



**Yttrande över motion av David Lega (KD) om att utveckla företagslotsens arbete genom informationsinsatser**

Till Göteborgs kommunfullmäktige

**Kommunstyrelsens förslag**

Kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar:

Den av David Lega väckta motionen anses besvarad med hänvisning till yttrandet från Business Region Göteborg AB.

----

Vid behandlingen av ärendet i kommunstyrelsen förekom skiljaktiga meningar:

Ordföranden Ann-Sofie Hermansson (S) yrkade att motionen skulle anses besvarad med hänvisning till yttrandet från Business Region Göteborg AB.

David Lega (KD) yrkade bifall till yrkande från KD, M och L den 7 mars 2018.

Vid omröstning röstade Mariya Voyvodova (S), Ulf Kamne (MP), Daniel Bernmar (V), Marina Johansson (S), Johan Nyhus (S), tjänstgörande ersättaren Karin Pleijel (MP) och ordföranden Ann-Sofie Hermansson (S) för bifall till Ann-Sofie Hermanssons yrkande.

Jonas Ransgård (M), Helene Odenjung (L), David Lega (KD), Kristina Tharing (M) och Hampus Magnusson (M) röstade för bifall till David Legas yrkande.

Lars Hansson (-) avstod från att rösta.

Kommunstyrelsen beslutade med sju röster mot fem att bifalla ordföranden Ann-Sofie Hermanssons yrkande.

Lars Hansson (-) antecknade till protokollet att han inte deltog i beslutet.

Göteborg den 7 mars 2018  
Göteborgs kommunstyrelse

Ann-Sofie Hermansson

Lina Isaksson

## **Motion av David Lega (KD) om att utveckla företagslotsens arbete genom informationsinsatser**

### **Förslag till beslut**

I kommunstyrelsen och kommunfullmäktige

Att bifalla motionen

### **Ärendet**

Företagsklimatet i Sveriges kommuner rankas årligen av olika organisationer. I Svenskt Näringslivs rankning har Göteborg 2017 plats 206 av Sveriges 290 kommuner. Det kan jämföras med 2009, när Göteborg låg på plats 70. I Göteborg finns Skandinaviens största hamn, flera mycket stora företag, universitet och teknisk högskola, närhet till flygplats och förhållandevis goda kommunikationer. Staden är dessutom landets näst största. Med dessa förutsättningar borde stadens placering borde vara betydligt bättre.

Göteborgs stad har genom olika förvaltningar och bolag dagligen mängder av kontakter med företag. Det kan handla om tillsynsärenden, upphandlingar och bygglov. Insatser för att förbättra företagsklimatet måste därför göras av alla delar i kommunen, men ansvaret för Göteborgs strategiska näringslivsarbete ligger på Business Region Göteborg (BRG). Den nu aktuella motionen av David Lega syftar inte till att styra enskilda anställdas arbetsuppgifter, utan att ge BRG ett uppdrag att arbeta uppsökande för att informera om det stöd staden kan utgöra för nystartade företag och företag som efter ett par år kan behöva hjälp att komma vidare i sin utveckling. BRGs styrelse och bolagsledning ansvarar för utförandet av detta uppdrag.

**Tjänsteutlåtande**

Utfärdat 2018-02-07

Diarienummer 1399/17

Handläggare

Hedwig Andrén

Telefon: 031-368 02 33

E-post: hedwig.andren@stadshuset.goteborg.se

## Motion av David Lega (KD) om att utveckla företagslotsens arbete genom informationsinsatser

### Motionen

David Lega (KD) föreslår att kommunfullmäktige uppdrar till Business Region Göteborg AB (BRG) att utveckla företagslotsens arbete genom informationsinsatser.

Göteborg har genom Business Region Göteborg (BRG) en så kallad företagslots som hjälper företagare att hitta rätt i kommunen. Kristdemokraterna anser att det är en bra och välbehövlig verksamhet men att den kan utvecklas ytterligare. Motionären vill att BRG gör informationsutskick med information om att företagslotsar finns och vilken hjälp de kan bistå med till nystartade företag med säte i Göteborgs stad utifrån registreringar hos Bolagsverket. Som exempel kan en avstämning mot Bolagsverket göras varje månad och därefter skickas information till de nyregistrerade företag som finns.

David Lega (KD) menar vidare att det startas många företag i Göteborg men överlevnaden är en kritisk fråga. Företagsakuten är en verksamhet som finns för att stödja företag som har ekonomiska problem. För att fler företag ska överleva vill vi att BRG efter två år återigen hör av sig till företag med information om exempelvis företagslotsen och företagsakuten så att företagaren är medveten om att verksamheterna finns om problem skulle uppstå.

Att marknadsföra det stöd och den hjälp som finns att få i Göteborg är ett steg som bidrar till en förbättring.

### Remissinstanser

Motionen har remitterats för yttrande till Business Region Göteborg AB.

| Remissinstans               | Beslut   | Kommentar  |
|-----------------------------|--|--|
| Business Region Göteborg AB | Anser motionen besvarad med bolagets yttrande. | Sedan några år tillbaka har BRG och några av stadens förvaltningar med många företagskontakter bedrivit ett gemensamt förbättringsarbete i företagsklimatfrågan. |

## **Ekonomiska konsekvenser**

BRG anför att valet av distributionskanal har påverkan på kostnaden för informationsutskick.

## **Barnperspektivet**

Stadsledningskontoret har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån detta perspektiv.

## **Jämställdhets- och mångfaldsperspektivet**

Stadsledningskontoret bedömer att ur ett jämställdhets- respektive mångfaldsperspektiv är det viktigt att information om hjälp och rådgivning till nya företagare målgruppsanpassas.

## **Miljöperspektivet**

Digitala kanaler för information medför mindre miljöpåverkan än traditionell postbefordran.

## **Omvärldsperspektivet**

Många kommuner har riktad information till nystartade företag. Vanligast i Göteborgsregionen är fortfarande traditionella brevutskick, främsta anledningen är att det är svårt att få heltäckande e-postinformation med tillräcklig kvalitet. Dessa tjänster utvecklas dock kontinuerligt. Några kommuner genomför dessutom särskilda informationsmöten för nya företagare.

Hedwig Andrén

Ärendesamordnare

Jessica Granath

Avdelningschef

### **Bilagor:**

- 1 Motionen
- 2 Business Region Göteborg AB:s handlingar

## Handling 2017 nr 190

---

### Motion av David Lega (KD) om att utveckla företagslotsens arbete genom informationsinsatser

Göteborg den 19 oktober 2017

Kommunens allra viktigaste uppgift är att säkerställa att det finns välfärd med god kvalitet. Tyvärr kan vi konstatera att välfärden i Göteborg har stora problem. För att förbättra kvaliteten krävs att de resurser som finns riktas mot välfärdsverksamheterna, och att resurserna blir fler. Nyckeln till att skapa fler resurser är jobb, och nyckeln till jobb är fler och välmående företag. Då krävs det ett bättre företagsklimat.

Företagsklimatet i Sveriges kommuner rankas årligen av olika organisationer. I Svenskt Näringslivs ranking har Göteborg 2017 plats 208 av Sveriges 290 kommuner. Det kan jämföras med 2009, när Göteborg låg på plats 70. I Göteborg finns Skandinavien största hamn, flera mycket stora företag, universitet och teknisk högskola, närhet till flygplats och förhållandevis goda kommunikationer. Staden är dessutom landets näst största. Kristdemokraterna tycker att stadens placering borde vara betydligt bättre med tanke på de förutsättningar vi har.

Stora företag är viktiga, men vi vet att 9 av 10 arbetstillfällen skapas i små och medelstora företag. Det är också bland dessa som missnöjet med kommunen är störst, vilket avspeglas i SKL:s mätning Insikt. En orsak till detta kan vara att små företag har svårare att orientera sig i kommunens organisation, där det ofta krävs kontakt med olika avdelningar inom olika förvaltningar för att komma framåt i ett ärende. Då måste kommunens service till dessa företag förbättras.

Som ett led i att ha en god service till företag har Göteborg genom Business Region Göteborg (BRG) en så kallad företagslots som hjälper företagare att hitta rätt i kommunen. Kristdemokraterna anser att det är en bra och välbehövlig verksamhet men att den kan utvecklas ytterligare. Inte minst behöver kännedomen om företagslotsen öka bland företagare. Vi vill därför att BRG gör informationsutskick till nystartade företag med säte i Göteborgs stad utifrån registreringar hos Bolagsverket. Utskicket bör innehålla information om att företagslotsarna finns och vilken hjälp de kan bistå med. Som exempel kan en avstämning mot Bolagsverket göras varje månad och därefter skickas information till de nyregistrerade företag som finns.

Det startas många företag i Göteborg men överlevnaden är en kritisk fråga. Företagsakuten är en verksamhet som finns för att stödja företag som har ekonomiska problem. För att fler företag ska överleva vill vi att BRG efter två år återigen hör av sig

till företag med information om exempelvis företagslotsen och företagsakuten så att företagaren är medveten om att verksamheterna finns om problem skulle uppstå.

Det finns stora problem i välfärden i Göteborg, och för att stärka den krävs det satsningar på ett bättre företagsklimat. Att marknadsföra det stöd och den hjälp som finns att få i Göteborg är ett steg som bidrar till en förbättring.

### **Förslag till beslut i kommunfullmäktige**

Att BRG får i uppdrag att regelbundet genomföra informationsinsatser riktade till Göteborgsföretag om det stöd företagare kan ta del av, enligt ovan

**David Lega (KD)**

**Tjänsteskrivelse Business Region Göteborg** Till Stadsledningskontoret Namn: Henrik Einarsson, Susanne Robertsson Datum: 2017-12-20 Telefon: 031-367 61 27, 031-367 61 04 SLK Dnr: 1399/17 E-post: henrik.einarsson@businessregion.se, BRG Dnr: DNR 0270/17 Susanne.Robertsson@businessregion.se

## **Yttrande från Business Region Göteborg AB (BRG) angående – Motion av David Lega (KD) om att utveckla företagslotsens arbete genom informationsinsatser Handling 2017 nr 190**

### **Ärendet**

BRG har fått möjlighet att inkomma med yttrande på en motion av David Lega (KD) om att utveckla företagslotsens arbete genom informationsinsatser

Kommunfullmäktige föreslår besluta om att ge BRG i uppdrag att regelbundet genomföra informationsinsatser riktade till Göteborgsföretag om det stöd som företagare kan ta del av enligt motionen. Motionen vill att BRG skall göra ett informationsutskick till nystartade företag utifrån registreringar från Bolagsverket. Utskicket bör innehålla information om företagslotsarnas erbjudande och kan tex genomföras varje månad. Motionen från KD vill även att BRG följer upp med ett nytt utskick efter två år med information om exempelvis Företagslotsen och Företagsakuten. Detta i syfte att öka överlevnadsgraden bland nystartade företag.

Yttrandet är styrelsebehandlat i BRGs styrelse den 2017-12-21, se bifogat protokollsutdrag.

### **Förslag till yttrande från BRGs styrelse**

BRGs styrelse anser att motionen är besvarad med hänvisning till den beskrivning som återges nedan kring pågående och planerade informationsinsatser kring om det bredare erbjudandet som det samlade stödsystemet genomför mot målgruppen nyföretagare.

### **Business Region Göteborgs generella synpunkter**

BRG ställer sig mycket positiva till att frågan om information till nystartade företag uppmärksammas som en viktig fråga för Göteborg. Att öka kännedomen om Företagslotsen och Företagsakuten är en del i det arbete BRG gör för att förbättra företagsklimatet i Göteborg. Likaså är det viktigt att nå ut med det bredare erbjudandet som vi och andra aktörer i främjandesystemet erbjuder företag. En kanal för detta kan vara utskick så som motionen föreslår, men vi måste också jobba med andra kommunikationskanaler – inte minst digitala, och noggrant utvärdera vilken kanal som är mest effektiv för olika målgrupper.

### **Bakgrund och konsekvensanalys**

Motionen handlar om att BRG skall genomföra informationsinsatser om Företagslotsen och Företagsakuten. Mot den bakgrunden ges nedan en kort beskrivning av företagslotsens bakgrund, uppdrag och syfte.

Sedan några år tillbaka har BRG och några av stadens förvaltningar med mycket företagskontakter bedrivit ett gemensamt förbättringsarbete i företagsklimatfrågan. Tillsammans har styrgruppen enats om en målbild och insatser som nu genomförs – en av dessa insatser är tjänsten företagslots. Det övergripande målet för projektet är att företagsklimatet enligt undersökningen Insikt skall rankas högst bland landets storstäder. De insatsområden som gruppen jobbar med är:

- Företagslots som vägleder företag som är i kontakt med kommunen
- Kvalitetsmätning av kommunens servicenivå gentemot företag i tillståndsärenden.
- Kommunikationsinsatser på temat ”Det skall vara enkelt att driva företag i Göteborg”
- Handlingsplan som stärker samverkan mellan förvaltningarna / bolagen och leder arbetet framåt. Se bilaga 1
- Gemensam utbildning FHE av medarbetare och politiker i service och bemötande

En företagslotsfunktionens främsta uppgift handlar om att vara en väg in till kommunen gällande svåra och komplexa tillståndsfrågor och processer. Det är vanligtvis ärenden där det inte redan finns ett tydligt ansvar i linjeorganisationen, ärenden som berör flera förvaltningar/bolag eller att företagaren helt enkelt inte förstår hur processen inom kommunen fungerar. Företagslotsen agerar då som en fördjupad svarsgrupp till kontaktcenter som vägleder kunden till rätt instans och följer även upp ärendet under och efter processen. Genom att företagslotsen tar sig an dessa mer komplexa ärenden får staden även kunskap om hur våra processer upplevs när det inte fungerar som det ska. Denna kunskap förs tillbaka till en arbetsgrupp som en del i arbetet med ständiga förbättringar. Företagslotsen bemannas av två personer.

Det är viktigt att framhålla att företagslotsen endast är en stödfunktion till linjeorganisationen vid komplexa ärenden. Den absoluta majoriteten av alla ärenden hanteras bäst via linjeorganisationen hos respektive förvaltning. Kontaktcenter och stadens hemsida har funktionen att vara en väg in till kommunen och det är genom den vägen som företagen får bäst och snabbast hjälp. En alltför bred och ensidig marknadsföring av lotsfunktionen kan leda till att företag leds mot fel kontaktvägar vilket kan leda till längre svarstider för kunden. Därför är det viktigt att företagslotsen marknadsförs specifikt mot den utpekade målgruppen och inte som en generell väg in till kommunen. Idag är marknadsföringen av företagslotsen väl integrerad i stadens samlade erbjudande till företagen på tex [www.goteborg.se](http://www.goteborg.se). Naturligtvis finns det förbättringspotential i kommunikationsarbetet och i kommande års kommunikationsplan kan utskick till nystartade företag enligt motionen vara en idé att överväga. Denna måste dock ställas i relation till andra kommunikationskanaler och kostnad för att genomföras. När det gäller information till nystartade företag är det dock viktigt att framhålla att BRG och andra aktörer har ett bredare och mer specifikt erbjudande än företagslotsens tjänster. Dessa erbjudanden och tjänster är sannolikt än mer relevant än enbart information om företagslotsen.

BRGs insatser inom nyföretagande och entreprenörskap ska främja entreprenörskap och bidra till ett ökat nyföretagande genom att öka kunskapen kring vad det innebär att starta och driva företag, stimulera till företagande i utsatta områden i Göteborg och skapa mötesplatser. Vår målsättning är att det ska



vara enkelt att hitta rådgivning bland stadens aktörer. Vi vill öka kunskapen om att starta och driva ett hållbart företag och vi vill se ökad överlevnadsgrad bland företagen.

Under hösten har vi mot den bakgrunden öppnat Yesbox i Gamlestaden som är stadens nya mötesplats för entreprenörer och innovatörer. Det är "en dörr in" där flera av stadens aktörer inom främjandesystemet samverkar för att underlätta för den som vill starta eller driver företag. En samverkan som erbjuder rådgivning, kurser och seminarier där vi kan underlätta för företagaren att ta nästa steg på företagsresan. Just nu ingår drygt 10 aktörer i samverkan vilket skapar ett bredare utbud och även en ökad möjlighet att sprida information om vad stödsystemet kan erbjuda. I den kommunikationsplan som är framtagen för Yesbox, i samverkan med berörda aktörer, ligger fokus på att sprida information om de aktiviteter som stödsystemet erbjuder i form av rådgivning, utbildningar, workshops och event riktade mot nyföretagare.

Valda kommunikationskanaler är:

- hemsidor för Yesbox, [yesboxgoteborg.se](http://yesboxgoteborg.se), [verksamt.se](http://verksamt.se) samt respektive aktörs hemsidor där BRG är en av aktörerna.
- facebook där vi sprider nyheter om aktiviteter
- event och informationsträffar där företagare är inbjudna för att ta del av Yesbox och BRGs erbjudande både vad gäller nystart, driva och utveckla. Vid dessa träffar når vi oftast även andra organisationer såsom banker, försäkringsbolag och revisorer som alla möter målgruppen i sin vardag.

Vi kan i dagsläget inte mäta hur många av de nyregistrerade företagen vi når ut till med vald strategi men vi kan se att vi har en stor trafik till Yesbox hemsida. Trenden de senaste åren vad gäller kommunikationsinsatser är ett ökat fokus på digitala medier då målgruppen alltmer söker information den vägen. Det utesluter dock inte att komplettera med brevutskick till nyregistrerade företag. I Göteborg startar knappt 5 000 företag per år. Hantering av brevutskick kräver resurser för framtagning av adressuppgifter, kuvertering mm. Ett effektivare och billigare alternativ skulle kunna vara digitalt brevutskick vilket då kräver tillgång till aktuella emailadresser. Företagsakutens målgrupp är svår att nå och under tidigare år har försök gjorts med riktade brevutskick till företag i riskzonen. Det blev blandade reaktioner från företagen, en del kände sig utpekade och utskicken togs bort.

Vi ser positivt på förslaget att nå nyregistrerade företag med riktade kommunikationsinsatser. Inför kommande år kommer vi åter att överväga utskick utifrån bolagsverket som en alternativ metod för att nå målgruppen. Men den metoden måste utvärderas mot digitala kanaler.

## **Näringslivsperspektivet**

Ett högt nyföretagande är viktigt för Göteborg och Göteborgsregionen. Genom att synliggöra befintliga stödstrukturer underlättar vi för de som vill starta och växa med sina företag och skapar hållbar tillväxt.

## **Ekonomiska perspektivet**

Val av distributionskanal har påverkan på kostnadsbudgeten.

Brevutskick innebär arbete med framtagning av adressregister, utskrifter och kuvertering. Portokostnad tillkommer för ca 5.000 nyregistrerade företag per år.

Digitala brev är mer kostnadseffektiv än postala utskick. Utskrift och kuvertering utgår och kostnad för köp av e-mailadresser motsvarar halva portokostnaden.

### **Barnperspektivet (FN:s barnkonvention)**

BRG ser ingen påverkan på barnperspektivet.

### **Jämställdhetsperspektivet**

BRG ser ingen påverkan på jämställdhetsperspektivet.

### **Mångfaldsperspektivet**

### **Miljöperspektivet**

Vi har de senaste åren reducerat pappersförbrukningen för att minska miljöpåverkan.

Digitala utskick är ur miljösynpunkt ett bättre alternativ.

### **Omvärldsperspektivet**

Göteborg 2017-12-20

Patrik Andersson, VD

Business Region Göteborg AB