



PASSIONS- DRIVNA SVERIGE

EN SKUGGRAPPORT TILL KREATIVA SVERIGE
AV PUNKS 2022

[punks.se]



PASSION DRIVEN
ECONOMY

D

en här rapporten kommer att lägga ett raster av passionsdriven ekonomi på utredningen Kreativa Sverige SOU 2022:44. Vi gör det för att vi tycker att det är något som skaver. Det handlar inte så mycket om vad som står i förslaget till den nationella strategin för främjande av hållbar utveckling för företag i kulturella och kreativa branscher. Tvärt om håller vi med om väldigt mycket! Det är vad som *inte* står i utredningen som har fått oss att skriva denna skuggrapport.

I kulturpolitiken är det idag ganska lätt att göra saker rätt: en utredning, en strategi och sedan implementera förslagen i staten, samt inspirera regioner och kommuner. Samtidigt är det en utmaning att göra rätt saker, för tänk om vi ställer fel frågor från början? Tänk om utredningen Kreativa Sverige handlar om att möblera om i ett hus som egentligen borde slå ut några väggar? Tänk om vi skulle behöva vara ännu modigare och öppna våra arbetsdagar mot nya perspektiv?

Vi tror att ett sådant perspektiv är kunskap om den passionsdrivna ekonomin.

För hur gör vi för att ta tillvara på det som människor verkligen brinner för - gnistor som kan bli verksamheter, företag och initiativ - som bidrar till ett bättre och roligare samhälle?

Och hur gör vi för att insatser för de kulturella och kreativa branscherna inte ska bli tomtebluss?

Rapporten är utgiven av organisationen PUNKS som jobbar för passionsdriven utveckling av näringsliv, kultur och samhälle i hela Sverige. För oss i PUNKS är passion mer än något trevligt och trivsamt. Det är en av nycklarna till det framtida samhälle där både vi och kommande generationer vill spendera våra liv.

Rapportförfattare: Mia Lindgren - affärsutvecklare med fokus kulturföretagande och kulturekonomi

Efter samtal med: Linda K Nordfors - konstnär och ekonomisk tänkare som upptäckt och formulerat den passionsdrivna ekonomin

Omslagsfoto: Oskars Sylwain - Unsplash

Utgiven av: PUNKS - Passionsdriven Utveckling av Näringsliv, Kultur och Samhälle
www.punks.se

© PUNKS 2022

INNEHÅLL

Vi fick ett brev...	5
Att inte köra i diket	6
Vad är passionsdriven ekonomi?	8
Kommentarer på Kreativa Sveriges sex strategiska områden	12
Ett mer passionsdrivet Sverige	15
Frågor som du kan ställa dig	16
Om PUNKS	17
En påminnelse	18
Ett efterord om hur det började	19

Kunskap om passionsdriven ekonomi är central när stat, region och kommun vill stödja och utveckla företag inom de kulturella och kreativa branscherna. Utan denna kunskap riskerar insatser att inte ge önskat resultat och Sverige slösar därmed på både offentliga resurser och på mänskliga resurser i form av idéer, initiativ och verksamheter som inte når sin fulla potential.

Idag är stödet till kulturella och kreativa branscher färgade av den marknadsdrivna logiken. Det innebär att de passionsdrivna aktörerna inte får hjälp med det som faktiskt är deras utmaningar. Många gånger kan marknadsdriven företagsutveckling till och med stjälpa istället för att hjälpa konstnärer, kreatörer och större företag, genom att det underminerar de egenskaper som aktörerna är så eftertraktade för.

För att minimera denna risk och för att börja prata om de stora fördelarna med den ekonomiska logik som de flesta inom de kulturella och kreativa branscherna befinner sig i har PUNKS skrivit denna skuggrapport till Kreativa Sverige SOU 2022:44.

Du som läser detta har troligtvis djup kunskap och lång erfarenhet av att arbeta med, eller att stödja de kulturella och kreativa branscherna, eller så är du ny på en tjänst med detta i ditt uppdrag. Kanske kommer du att börja tänka på varför du valde din livsriktning från första början? En gnista, en upplevelse eller en övertygelse som formade din karriär. Vi hoppas att denna rapport ger dig nya perspektiv och tankar som du har användning av i ditt arbete eller uppdrag.

VI FICK ETT BREV...

Hej Linda,

Jag såg just några videos där du pratade om Passionsdriven ekonomi och dess entreprenörer.

Jag måste säga att det är första gången någonsin som någon har satt fingret på hur jag känner att jag på många sätt faktiskt fungerar. Även om det inte beskrev mig helt hundra procentigt men tillräckligt nära för att jag skulle reagera!

Jag har de senaste åren kallat mig själv för "filmentreprenör" för att enklare beskriva vad jag gör, entreprenör för hur jag tänker och fungerar och film för att min passion länge varit just film. Inte kanske att se film - utan att skapa förutsättning för att filmproduktioner ska ske, eller ja, att utveckling ska ske. Så film har nog bara råkat bli det uttryck som min passion för utveckling fått synlighet i.

Har skrivit, producerat och regisserat ett par kortfilm, två långfilmer, skapat en kortfilmsfestival, en internationell långfilmsfestival, en ideell förening för att skapa regional utveckling inom rörlig bild, ett filmbranschforum, flera förstudier om att utveckla en region genom att investera i filmproduktioner och nu driver jag ett regionalt näringsprojekt för att främja filmnäringen i Blekinge och södra Sverige.

Jag ska prata på KKN-konferensen i Hässleholm och såg en video i anslutning till det och nu ser jag att du också ska prata där. Jag hade egentligen tänkt resa till London för att prata nationella produktionsrabatter på ett evenemang där men valde Hässleholm eftersom Region Blekinge insisterade. Innerst inne erkänner jag att jag initialt kanske jag hellre hade velat va i London än Hässleholm, men nu när jag sett din video och ser att du ska vara på plats så tänker jag att London får vänta.

Jag ser fram emot att träffa dig, jag tänker att det kan bli ett spännande möte och samtal som kan uppstå.

Ha en fin dag!

Bästa hälsningar/All the best,
Henrik JP Åkesson Ruben

ATT INTE KÖRA I DIKET

Det här brevet är bara ett av alla de vittnesmål som vi har tagit del av genom åren. Musiker, filmare, slöjdare, bildkonstnärer, spelutvecklare och dansare som inte känner att de passar in i de vanliga näringslivssatsningarna. Som jobbar på och hittar sina vägar med hjälp av branschorganisationer och kollegor, men inte genom de breda stödsystemen som riktar sig till Sveriges företagare.

Notera hur Henrik i brevet ovan har skapat ett eget ord, i det här fallet "filmentreprenör", för att hitta en term som beskriver hans yrkesroll. Detta är ett vanligt fenomen hos passionsdrivna aktörer, att man närmar sig marknadsdrivna termer, men känner instinktivt att man vill göra dem "till sina egna".

Vad innebär det för de kulturella och kreativa branscherna att aktörerna gång efter annan inte kan identifiera sig i de befintliga stödstrukturerna?

Vad innebär det att verka inom de kulturella och kreativa branscherna – att vara företagare och samtidigt arrangerar festivaler, starta föreningar, vara kombinatör och initiera projekt. Och hur syns denna rikedom av arbetsätt och personlig kompetens i stödet till branschen?

Att inte förstå hur den ekonomiska strukturen ser ut för det stora flertalet inom de kulturella och kreativa branscherna gör att rekommendationer som på pappret ser bra ut kan leda till att en kör i diket.

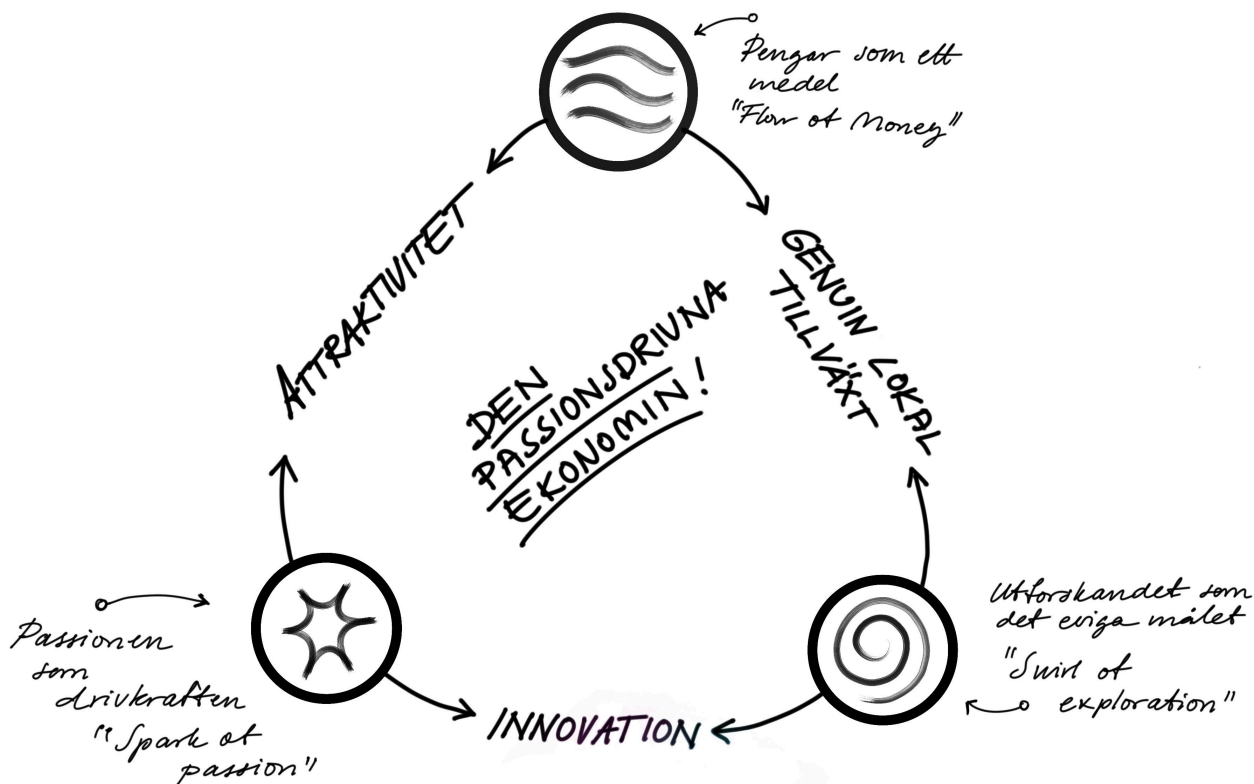
Konsekvenser av att nuvarande redskap och metoder för affärsutveckling, som kontinuerligt distribueras med skattefinansierade satsningar, inte passar för passionsdrivna aktörer inom de kulturella och kreativa branscherna medför bla:

- Att många verksamheter har lägre aktivitet än de själva skulle önska
- Att fler ser kommuner, regioner och stat som finansiärer, ej samarbetspart
- Att många passionsdrivna affärsidéer inte blir företag
- Att många passionsdrivna företag inte når den marknad som deras tjänster eller produkter har potential för

Vi vill inte att kulturpolitiska satsningar ska köra i diket.

Istället vill vi att mångfald och oberoende ska prägla denna bransch. En mångfald och ett oberoende som kommer av att aktörerna själva har förmåga att skapa en mångfald av finansieringsformer och affärsmodeller i linje med sina egna värderingar och drivkrafter.

Och det är här som förståelsen för den passionsdrivna ekonomin kommer in i bilden...



AV
Linda K Nordfors

VAD ÄR PASSIONSDRIVEN EKONOMI?

En passionsdriven verksamhet - i stor eller liten skala - är initierad och/eller huvudsakligen utformad utifrån vad som engagerar människorna bakom den. Drivkraften och värdegrunden är förutsättningen för att verksamheten ska existera. Den är därför affärskritisk.

Passionsdriven ekonomi kan kännas igen och definieras genom tre grundprinciper¹:

1. PASSIONEN ÄR DRIVKRAFTEN, INTE MARKNADEN

Passionsdrivna aktörer bygger sin affärsverksamhet runt något som på ett personligt plan är väldigt engagerande, viktigt och angeläget och därför spelar stor roll för dem. Det är inte marknadens behov som styr vad aktören gör i sin verksamhet.

2. PENGAR ÄR ETT MEDEL, INTE ETT MÅL

I den passionsdrivna verksamheten är pengar ett sätt att ta sig någonstans, pengar i sig är inte en drivkraft eller ett mål. För den passionsdrivna aktören finns andra kvaliteter, värderingar eller principer som är viktigare än ökad vinst.

3. DET ÖVERGRIPANDE MÅLET ÄR ATT UTFORSKA, INTE EVIG TILLVÄXT

Passionsdrivna aktörer är fokuserade på ett evigt utforskande som ofta både är utåtriktat och inåtriktat mot den egna personen i sin verksamhet. Intresset ligger inte primärt i att skapa en evig tillväxt utan att fortsätta att undersöka det som en är passionerad kring.

När alla dessa tre principer uppfylls är en aktör en del av den passionsdrivna ekonomin.

När alla dessa tre principer uppfylls bidrar aktören även till de positiva samhällseffekter som de kulturella och kreativa branscherna är så eftertraktade för.

¹ Ovanstående beskrivning utgår från Linda K Nordfors definition av den passionsdrivna ekonomin

MARKNADSDRIVEN VS. PASSIONSDRIVEN

Nedan har vi summerat några av den marknadsdrivna och den passionsdrivna ekonomins signalement samt ett urval av deras respektive framgångsfaktorer. Kom dock ihåg - den passionsdrivna och den marknadsdrivna ekonomin ska inte ses som varandras motsatser - de är snarare en sorts kusiner. Båda ekonomierna skapar nya företag, arbetstillfällen och skatteintäkter. Många aktörer verkar också inom båda dessa ekonomier parallellt.

IGENKÄNNINGSFAKTORER

Marknadsdriven	Passionsdriven
Pengar är ett mål. Verksamheten designas primärt för att generera medel och gå med vinst.	Pengar är ett medel. Medel används primärt för att bära och utveckla verksamheten.
Marknaden är drivkraften. Verksamheten startas och utformas för att möta marknadens behov.	Passionen är drivkraften. Verksamheten startas och utformas utifrån aktörens passion och drivkraft.
Tillväxt är metoden för att nå framgång. Framgång ses generellt sett som ökad omsättning, större marknadsandelar och högre vinst.	Utforskandet av produkter/tjänster i den egna verksamheten är i sig ett mål. Framgång definieras olika av olika aktörer.
Särskiljs och definieras enligt <i>vad</i> de gör (bransch) eller <i>hur</i> de gör det (t ex digitalisering).	Särskiljs och definieras enligt <i>varför</i> de är verksamma. Ofta är verksamheterna branschöverskridande.
Kvalitet är relativt, det handlar om att tillhandahålla rätt kvalitet till rätt kund till rätt pris i relation till marknaden i övrigt.	Kvalitet definieras i större utsträckning av aktören själv utifrån egna principer, inte i relation till vad andra kan eller gör.

GENERELLA FRAMGÅNGSFAKTORER

Marknadsdriven	Passionsdriven
Att kontinuerligt kunna marknadsanpassa sin verksamhet, gärna snabbare än konkurrenterna.	Att kontinuerligt kunna omsätta sin drivkraft/passion till produkter och/eller tjänster i sin verksamhet, i den takt som aktören själv väljer.
Att affärsutveckla utifrån och in. Börja med hur marknadens efterfrågan ser ut, och utveckla verksamhetens tjänster och produkter i enlighet med behoven.	Att affärsutveckla inifrån och ut. Börja med aktörens/aktörernas drivkrafter och översätta dem till tjänster och produkter som aktörerna brinner för att leverera.
Att satsa på en entydig och effektiv affärsmodell.	Att satsa på flera affärsmodeller med kompletterande intäktskällor. Dvs aktören behöver ofta flera kompletterande affärsmodeller för att skapa en ekonomiskt stabil verksamhet.
Att tillämpa specialisering, effektivisering, standardisering och rationalisering.	Att tillämpa och beskriva värdet av de tillvägagångssätt som aktören själv attraheras av.
Att prissätta genom att förstå och även kontrollera utbud och efterfrågan.	Att prissätta genom att kunna översätta det värde verksamheten har för aktören själv, till en prisbild och ett värde som kunden kan förstå och relatera till.
Att designa och utföra en säljprocess som är effektiv och ändamålsenlig.	Att designa och utföra en säljprocess som är i linje med aktörens egna värderingar.
Att kommunicera hur den egna produkten och/eller tjänsten är unik. (USP)	Att kommunicera hur den egna produkten och/eller tjänsten är relevant och värdeskapande för köparen. (Common Ground).

NÅGRA FÖRTYDLIGANDEN

Passionsdrivna aktörer kan verka inom många olika branscher. Hälsa, mat- och livsmedel, skogsnäring, besöksnäring, socialt entreprenörskap, evenemang, restaurang, journalistik och tech är några branscher där passionsdrivna aktörer driver verksamheter. Och så klart de kulturella och kreativa branscherna. Detta medför att om befintliga stödstrukturer uppdateras för att kunna möta kulturella och kreativa branscher så kommer det även att gynna andra branscher.

Aktörer inom den passionsdrivna ekonomin kan både utgöras av den skapande kärnan, de som gör konsten och kulturen, och av distributörer, arrangörer, producenter och liknande roller.

Alla aktörer inom de kulturella och kreativa branscherna är inte passionsdrivna aktörer. Det finns också marknadsdrivna aktörer som utgår från marknadens behov vid utformandet av produkter och tjänster och som vinner sin framgång genom specialisering, effektivisering och standardisering. De får ofta mycket bra och relevant stöd i de befintliga stödfunktionerna.

Det finns passionsdrivna människor i alla verksamheter, men alla dessa jobbar inte inom den passionsdrivna ekonomin. Vi behöver skilja på människor som älskar sitt jobb och på människor som låter sin passion färga av sig på sin affärsidé, ekonomiska beslut och kundgruppsval, för att nämna några affärskritiska beslut. Medan passionsdrivna människor ofta skapar stora värden var de än befinner sig, skapar aktörer i passionsdriven ekonomi just de samhällseffekter som kulturella och kreativa branscher är så eftertraktade för: social hållbarhet, innovation, attraktivitet och lokal genuin tillväxt.

Att den passionsdrivna ekonomin ser pengar som ett medel och inte ett mål innebär inte att de inte kan vara vinstdrivande.

Passionen i den passionsdrivna ekonomi är inte någon grädde på moset. Det är en absolut affärskritisk förmåga. Aktörens kapacitet att förvalta och sälja sin passion är det som skapar alla passionsdrivna verksamheters fundament.

KOMMENTARER PÅ KREATIVA SVERIGES SEX STRATEGISKA OMRÅDEN

Intresset och engagemanget för utredningen Kreativa Sverige har under året visat vilken längtan det finns av att diskutera hur konst, kultur och kreativitet ska bidra till Sveriges utveckling framöver. Utredningen sätter också fingret på de stora behov som företag i dessa branscher har för att kunna fortsätta att skapa värde. Branscherna behöver den strategiska långsiktighet som var utredningens uppdrag.

Att på Kreativa Sverige lägga till kunskap om den passionsdrivna ekonomin leder till ännu djupare förståelse för företagens utmaning, behov och potential. Vi menar att det är vad som behövs för att Sverige ska vara ett land där dessa branscher blomstrar och därmed bidrar till vår välfärd och ett hållbart samhälle.

Nedan följer våra kommentarer på Kreativa Sveriges sex strategiska områden.

1. TYDLIGT TVÄRPOLITISKT ANSVAR FÖR KUNSKAP, SYNERGIER OCH SAMVERKAN

Att de kulturella och kreativa branscherna berör flera politikområden är sedan länge känt. Att branscherna hamnar mellan stolarna eller att stöd inte når fram till företagen är också känt. Ett tvärpolitiskt ansvar är därför både rimligt och önskvärt.

Men, för att olika politikområden ska förstå potentialen i dessa företag utifrån sitt uppdrag behövs kunskap om passionsdriven ekonomi hos alla som arbetar med de kulturella och kreativa branscherna. Kunskap om marknadsdriven ekonomi får vi med modersmjölken, men för att skapa nya synergier och ny samverkan behövs nya perspektiv och ny kunskap.

Hur exempelvis dynamiken i den passionsdrivna ekonomin kan bidra till attraktivitet, innovation och genuin lokal tillväxt väcker troligtvis intresse hos fler politikområden än enbart närings- och kulturpolitik.

2. FÖRNYELSE AV RÅDGIVNING, KAPITALFÖRSÖRJNING OCH INNOVATIONSSTÖD

Affärsutveckling som passar för passionsdrivna aktörer sker idag främst i regionala projekt, på kulturinkubatorer och av enskilda affärsutvecklare. Insatserna är spridda och rymmer få aktörer i förhållande till antalet verksamma. För ett diversifierat affärs- och

samhällsliv och ett levande kulturliv, behöver anpassningar och tillägg av stödsystemen ske som går i linje med dessa aktörers verksamhetslogik.

De flesta befintliga rådgivningsstrukturer har som sagt svårt att fånga upp denna grupp av företagare då den marknadsdrivna logiken är så härskande. Många passionsdrivna aktörer som vi talat med vittnar om hur de avstår från att söka hjälp med att utveckla sin affär eftersom de inte vill höra fler förslag om anpassning som vägen till framgång. Att bryta detta kräver tydlig viljeyttring från politiken. Det tar också tid att ställa om befintliga strukturer, med hyllmil av forskning i ryggen. Här behövs både mod och inlevelseförmåga att se potentialen när företag får möjlighet att utvecklas utifrån inre drivkrafter.

3. LÅNGSIKTIGT OCH SNABBT PÅ UPPHOVSRÄTTENS MARKNAD

Självklart behövs fler insatser kring tryggad upphovsrätt för att en större del av den ekonomiska kakan ska kunna gå till upphovspersonen, inte bara till distributörer i olika led. Men att tala om en kunskapsbrist som kan lösas genom rådgivning och utbildning är att inte ta in problemets vidd. Ett större problem är när internationella digitala distributionsplattformar inte lämnar några utrymmen att ställa krav eller säga nej för mindre aktörer.

Många aktörer upplever att de rör sig i ett landskap där det inte ens är tydligt vilket lands lagar som gäller.

Vi menar att den digitala försäljnings- och distributionsmarknaden behöver konkurrensutsättas med initiativ som kommer från den kulturella och kreativa branschen själv.¹ Dessa initiativ kan se olika ut, med olika stor grad av innovation – från den enskilde företagaren som ställer om delar av sin verksamhet till nya digitala tjänster till helt nya digitala intäktsmodeller som har påverkan på andra i branschen.

4: EXPORT, INTERNATIONALISERING OCH VÄRDESKAPANDE UTOMLANDS

I denna punkt håller vi helt med Kreativa Sverige! Om exportfrämjande insatser inte fungerar för de här branscherna missas en stor potential i att ta tjänster och produkter utanför Sveriges gränser. För det enskilda företaget kan export ge flera intäktsben att stå på och därmed en ökad resiliens. Storleken på verksamheten borde inte spela någon roll för tillgången till stöd. Även solo- och små företag driver verksamheter som kan fungera mycket väl på en internationell marknad, om det är vad en vill.

¹ PUNKS utbildar med stöd från Kulturrådet aktörer i att kunna skapa dessa initiativ.

Mycket av kunskapen om export kan vara samma oavsett vilken ekonomisk logik en är verksam inom. Lagar, momshantering och olika länders handelsavtal är kunskap som alla aktörer som vill internationalisera sig behöver få del av och denna kan mycket väl distribueras av nuvarande exportfrämjare. Men för att företag inom de kulturella och kreativa branscherna ska känna sig välkomna och adresserade behöver deras affärslogik bli förstådd och inkluderad.

5: HÅLLBAR ARBETSMARKNAD OCH KOMPETENSFÖRSÖRJNING FÖR ALLA

Trygghetssystem behöver självklart omdanas till nutiden och det är förvånande att detta inte redan är på plats. Det är en del av ett hållbart arbetsliv att kunna få del av det trygghetssystem som alla som jobbar bidrar till genom att betala skatt.

När det gäller kompetensförsörjning så vill vi återknyta till tredje punkten i definitionen av passionsdriven ekonomi: det eviga utforskandet. Utforskandet kan ske i det som en är passionerad kring, kärnan i ens arbete, men även de arbetsuppgifter som jobbet kräver.

Företagskurser i konstnärliga utbildningar eller andra utbildningar som de som kommer att jobba inom kultur och kreativitet går, behöver så klart innehålla kunskap om hur en verkar inom passionsdriven ekonomi. Vi tror att alla som gått en utbildning i kultur där ekonomi ingått vet vad vi pratar om. Och ni som inte gjort det har nog förstått vid det här laget att det finns bättre och sämre sätt att kompetensutveckla de här branscherna.

6: PLATSENS BETYDELSE FÖR KULTURELLA OCH KREATIVA VERKSAMHETER (OCH TVÄRT OM)

Kreativa Sverige beskriver att majoriteten av kulturföretagen är oberoende av plats, särskilt soloföretagen. Vi skulle vilja nyansera det och snarare beskriva det som att kulturföretagen ofta väljer sin plats med omsorg men på andra kriterier än när konventionella marknadsdrivna verksamheter väljer plats. Därmed finns kulturföretagen också över hela landet - i storstad, småstad och landsbygd. De finns där de *vill* finnas.

Att de här företagen bidrar till genuin lokal tillväxt gör att skattepengarna och arbetstillfällena stannar lokalt, regionalt och nationellt. Att, som Kreativa Sverige skriver på sidan 72 *"Fler människor och företagare kan tänkas vilja bo och verka på en plats där det finns verksamheter inom kulturella och kreativa branscher. Inte minst ännu fler kulturella och kreativa företagare."* visar att attraktivitet följer i spåren av dessa branscher. Den kommun som ger förutsättningar till att vara verksam kulturskapare exempelvis genom klusterbildning kan förvänta sig gynnsam effekt för lång tid framöver.

ETT MER PASSIONSDRIVET SVERIGE

För att skapa förutsättningar för ett mer passionsdrivet Sverige föreslår PUNKS:

1. Att passionsdriven ekonomi ses som en tillämpbar modell för att utveckla och förstå de kulturella och kreativa branscherna.
2. Att kontinuerlig passionsdriven affärsutveckling erbjuds aktörer inom de kulturella och kreativa branscherna år efter år utan kostnad.
3. Att grundutbildning i passionsdriven ekonomi är starkt rekommenderad för alla offentligt anställda som arbetar med de kulturella och kreativa branscherna och som vill samarbeta med verksamma i dessa branscher.
4. Att samtliga befintliga stödsystem för företagsutveckling bör vara diplomerade i passionsdriven affärsutveckling.
5. Att forskning inom passionsdriven ekonomi premieras och initieras.

Görs detta kan Sverige ta en internationell ledande position som passionsdriven nation.

FRÅGOR SOM DU KAN STÄLLA DIG

Om du arbetar på statlig, regional och kommunal nivå så kommer här några frågor som du kan ställa dig, eller diskutera i ert arbetslag, för att utveckla din syn på de kulturella och kreativa branscherna utifrån ett passionsdrivet synsätt.

- Vet vi vilka som är passionsdrivna aktörer i vår region eller kommun?
- Kommer vi på exempel på några passionsdrivna aktörer? Vilka branscher tillhör de?
- Om det nu är så att de passionsdrivna aktörerna skapar mest samhällsnytta när de inte behöver anpassa sig - vad händer då när det offentliga beställer kultur med för tydliga ramar?
- Är det intressant att satsa på en bransch som inte har evig tillväxt som mål?
- Vad skulle det leda till om vi gav plats till passionsdrivna aktörer för att motverka centrumdöden som sker i flertalet svenska städer?
- Hur ska vi förstå vad passionsdrivna aktörer vill och drömmer om?
- Vad behöver de passionsdrivna aktörerna i vårt område för att kunna göra sina jobb? Och vad behöver vi för att göra vårt jobb för de passionsdrivna aktörerna?

OM PUNKS

Vi heter det vi arbetar för – Passionsdriven Utveckling av Näringsliv, Kultur och Samhälle. Vi är en nationell, ideell och branschoberoende förening med en tredelad verksamhet:

1. PASSIONSDRIVEN AFFÄRSUTVECKLING

Ett av PUNKS mål är att så många aktörer som möjligt inom den passionsdrivna ekonomin ska bli framgångsrika inom sina respektive fält i linje med sina värderingar. PUNKS erbjuder därför passionsdriven affärsutveckling till de kulturella och kreativa branscherna likväl som till passionsdrivna aktörer i andra branscher.

2. KUNSKAP OCH INSPIRATION TILL TJÄNSTEPERSONER OCH POLITIKER

PUNKS erbjuder stöd till Sveriges kommuner och regioner genom att utbilda tjänstepersoner och politiker, ge rådgivning och skriva rapporter. Vi vill förenkla för det offentliga att skapa ett levande kultur- och samhällsliv samtidigt som fler jobb och ökat företagande stimuleras inom den passionsdrivna ekonomin.

3. DIGITAL PLATTFORM

Nu byggs Sveriges första digitala plattform för passionsdriven affärsutveckling som lanseras våren 2023. Plattformen möter upp behovet av ett nationellt helhetsgrepp kring frågan om passionsdriven affärsutveckling och i förlängningen fördjupad forskning i ämnet. Plattformen kommer att innehålla affärsutvecklingsstöd till passionsdrivna aktörer genom metoder och know-how. Den kommer även att vara en resurs för Sveriges kommuner och regioner som kommer kunna ta del av statistik, projekt och verksamma i realtid vilket ger möjlighet till skarpare analyser och därmed tydligare utvecklingsområden och enklare prioriteringar. Plattformen utvecklas i nära dialog och med stöd från Destination Eskilstuna och med finansiering av Kulturrådet.

NÄSTA STEG..

Vill du fortsätta att utveckla din kunskap tillsammans med PUNKS? Maila nyfiken@punks.se för ytterligare information om våra produkter och tjänster eller se punks.se.

EN PÅMINNELSE

Slutligen vill vi påminna om att förståelsen för passionsdriven ekonomi både är lätt och svår. Du som läser detta kanske instinktivt känner igen dig i logiken kring denna ekonomi och får upp bilder över olika passionsdrivna aktörer i din närhet. Samtidigt tar det tid att på djupet tänka sig in i vad en strategisk satsning på passionsdrivna aktörer skulle kunna leda till för en kommun, region eller stat. Kom ihåg att det inom konventionell marknadsekonomi finns hyllmil med litteratur medan vi är precis i början av att dokumentera, forska och utforma passionsdriven ekonomi - trots att den funnits så länge.

Vi på PUNKS välkomnar era erfarenheter. Vår intention är att vara en hub för den här kunskapen, och vi vet att mycket av kunskapen, exemplen och casen finns hos er.

Så ta dig tid att se dig omkring efter passionsdrivna verksamheter, håll dig uppdaterad via PUNKS nyhetsbrev och låt oss kroka arm mot en mer passionsdriven värld!

ETT EFTERORD OM HUR DET BÖRJADE

Jag satt på vardagsrumsgolvet, nyss hemkommen efter att ha hållit en workshop i konsten att sälja för KKN:are. Åter hade jag upplevt att något... fattades. Försökte förklara för en vän vad jag anade. Att de som kom på föreläsningarna och workshoparna *var som jag*. Och att vi alla delade upplevelsen av *att vi var annorlunda*.

"Men vad *skiljer* dem från vanliga marknadsdrivna företagare?" undrade min vän. "De är inte marknadsdrivna!" utbrast jag. "De är..." jag letade efter ordet "...passionsdrivna!"

Där och då kanske man kan säga att jag namngav den "passionsdrivna ekonomin". Jag tror det var 2017. Men egentligen började upptäckten av denna ekonomiska dynamik långt innan, i början av 2000-talet, när jag som ung konstnär följde min passion och grundade en konstbyrå. Det beslutet gjorde att jag närgående fick frotera mig med den rena och skära skräck som själva säljarbetet förde med sig. *Varför var det så jobbigt att få nej?* Jag märkte det också i mötet med rådgivarna på ALMI och Nyföretagarcentrum, som liksom antog att anpassning skulle vara min väg till framgång. *Varför vill alla att jag anpassar mig?* Undrade jag och höll minen. *Och varför känns det så fel?* Det kändes också in på huden hur frågor kring pengar skapade stress och osäkerhet av nästan oproportionerliga mått. Att ange ett pris eller förhandla fick mig under många år att svettas ymnigt.

Så när jag satt där på golvet, omgiven av spretiga mindmapps och anteckningar kring hur mitt eget och andra "KKN-ares" företagande verkade fungera, blev ordet "passionsdriven" mer än en etikett. Det var nyckeln till att börja förstå en hel ekonomi - den passionsdrivna ekonomin. Det är en ekonomi som har sin egen logik, sin egen dynamik, sina egna utmaningar och styrkor. Jag har under föreläsningar och workshops i många kommuner och regioner mött flera hundra passionsdrivna aktörer och en hoppfull iakttagelse är; Många av de utmaningar som vi passionsdrivna aktörer har upplevt som personliga svårigheter eller individuella nederlag är i verkligheten konsekvenser av en ekonomisk dynamik. Det är med andra ord inte bara jag som har drabbats av prissättningsångest. Och det finns framgångsfaktorer för oss alla att använda oss av.

Jag tänker, att bygga ett kreativt Sverige utan förståelse för den passionsdrivna ekonomin är som att försöka skapa en industrination utan att förstå den marknadsdrivna ekonomin. Vi i PUNKS arbetar inte bara för att gynna ett kreativt

Sverige, utan för ett passionsdrivet! Vi hoppas att denna skuggrapport kan vara ett steg i rätt riktning.

Linda K Nordfors

P.S.

Du har säkert noterat det; Det står "upptäckte" den passionsdrivna ekonomin. Inte "uppfann". Den passionsdrivna ekonomin är inget nytt. Jag har inte skapat den, utan endast definierat och schematiskt börjat återge den verklighet som redan finns. En verklighet som jag, och kanske du, redan är en del av.

[punks.se)