala skillnader i andelar nystartade företag av kvinnor och män (2012)

Län	Man	Kvinna	Båda könen	Län	Man	Kvinna	Båda könen
Blekinge	67	27	6	Stockholm	59	32	9
Dalarna	58	33	9	Södermanland	58	34	8
Gotland	54	31	15	Uppsala	59	33	8
Gävleborg	55	37	8	Värmland	60	31	9
Halland	56	34	10	Västerbotten	66	26	8
Jämtland	57	35	8	Västernorrland	67	24	9
Jönköping	40	35	25	Västmanland	60	33	7
Kalmar	57	38	5	Västra Götaland	62	28	10
Kronoberg	60	33	7	Örebro	63	32	5
Norrbottnen	61	33	6	Östergötland	62	32	6
Skåne	60	29	11	Totalt	60	31	9

Källa: Tillväxtanalys, bearbetad av Tillväxtverket. Hämtad från regionutmaningen.se

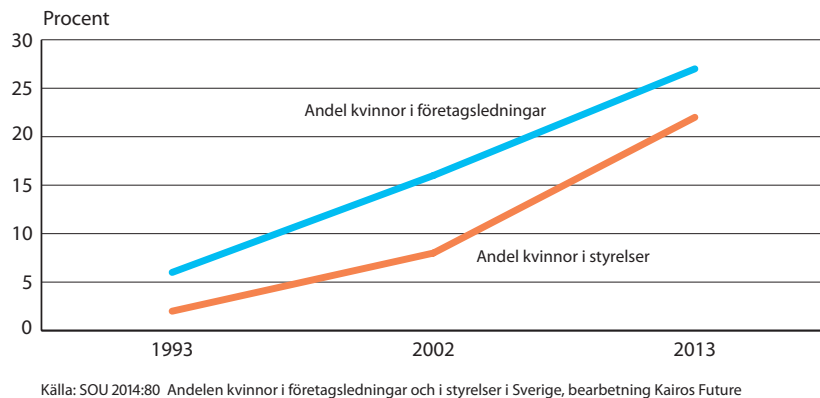
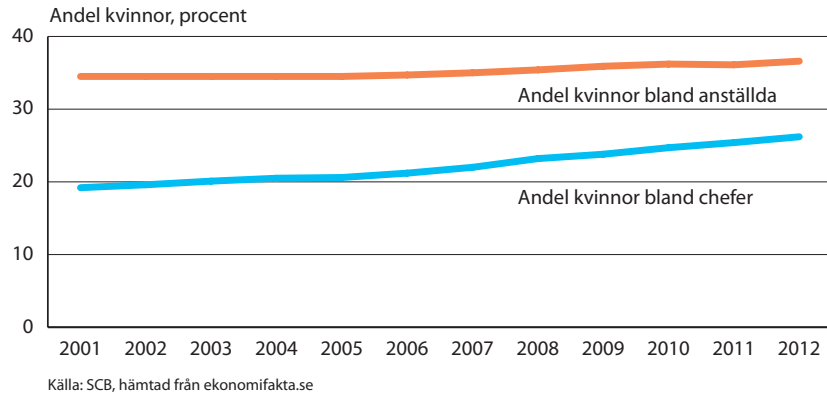
Andelen nya företag som startas av kvinnor och män varierar stort mellan regionerna. Det kan bland annat handla om att näringslivsstrukturen skiljer sig åt. Högst andel företag som startas av kvinnor finns i Kalmar län (38 procent) och Gävleborgs län (37 procent), medan lägst andel finns i Västernorrlands län (24 procent). I Jönköpings län är andelen företag som startas av kvinnor och män gemensamt högst (25 procent).

[Mer fakta och statistik.](#)



Den privata sektorn är numera huvudsaklig arbetsgivare åt både kvinnor och män, 53 procent respektive 83 procent, enligt SCB. Andelen kvinnor i chefsposition ökar långsamt med stadigt relativt andelen kvinnor bland anställda, se nedan.

Andelen kvinnor i ledande positioner ökar



Även andelen kvinnor i företagsledning och styrelser ökar. Andelen kvinnor i företagsledning har ökat från 16 procent till 27 procent mellan 2002–2013, medan andelen kvinnor i styrelser har ökat från 8 procent till 22 procent under samma period.

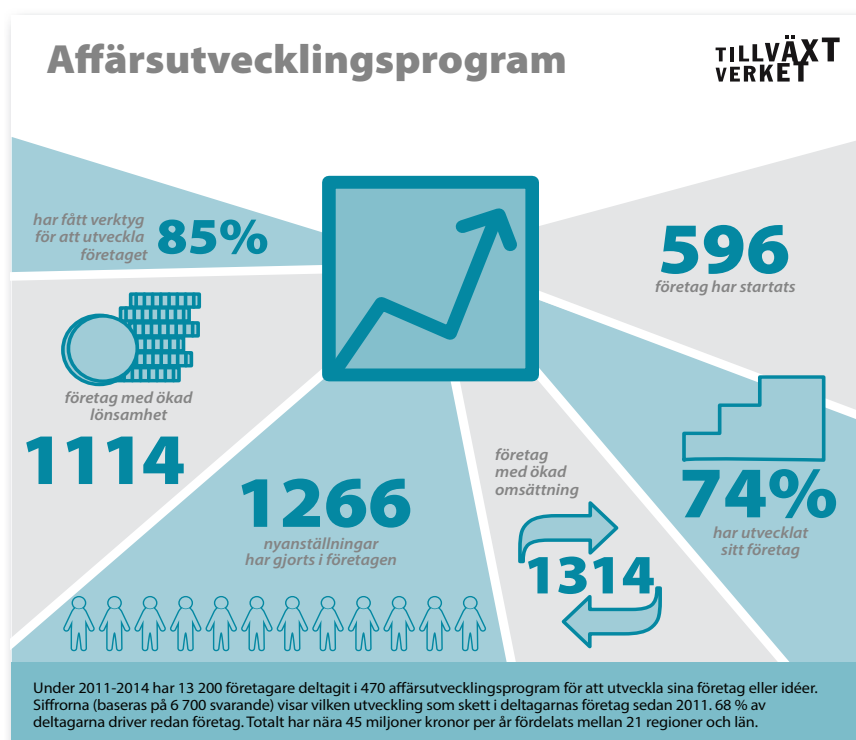
Några resultat från programmet 2011–2014

Programmets resultat låter sig inte fångas bara i siffror som visar antal, andelar och kronor – det finns också ett bredare och mer svår-fångat resultat i ökade kunskaper, synliggörande av kvinnors företagande och förändrade attityder. I denna sammanställning är dock antal och siffror i fokus.

Gör NYTTA

Affärsutveckling till företagare 2011–2014

13 200 kvinnor som driver företag har deltagit i 477 affärsutvecklingsprogram runt om i landet. Syftet var att ge kvinnor som ville utveckla företag, starta företag eller utveckla sina innovativa idéer tillgång till affärsutvecklingsprogram. Dessa program kunde omfatta rådgivning, coaching, mentorskap, nätverk, utbildning och annat som ger verktyg till att utveckla företaget eller idén vidare. Insatserna genomfördes



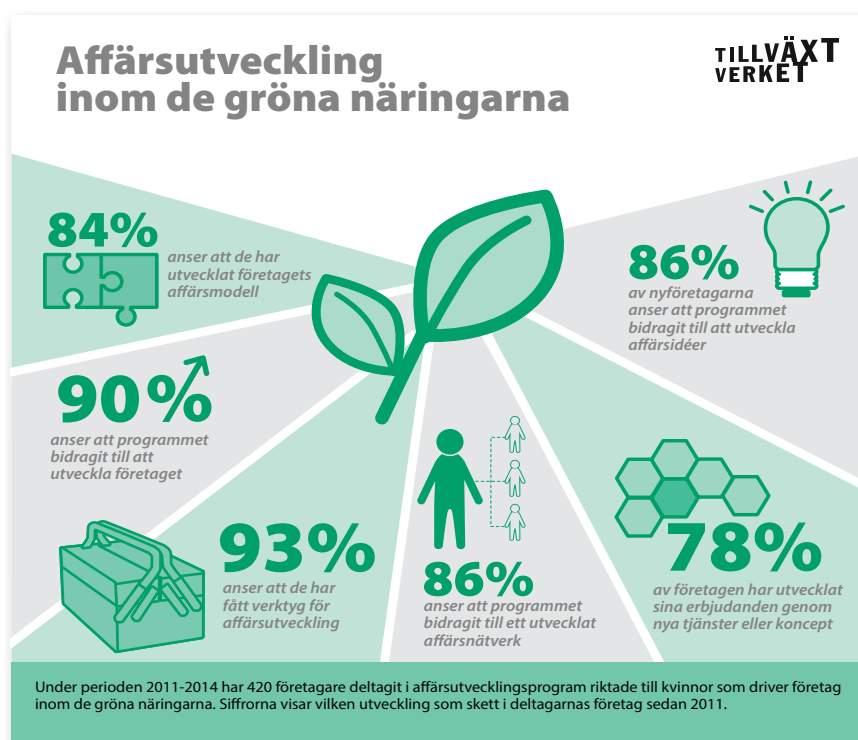
oftast i grupp så att företagaren samtidigt utvecklade sitt affärsnätverk. 87 procent av deltagarna kan rekommendera andra personer att delta i liknande aktiviteter. Totalt fördelades 180 miljoner kronor till regionerna för att göra affärsutvecklingsprogram mer tillgängliga för företagarkvinnor. Fler resultat framgår i figuren ovan.

En lärdom är betydelsen av genuskunskap. Det finns en risk att satsningar på kvinnors företagande förstärker stereotyper av företagarkvinnor och befäster normer snarare än ifrågasätter dem. Av samma anledning kan det vara ett problem att peka ut vilka branscher som satsningar särskilt bör riktas till när det gäller kvinnors företagande.

Affärsutveckling till företagare inom gröna näringar 2011–2014

420 företagare har deltagit i affärsutvecklingsprogram riktade till kvinnor som driver företag i de gröna näringarna, såsom jordbruk, skogsbruk, trädgård eller landsbygdens miljö. 48 procent av företagarna bedömer att lönsamheten kommer att öka inom tre år och 41 procent bedömer att de driver företaget på heltid inom tre år. 94 procent anser att kvaliteten på affärsutvecklingsprogrammet var bra eller mycket bra och 93 procent skulle rekommendera andra att delta i aktiviteter. Fler resultat framgår i figuren nedan.

En lärdom är att affärsutvecklingsprogram bör designas i nära dialog med företagarna för att möta deras faktiska behov. Seminarier/workshops i kombination med personlig rådgivning respektive affärsrådgivning och coachning (även i grupp) har varit framgångsrikt.

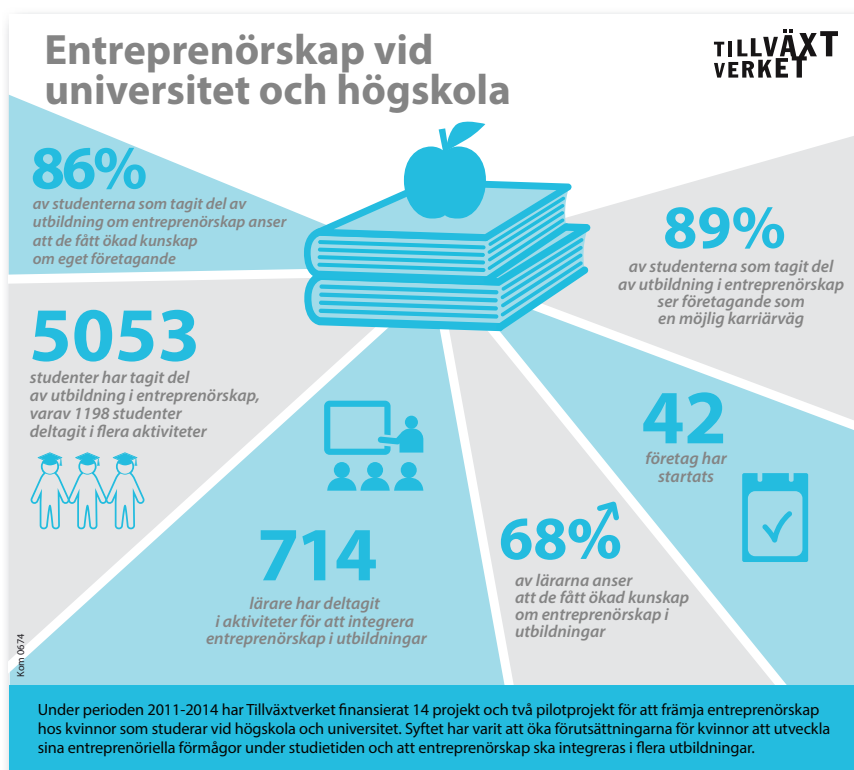


Gör MÖJLIGT

Entreprenörskap vid universitet och högskola 2011–2014

Drygt 5050 kvinnor har deltagit i 16 projekt vid 14 lärosäten för att utveckla entreprenörskapet vid högskolan och universitetet. Syftet var att skapa förutsättningarna för fler studerande kvinnor att utveckla sina entreprenöriella förmågor under studietiden och att integrera entreprenörskap i fler utbildningar vid universitet och högskola. Intresset för och medvetenheten om entreprenörskapets betydelse har ökat hos lärarna vid universiteten och högskolorna under programperioden. Fler resultat framgår i figuren nedan.

En lärdom är vikten av ledningens engagemang och att lärarna får möjlighet och tid till att arbeta med att integrera entreprenörskap i utbildningar. Obligatoriska kurser i entreprenörskap, som studenterna får högskolepoäng för, är en förutsättning för att integreringen ska lyckas.



Golden Rules of Leadership 2013–2014



”Golden Rules of Leadership” handlar om att kvinnor och män på ledande positioner, på alla nivåer och inom olika sektorer och branscher, konsekvent och uthålligt är generösa med sina kontakter för att fler kvinnor ska nå ledande positioner i företag och organisationer. Det innebär att inkludera, engagera och lyfta fram entreprenörer och ledartalanger på ett aktivt och medvetet sätt i vardagen.

”Golden Rules of Leadership” har sitt ursprung i ”International Council on Women’s Business Leadership” (ICWBL), initierat av Hillary Clinton, där ledarskap, mentorskap, nätverk och förebilder lyfts fram som grundstenar för att nå en förändring.

Under 2014 anordnade Tillväxtverket 15 mötesplatser och deltog i ytterligare 15 nationella och internationella seminarier. 3 400 personer deltog i aktiviteter för att sprida ”Golden Rules of Leadership”. Ledarskapsprogrammet ”Women Up Sweden” genomfördes med 36 deltagare, varav fyra nominerades från Tillväxtverkets ambassadörsnätverk. Åtta projekt finansierades som verkade för att sprida ”Golden Rules of Leadership” i sina nätverk.

En lärdom är att nätverkande är en framgångsfaktor för att utveckla entreprenörskap och ledarskap. Genom att bjuda in flera olika målgrupper – företagare, studenter, personer i ledande positioner (chefer, vd:ar, experter med flera) – ökar mångfalden i nätverkandet. När olika målgrupper möts, till exempel personer med olika erfarenheter och kompetenser, i olika åldrar, med olika bakgrund, från olika branscher och olika delar av landet, blir det intressanta möten och dynamiken ökar nätverkandet.

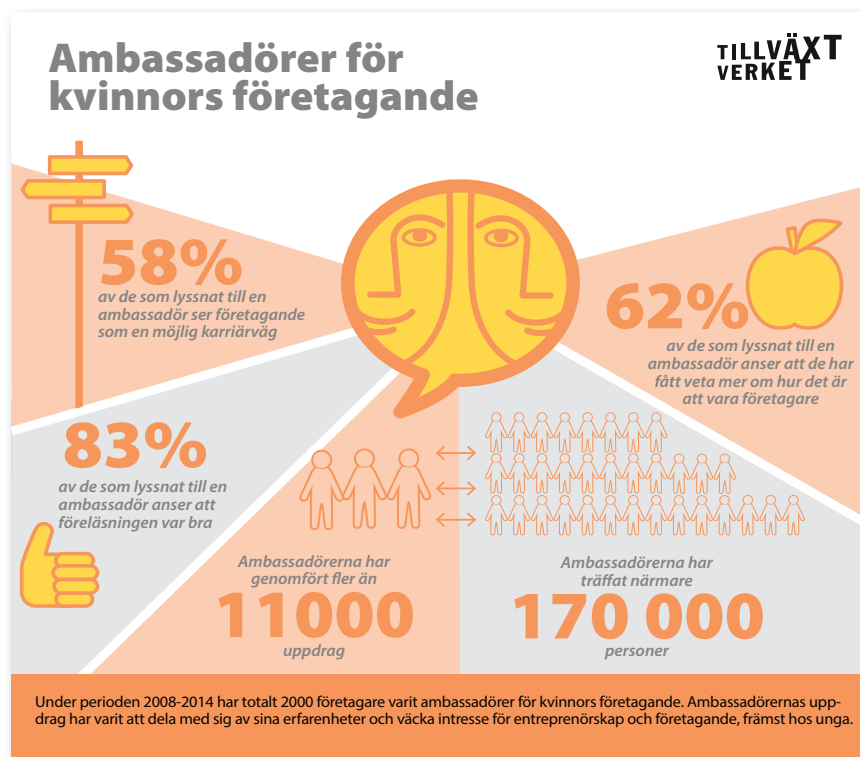
Gör SYNLIKT

Ambassadörer för kvinnors företagande 2008–2014

880 ambassadörer för kvinnors företagande utsågs i mars 2008. Sedan dess har Tillväxtverket utsett nya ambassadörer vid ytterligare vid tre tillfällen. Totalt har 2000 företagare varit engagerade i ambassadörsnätverket sedan starten, varav 113 ambassadörer varit med i nätverket sedan 2008. Ambassadörerna har sammantaget träffat nära 170 000 personer och utfört drygt 11 000 uppdrag under perioden. Det har därmed varit ett av Europas största förebildsprojekt.

Uppdraget för ambassadörerna för kvinnors företagande var att väcka intresse för företagande och entreprenörskap genom att berätta om sina erfarenheter som företagare. Syftet var att på olika sätt synliggöra kvinnors företagande, öka kunskapen om hur det är att driva företag och att bidra till att fler ser företagande som ett möjligt karriärval. Syftet var också att lyfta fram fler förebilder som uppfattas som möjliga att identifiera sig med.

Ambassadörerna har besökt skolor, högskolor, nätverk, ideella organisationer, deltagit i företagarmässor, panelsamtal med mera. Många har också haft personliga möten med kvinnor som funderar på att starta företag och som sökt en företagare som bollplank. Ambassadörerna har bidragit till en mer varierad bild av företag och företagare. Mellan 2011–2014 publicerades nära 5 000 nyhetsartiklar om kvinnors företagande i media – många av dem handlade om ambassadörerna för kvinnors företagande. Fler resultat framgår i figuren nedan.



En lärdom är att det är berättelserna man minns. ”Storytelling” är en metod som använts i ambassadörsprojektet för att synliggöra kvinnors företagande och lyfta fram ambassadörernas berättelser. Det blev också en möjlighet för ambassadörerna att utveckla sina färdigheter i att använda ”storytelling” som verktyg.

[Se filmerna med ambassadörerna här.](#)

Fler förebilder genom tävlingar och utmärkelser

Tävlingar och utmärkelser har använts som metod inom programmet för att synliggöra kvinnors företagande och lyfta fram förebilder. Några exempel:

Årets Tjänstutvecklare 2008–2013

Tillväxtverkets priskategori Årets Tjänstutvecklare i den nationella företagartävlingen Beautiful Business Award lyfte fram dels innovativa, framgångsrika företagarkvinnor inom tjänstesektorn som goda förebilder, dels tjänstesektorns och tjänstutvecklingens betydelse för svenskt näringsliv och konkurrenskraft. I tävlingen premierades nytänkande, hållbarhet och tillväxtambition.

Vinnare av Årets Tjänstutvecklare:

- ➔ Anna-Carin Blixt Modin, *Stagepool* (2013)
- ➔ Jeanette Holm, *NannyNu!* (2012)
- ➔ Catharina Tavakolinia, *Kavat Vård* (2011)
- ➔ Lisa Lindström, *Doberman* (2010)
- ➔ Kicki Theander, *Middagsfrid* (2009)

Mer information om samtliga finalister och vinnare finns på www.beautifulbusinessaward.se

Årets Uppfinnarkvinna 2013–2014

Syftet med utmärkelsen Årets Uppfinnarkvinna var att lyfta fram förebilder och synliggöra kvinnor som uppfinnar för att väcka intresset hos fler att utveckla och kommersialisera sina idéer.

Vinnare av Årets Uppfinnarkvinna:

- ➔ Marit Sundin, *AddMovement* (2014)
- ➔ Linda Krondahl, *HiNation* (2013)

Mer information finns på www.uppfinnare.se

[Se filmerna här](#)

[Filmerna finns även på UR Play](#)

Andra sätt att synliggöra kvinnors företagande

I november 2011 var det premiär för *Entreprenörerna*, sex 15-minutersavsnitt om historiska banbrytande kvinnor som framgångsrikt byggt nya branscher och bidragit till att utveckla näringslivet i Sverige. Några exempel är Hanna Lindmark och Sofia Gumealius, den sistnämnda startade Sveriges första reklambyrå på 1870-talet.

Läs också boken *Stråhattar och batterier – kvinnors företagande då och nu*, som ligger till grund för filmerna.

Sofia Gumealius med sin personal på S. Gumealius Annonsbyrå.

Källa: Föreningen Stockholms Företagsminnen, Centrum för Näringslivshistoria



Att ta fram och sprida fakta och statistik till olika målgrupper har varit grundläggande i Tillväxtverkets arbete med att främja kvinnors företagande. Det innebär också nya sätt att göra statistik tillgänglig.

På sajten Regionutmaningen.se förmedlas fakta och statistik till olika målgrupper som sedan kan ladda ned statistiken och använda den för sina behov. Regionutmaningen.se visar statistik per region med uppgifter om nyföretagandet hos kvinnor och män, de fem vanligaste branscherna för kvinnor och män som startar företag samt tillväxtviljan i kvinnors och mäns företag. Varje diagram kan laddas ner och spridas i social media eller laddas ned till egna dokument.

[Mer fakta och statistik.](#)



Några resultat från programmet 2007–2010

Nedan presenteras några resultat från programperioden 2007–2010.

Gör NYTTA

Affärsutveckling

Drygt 27 000 kvinnor som ville starta företag eller utveckla sina företag var involverade i totalt 700 affärsutvecklings- och innovationsprojekt. 91 procent av dem som redan drev företag ansåg att deltagandet var till nytta för företaget och 88 procent ansåg att deras affärsnätverk hade utvecklats. Av dem som vid programstarten inte var företagare hade 50 procent startat företag och ytterligare 46 procent planerade att göra det inom fem år. 91 procent kunde rekommendera någon annan att delta i liknande program. Totalt fördelades 195 miljoner kronor till regionerna under programperioden för att göra affärsutvecklingsinsatser mer tillgängliga för företagarkvinnor.

Affärsutveckling inom gröna näringar

Omkring 650 kvinnor deltog under 2010 i affärsutvecklingsprogram riktade till företag inom de gröna näringarna. 13 projekt delfinansierades som handlade om utveckling av samiskt företagande, besöksnäringar, grön omsorg, skogsföretagande, IT för ökad affärsnytta med mera. 74 procent av deltagarna ansåg att insatsen hade bidragit till företagets utveckling och deras möjligheter till tillväxt.

Starta företag-dagen

Starta företag-dagen genomfördes tillsammans med Skatteverket, Bolagsverket, Arbetsförmedlingen, Tullverket och Försäkringskassan. Där informerar myndigheterna gemensamt om att starta företag och svarar på frågor om nyföretagande. Starta företag-dagen genomfördes vid 59 tillfällen under 2010. Sex av tio deltagare var kvinnor, vilket motsvarar drygt 4 200 kvinnor. Hela 98 procent ansåg att helhetsintrycket av dagen var bra eller mycket bra. Kvinnor som deltagit i Starta företag-dagen i Stockholm, Göteborg och Malmö bjöds med finansiering från programmet in till uppföljningsträffar vid åtta tillfällen för att nätverka. Totalt deltog drygt 380 kvinnor.

Branschguider på verksamt.se

Tillväxtverket arbetar kontinuerligt med att utveckla och erbjuda användbara e-tjänster på webbplatsen verksamt.se. Två guider utvecklades och lanserades på webbplatsen under 2007, dels för hushållsnära tjänster, dels för vård och omsorg.

www.verksamt.se

Innovationsfinansiering via Almi

Under 2007–2010 förstärktes Almis innovationsfinansiering med 28 miljoner kronor ur programmet för att öka tillgängligheten till innovationsfinansiering för kvinnor. 617 innovationsprojekt drivna av kvinnor beviljades finansiering – vård och omsorg var den vanligaste branschen.

www.almi.se

Gör MÖJLIGT

Entreprenörskap vid universitet och högskola

31 300 kvinnor som studerade vid universitet och högskola deltog i aktiviteter under 2007–2010 för att utveckla sitt entreprenörskap. Över 7 300 studenter deltog i olika utbildningsaktiviteter och 540 nya företag startades. Syftet var att öka intresset för entreprenörskap hos studerande så att fler unga kvinnor såg företagande som ett möjligt karriärval.

Ägarskifte

Under 2007–2010 delfinansierades 13 projekt med drygt 1 000 kvinnor som deltog för att öka sin kompetens om ägarskiftesprocessen. Nästan 1000 kvinnor ökade sina kunskaper om ägarskifte och nära 70 kvinnor köpte eller tog över ett företag.

Affärsängelnätverk

Under 2007–2010 delfinansierades insatser som syftade till att öka möjligheterna för företagarkvinnor att få tillgång till extern finansiering till sina företag ("investment readiness") samt insatser som riktade sig till affärsänglar och andra investerare. En affärsängel är en privatperson som investerar eget kapital och affärsmässig kunskap i onoterade företag. Drygt 1 400 kvinnor deltog i kompetensutvecklingsinsatser och omkring 20 regionala "matchmaking-events" genomfördes under programperioden. Drygt 100 kvinnor bedömdes vara aktiva som affärsänglar när insatserna avslutades. 5 procent av Sveriges affärsänglar beräknas vara kvinnor, men i några affärsängelnätverk uppgick andelen kvinnor till 20 procent, när insatserna avslutades.

Mentorskap

Under 2007–2009 förstärktes det nationella mentorskapsprogrammet Mentor Eget Företag, som drevs av Almi och NyföretagarCentrum, med finansiering från programmet. Dels för att nå fler kvinnor som ville ha en mentor, dels för att rekrytera fler kvinnor som ville bli mentorer. 440 mentorpar bildades och 96 procent av adepterna kunde tänka sig att rekommendera andra att delta i programmet.

Rådgivarutbildning

Myndigheten verkade för att offentligt finansierad affärsrådgivning skulle arbeta med ett genusperspektiv, en god pedagogik och ett professionellt förhållningssätt samt goda kunskaper i samtalsteknik.

Under 2009 deltog 450 rådgivare vid Almi i en genusutbildning, delfinansierad från programmet. Även Coompanion arbetade med jämställdhets- och genusfrågor i sin rådgivarverksamhet.

Gör SYNLIGT

Fakta och statistik, förebilder och attityder

För att synliggöra kvinnors företagande är fakta, statistik och kunskap avgörande bland annat för att kunna bemöta de föreställningar som finns om hur företagare, företag och företagandet i Sverige ser ut. Myndigheten arbetade därför för att ta fram och sprida fakta och statistik om kvinnors företagande till olika målgrupper.

Ambassadörer för kvinnors företagande

Ambassadörerna bidrog till att synliggöra och sprida kunskap om företagande och inspirera fler till att se företagandet som ett möjligt karriärval. Under 2007–2010 träffade ambassadörerna totalt drygt 82 000 personer.

Tjänsteinnovationstävling – Årets Tjänsteutvecklare

Drygt 5 300 företagarkvinnor blev under 2008–2011 nominerade till den nationella företagartävlingen [Beautiful Business Award](#). Under hösten 2009 genomfördes tre regionfinaler i Umeå, Örebro och Malmö, där 10 delfinalister utsågs.

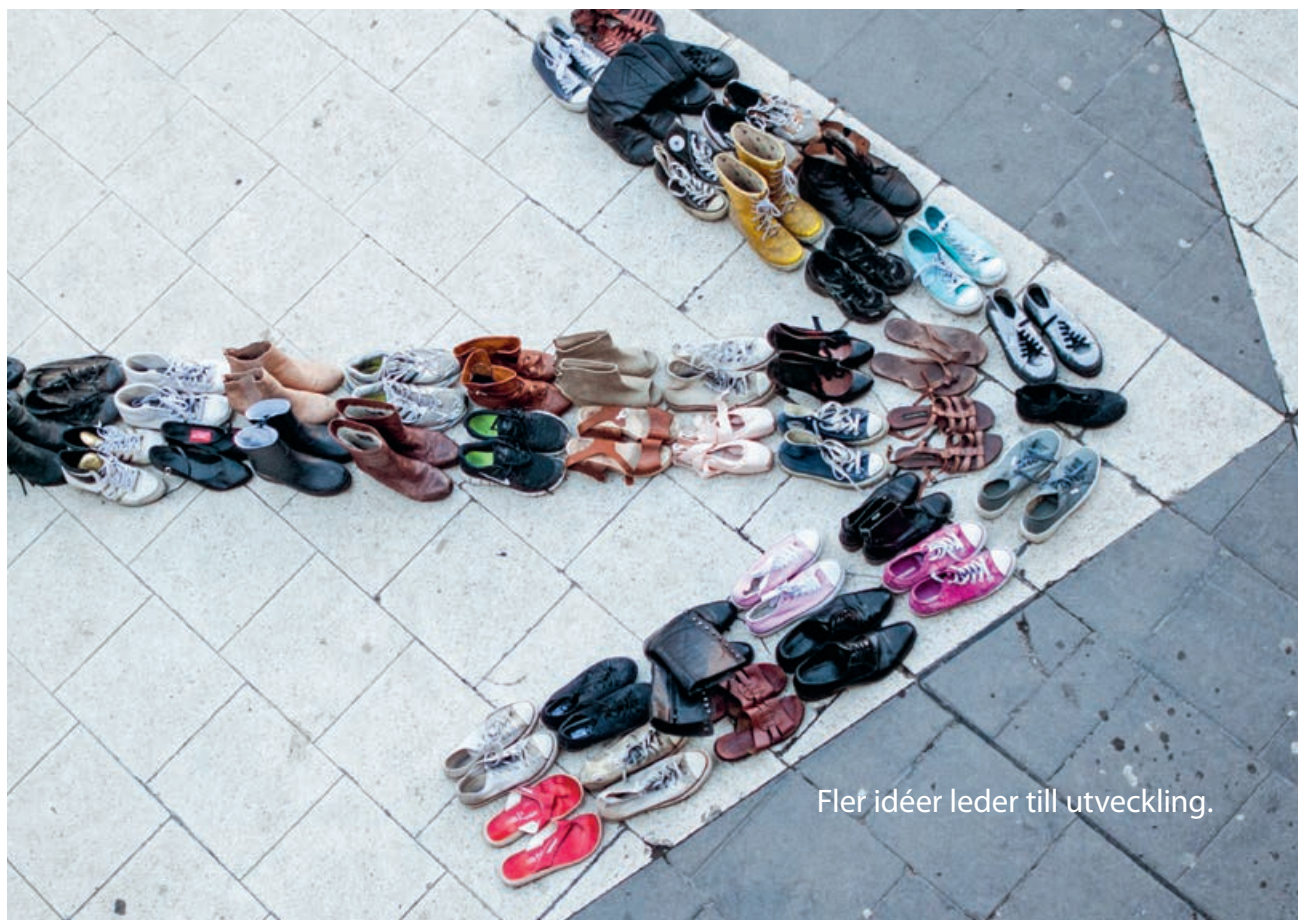
Statlig företagsfinansiering når främst män

Under 2007 presenterades en rapport om statlig kapitalförsörjning och hur kvinnor respektive män får del av dessa insatser. Myndigheten konstaterade i rapporten att statlig företagsfinansiering i större utsträckning går till män än till kvinnor. Resultaten visar att många stöd i praktiken ofta riktas till manligt dominerade branscher och verksamhetsområden. Uppdraget avrapporterades till regeringen i oktober 2007.



Förebildsprojekt regionalt och nationellt

Under 2009 finansierades ett antal projekt runt om i landet. Tekniska museet tog till exempel fram en vandringsutställning om kvinnors innovationer, som turnerade under 2009-2010. Den ideella föreningen Centrum för näringslivshistoria fick delfinansiering för att skriva om historiska företagarkvinnor i boken *Stråhattar och batterier – en bok om kvinnors entreprenörskap då och nu*. Där framgår att kvinnor alltid varit företagsamma men blivit osynliggjorda.



Fler idéer leder till utveckling.

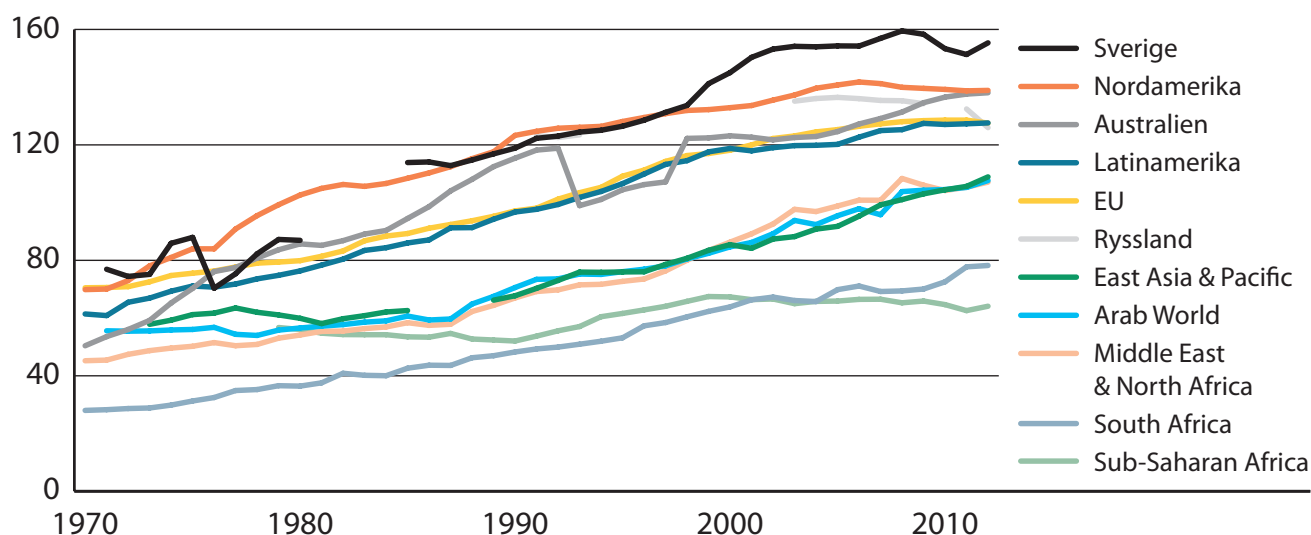
Framtiden för kvinnors och mäns företagande och ledarskap?

Om kvinnors och mäns företagande fortsätter att utvecklas i samma takt som hittills når vi 50/50 kvinnor och män i företagandet omkring år 2050. Med samma logik blir det 50/50 kvinnor och män i styrelser och företagsledningar några år dessförinnan. Det visar en framtidsspaning om Kairos Future har genomfört¹.

En rad faktorer påverkar förutsättningarna för kvinnors och mäns företagande och ledarskap i framtiden. Några exempel är den högre utbildningsnivån bland kvinnor samtidigt som kvinnor mer sällan väljer utbildningar inom data och teknik, områden som kan antas ha stor inverkan på framtidens företagande.

Digitalisering, globalisering och automatisering påverkar affärslogiken i grunden, möjliggör helt nya affärsmodeller och ökar omvandlingstakten i ekonomin. Värderingar som styr ledarskapets fokus och etik får allt större betydelse i affärer och kan påverka kvinnors möjligheter och intresse för att ta ledande positioner i näringslivet.

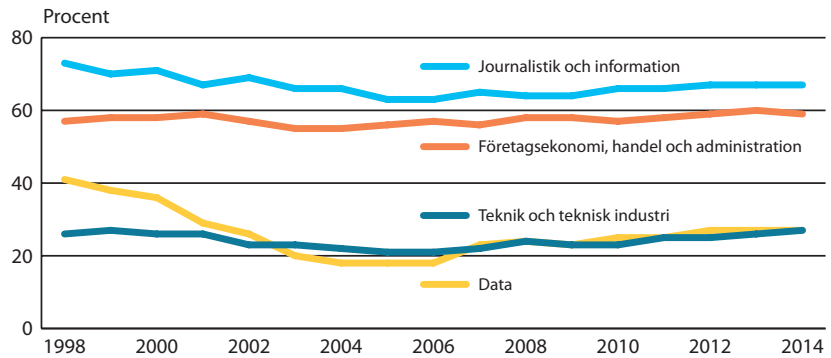
Utbildningsnivån hos kvinnor och män



Källa: Världsbanken. Kvinnor i högre utbildning relativt män. 100 betyder att lika många kvinnor som män har högre utbildning, över 100 betyder att fler kvinnor har högre utbildning än män.

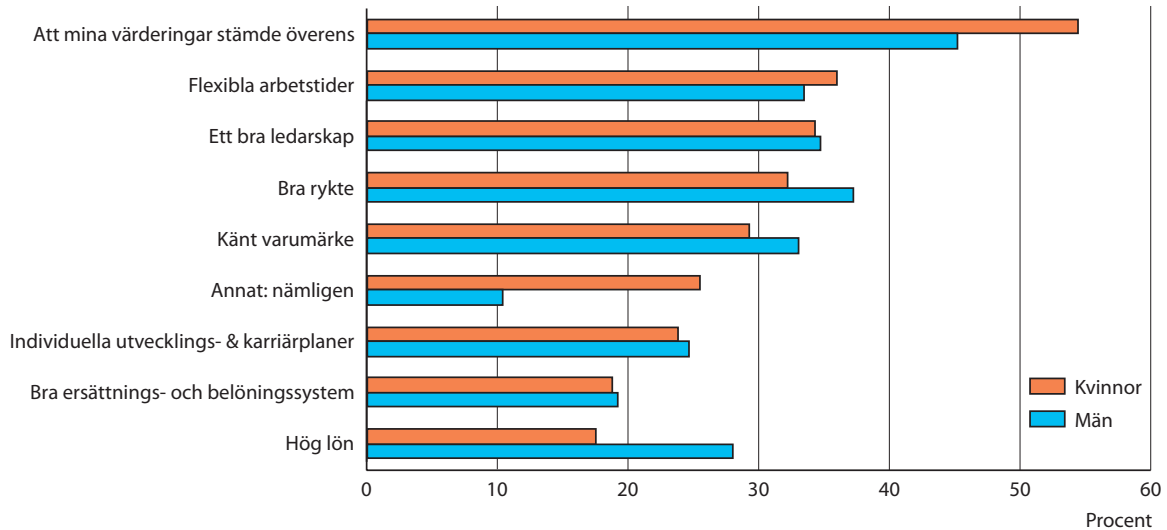
¹ Framtid för kvinnors företagande, Kairos Future, dnr 4521-2011-2605

Utbildning i data och teknik



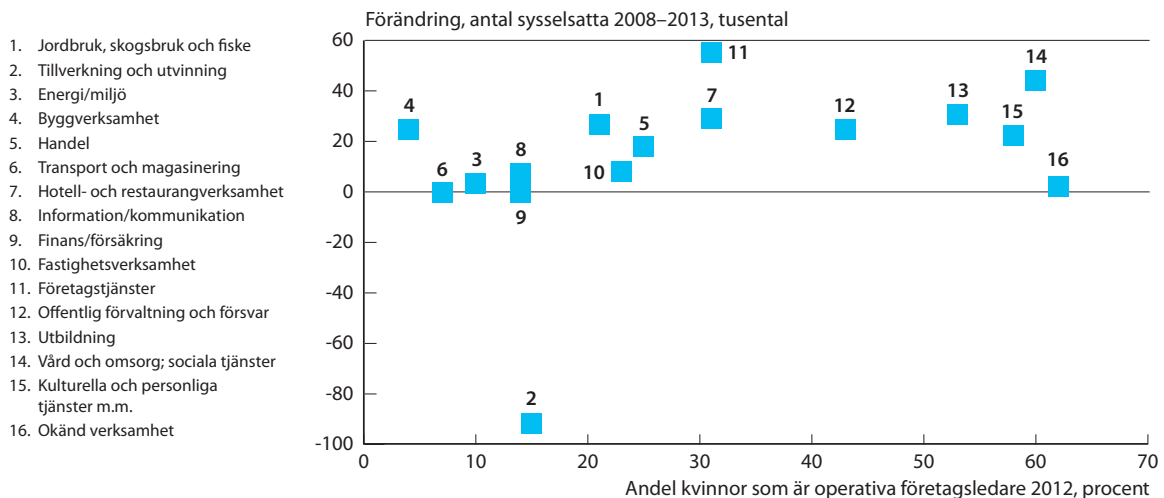
Källa: SCB Andel antagna kvinnor inom utbildningar med olika inriktning.

Värderings betydelse



Källa: Women Executive Search, WES, och Kairos Future 2014. Studien Stjärnkraft. Diagrammet visar svar på frågan: Vilka av följande aspekter var mest avgörande när du valde din senaste anställning (som ledare och chef)?

Branscher i omvandling



Källa: SCB, bearbetat av Kairos Future. Branscher, där en stor andel kvinnor är företagsledare, växer.

Vill du veta mer om kvinnors företagande och företagande på lika villkor?

[Ladda ner våra publikationer här.](#)

För att öka kunskapen och kvinnors företagade och företagsfrämjande på lika villkor har ett antal publikationer tagits fram under programperioden. Även publikationer från 1900-talet, då Nutek fick sitt första uppdrag att främja kvinnors företagande finns tillgängliga. Här följer några milstolpar bland publikationerna under 2007–2014:

INFO 0588

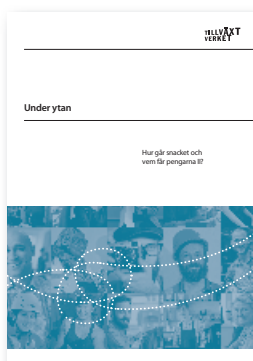


Öppna upp! Nationell strategi för ett företagsfrämjande på lika villkor 2015–2020, kortversion

Den nationella strategin visar vägen till hur statliga medel ska ge samma möjligheter till alla som vill starta, driva och utveckla företag inom alla branscher. En mångfald av företag och företagare inom en bredd av branscher bidrar till förnyelse och hållbar tillväxt i näringsliv och regioner.

RAPPORTVERSIONEN HAR INFO 0600

INFO 0602



Under ytan – hur går snacket och vem får pengarna II?

Rapporten sammanfattar resultaten från en studie om hur offentliga finansiärers bedömningar och värderingar av kvinnors och mäns företag färgas av stereotypa föreställningar om kvinnor och män.

INFO 0586



25 år med kvinnors företagande – från osynligt till drivkraft för tillväxt

Två pionjärer inom forskningen om kvinnors företagande, Carin Holmquist och Elisabeth Sundin, reflekterar kring utvecklingen av kvinnors företagande sedan 1990-talet.

INFO 0523



Vision hållbar tillväxt

Boken ger en bild av de mönster och utmaningar som måste hanteras för att insatser för att främja kvinnors företagande ska ingå i regionernas ordinarie regionala tillväxtarbete. Rapporten bygger på en analys av förstudier som de regionalt utvecklingsansvariga genomförde 2011–2012.

INFO 0416



Sminkad superhjältinna eller leende lagomföretagare?

Företagarförebilder i pressen. En mediaanalys genomfördes 2012 för att synliggöra hur kvinnor som driver företag gestaltas i press. Rapporten visar att antalet artiklar om kvinnor som driver företag har ökat markant, men också att kvinnor i ord och bild fortfarande gestaltas på ett stereotypt sätt.

INFO 0425



Kvinnors och mäns företagande – fakta och statistik 2012

Foldern ger fakta om kvinnors och mäns företagande utifrån enkätundersökningen Företagens villkor och verklighet 2012.

INFO 0124
REV A



Många miljarder blir det ... Fakta och nyckeltal om kvinnors företag

Rapporten ger en sammanfattande bild av kvinnors företagande och nya nyckeltal om kvinnors företag.

Övriga publikationer under 2007–2015

- Info 0600 *Öppna upp!* Nationell strategi för ett företagsfrämjande på likvärdiga villkor 2015–2020, rapportversion
- Info 0585 *Ambassadörerna för kvinnors företagande 2008–2014*
- Info 0587 *Under ytan* – hur går snacket och vem får pengarna II? faktablad
- Info 0594 *Mångfald i näringslivet* – Företagens villkor och verklighet 2014
- Info 0596 *Två steg fram och ett tillbaka?* En genusanalys av policy för kvinnors företagande i Norden
- Info 0598 *Ta tåten!* Lärdomar från kompetenshöjande insatser till företagsfrämjande aktörer, slutrapport
- Info 0597 *Utvärdering av sju pilotprojekt.* Lärdomar från jämställdhetsintegrering av företagsfrämjande verksamhet, slutrapport
- Info 0601 *Kartläggning av det företagsfrämjande systemet i Sverige*
- Info 0550 Rev A *Så här gör du!* – Guide för att jämställdhetsintegrera regionala projektmedel
- Info 0486 *Konsten att vara entreprenör* – för dig som vill utveckla ditt företag
- Info 0527 *Attityder till företagande bland kvinnor och män* (Entreprenörskapsbarometern 2012)
- Info 0487 *Konsten att vara entreprenör* – manual för ett affärsutvecklingsprogram i tio steg
- Info 0504 *Nu är det dags!* Betydelsefulla möten
- Info 0296 *Varför ska man främja kvinnors företagande?*
- Info 0328 *Till er tjänst* – designprocessen i ett tjänsteföretag
- Info 0297 *Future Management* – ett affärs- och ledarutvecklingsprogram för företagarkvinnor
- Info 0295 *Varför ska kvinnor starta företag?*
- Info 0284 *Ökat entreprenörskap vid universitet och högskolor* – insatser som gör det möjligt för studerande kvinnor att starta företag
- Info 0273 Rev A *Affärsänglar och riskkapital*
- Info 0245 *Ägarskiften* – insatser som ökar möjligheterna för kvinnor att ta över företag
- Info 0241 *Konsten att öka lönsamheten* – Handbok i affärsutveckling för kvinnor som driver företag
- Info 0234 *Stråhattar & batterier* – En bok om kvinnors entreprenörskap då och nu

- Info 0230 *Varför ska kvinnor starta företag inom vård och omsorg?*
- Info 0217 *Affärsutveckling ger tillväxt – exempel från 21 län*
- Info 0160 *Kunden i fokus – professionell affärsrådgivning.Handledning för utbildare*
- Info 0159 *Kunden i fokus – professionell affärsrådgivning. Kunskapsöversikt*
- Info 0157 *Tjänstesektorn – kvinnors och mäns företagande. Fakta och statistik*
- Info 0026 *Ta vara på entreprenörskraften – bjud in en företagare*
- Info 0028 Rev A *Kvinnors företagande – att göra nytta, göra möjligt och göra synligt*
- R 0034 *Kvinnliga affärsänglar – viktiga aktörer på den finansiella marknaden*
- Info 0041 *Varför ska kvinnor låna pengar?*
- R 2007:34 *Utfall och styrning av statliga insatser för kapitalförsörjning ur ett könsperspektiv*
- Info 052-2008 *Programplan Främja kvinnors företagande 2007–2009*
- Info 021-2007 *Programförslag att främja kvinnors företagande*

Publikationer på engelska

- Info 0607 *Eight years of Promoting Women's Entrepreneurship in Sweden*
- Info 0606 *Open up! – A national strategy for business promotion on equal terms 2015–2020*
- Info 0605 *Below the surface – what 's the talk and who gets the money II?*
- Info 0575 *Women's and men's enterprise in Sweden – The Situation and Conditions of Enterprises 2012*
- Info 0445 *Promoting Women's Entrepreneurship*
- Rapport 0041 *Women Business Angels – Essential Players on the Financial Markets*

Övriga publikationer

[Tempo nr 2, 2014 KOM 0650](#)

[Tempo nr 1, 2012 KOM 0343](#)

[Tempo nr 1, 2010 KOM 0070](#)

Filmer

[Här hittar du filmer om kvinnors företagande.](#)

**Tillväxtverket arbetar för att
stärka företagens konkurrenskraft.**

8 år med kvinnors företagande

Programmet Främja kvinnors företagande har genomförts under två programperioder 2007–2014. Vilka resultat och lärdomar finns om kvinnors företagande och företagsfrämjande på lika villkor?

Denna broschyr ger dig en överblick över insatserna för att främja kvinnors företagande sedan 2007 och en framtidsspaning om framtidens företagande och ledarskap.