



Europeiska stadgan för småföretag

2009 års urval av god praxis

Europeiska stadgan för småföretag

2009 års urval av god praxis





INLEDNING

De exempel på god praxis som presenteras i denna broschyr ger ett smakprov på hur offentliga myndigheter med målinriktade insatser kan göra livet enklare för Europas små och medelstora företag.

Urvalet av god praxis är ett resultat av den **europiska stadgan för småföretagen**, som tillkom på uppmaning av Europeiska rådet vid toppmötet i Lissabon 2000. Genom att underteckna stadgan åtog sig medlemsländerna att hjälpa småföretagen på centrala politikområden. För att uppmana länderna att lära av varandra ger kommissionen varje år ut en broschyr med ett urval av de bästa åtgärderna.

Med 2008 års **småföretagsinitiativ** (Small Business Act) skapades en ny ram för småföretagspolitiken i EU. Årets urval av god praxis är därför inriktat på ämnen som är särskilt relevanta för småföretagsinitiativet:

- 1. Incitament för att återinvestera vinster och åtgärder mot sena betalningar**
- 2. Lättare tillgång till offentlig upphandling**
- 3. Företagsdynamik: enklare konkursförfaranden och företagsöverlåtelse**
- 4. Främja ett kreativt företagande**
- 5. Främja kvinnors företagande**
- 6. Främja ekoinnovation och energieffektivitet i små och medelstora företag**

Broschyren har ett särskilt kapitel för vart och ett av de sex områdena.

Exempel på god praxis 2008/2009

I år har kommissionen fått in **200 exempel på god praxis** i småföretagspolitik från EU-länderna och Norge. Samtliga exempel finns på

http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/gp

De åtgärder som beskrivs i denna broschyr är initiativ som har varit särskilt lyckade i de aktuella länderna och som också skulle kunna vara av intresse för andra länder. I många fall har myndigheterna diskuterat sina initiativ med företagsorganisationer och företagare innan de har skickat in dem.

Lära av varandra

En av fördelarna med Europeiska stadgan för småföretagen är att de deltagande länderna har kunnat lära av varandra. För 2004 rapporterade länderna ca **20 fall där** de hade förbättrat sin politik tack vare erfarenheter från andra länder. I år var det **mer än 40** sådana fall.

Några exempel:

- Det **belgiska** miljöbidraget till företag som investerar i miljövänlig teknik har inspirerats av liknande åtgärder i **Nederländerna**.
- **Estlands** förfarande för konkurshotade företag har haft förfarandena i **Finland, Tyskland** och **Österrike** som förebild.
- Den **italienska** verktygslådan för att hantera företagsöverlåtelser används nu av **Norges** nationella näringslivsorganisation NHO.
- Innan **Luxemburg** införde sin innovationsklubb för hantverksföretag studerade man liknande projekt i andra europeiska länder.
- **Litauens** tv-program för nya företagsidéer bygger på tv-programmet "Dragon's Den", som har visats i över 30 länder.
- **Sveriges** modell med ambassadörer för kvinnliga företagare har inspirerats av ett liknande program i **Storbritannien**. EU-kommissionen ska nu införa programmet i **hela EU**.

På andra områden har medlemsländerna samarbetat från start och tagit gemensamma initiativ. Till exempel har **Tyskland tillsammans med tolv andra länder** startat webbplattformen ETIS, där man kan söka nationella upphandlingar som ligger under beloppsgränsen för EU-upphandling och som därför inte behöver offentliggöras i EU:s upphandlingsdatabas TED. De 13 länderna är Belgien, Frankrike, Irland, Italien, Polen, Portugal, Schweiz, Slovakien, Spanien, Storbritannien, Tjeckien, Tyskland och Österrike.

Konferens om stadgan

Det viktigaste forumet för utbyte av exempel på bästa praxis är den årliga konferensen, där många av initiativen i broschyren presenteras. **Årets konferens – "Från den europeiska stadgan för småföretagen till småföretagsinitiativet"** – hålls i **Stockholm den 5–6 oktober 2009**. Du kan läsa mera om konferensen på:

http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/conf2009

Sammanfattning

Utbytet av god praxis för att främja nyföretagande och tillväxt bland små och medelstora företag har blivit ett nyckelinstrument för **småföretagarpolitiken i över 40 länder**.

Vi hoppas att du läser broschyren och låter dig inspireras av initiativen. De kanske kan gynna småföretagen även i ditt land!



1. CASH FLOW - Incitament för att återinvestera vinster och åtgärder mot sena betalningar

För att små och medelstora företag ska kunna överleva finanskriser och dåliga tider måste de ha en starkare kapitalbas. Men ofta saknar de nödvändiga ekonomiska resurser.

Ett sätt att hjälpa dem att förstärka sitt kapital är att erbjuda dem **skattelättnader om de återinvesterar sin vinst**. Många EU-länder har infört sådana incitament, och en del av dem beskrivs i den här broschyren.

Varor och tjänster som säljs till myndigheter eller andra företag i EU betalas i regel inte vid leverans. Ofta **får företagen betalt senare än vad som angetts** i kontraktet eller på fakturan, vilket skapar ekonomiska problem och osäkerhet, särskilt för de små och medelstora företagen.

Sedan 2002 har företagen enligt EU:s regler möjlighet att begära dröjsmålsränta. Men många företag och andra aktörer tycker inte att reglerna är tillräckliga. Därför har kommissionen i både småföretagarinitiativet och återhämtningsplanen lovat att hjälpa företagen att få betalt i tid från myndigheter och andra företag.

1.1 Företagsmedling

Beskrivning

Sena betalningar är ett stort problem för små och medelstora företag i Ungern. Ändå ansöker företagen bara i hälften av alla fall om stämning eller likvidation trots att de har rätt till sina pengar. Anledningen är att de upplever rättssystemet som långsamt, dyrt och tungrott.

För att förbättra situationen slår det ungerska ekonomiministeriet ett slag för medling bland små och medelstora företag. Man genomförde ett program där man finansierade tio verkliga fall för att illustrera medlingens fördelar. Exempelfallen hade valts ut av branschorganisationer. Programmets partnerorganisation är det ungerska medlingsorganet (www.mediacio.hu).

Mål

Att med hjälp av konkreta exempel på verkliga fall främja medling som en snabb och effektiv konfliktlösningsmetod för små och medelstora företag.

Målgrupp

Små och medelstora företag, branschorganisationer för små och medelstora företag.

Startdatum

05/01/2008

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Fallstudier. Artiklar i handelskamrarnas tidningar och Ungerns officiella tidning. Presentationer på fyra branschorganisationers årsmöten och under en utbildningsdag för medlemmar.

Företagsorganisationers utvärdering

Fyra branschorganisationer har deltagit i programmet, framför allt de som inte själva har råd att erbjuda medlingshjälp, eftersom de saknar ekonomiska resurser eller personal.

Företagsorganisationens adressuppgifter

De ungerska hantverkarorganisationernas förening, www.iposz.hu.

Vilka företag som har deltagit i medlingsförfarandena är konfidentiellt.

Statistik

I alla exempelfall var medlingen framgångsrik: Samtliga tvister kunde lösas efter 1–5 möten (på 2–3 timmar) i stället för att bli föremål för stämningar, som kan ta flera år. Tids- och kostnadsbesparingarna var avsevärda. Fordringsbeloppen låg på mellan 1 700 och 330 000 euro.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Flera tusen företag har fått information om medling som alternativ tvistlösningsmetod. Internationell erfarenhet visar att man genom medling kan lösa 50 % av alla tvister redan vid det första mötet.

Viktiga lärdomar

Eftersom det ofta tar flera år att få igenom sina krav i rättsliga förfaranden, ställde sig företagen i början tveksamma till medlingsförfarandet. En annan svårighet var att man bara finansierade och övervakade ett begränsat antal möten. En del företag ville därför inte delta i programmet, eftersom de såg sina framgångschanser som små.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Ministry for National
Development and Economy
Istvan Csirke,
Hold utca 17. H
1054 Budapest
Hungary

E-mail :
csirke.istvan@nfgm.gov.hu

Website :
www.nfgm.gov.hu;
www.mediacio.hu

1.2 Skattelättnad för användning av aktieutdelning

Beskrivning

Skattelättnad för användning av aktieutdelning i stället för extern finansiering. Lagstiftningen för bolagsskatt har ändrats så att företag som väljer att inte betala ut sin aktieutdelning (helt eller delvis) får sitt skatteunderlag minskat med den räntekostnad som företaget hade ådragit för ett lån till samma belopp som den innehållna utdelningen. Som referensränta används centralbankens genomsnittliga ränta för lån i den nationella valutan under året i fråga. Åtgärden har utvecklats i samarbete med finansministeriet.

Mål

Att uppmuntra företagsägare att återinvestera aktieutdelningen i företaget.

Målgrupp

Alla företag, dock främst små och medelstora företag som har svårt att få tillgång till finansiering.

Startdatum

01/01/2009

Slutdatum

31/12/2013

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Åtgärden är ett led i den årliga planen för förbättring av affärsklimatet, som har stor spridning och som utarbetas i samråd med branschorganisationerna.

Företagsorganisationers utvärdering

Lettlands arbetsgivarförening och den lettiska handelskammaren var med och formulerade åtgärden, som de ser som en effektiv mekanism för att belöna företagare som återinvesterar aktieutdelningen i sitt företag i stället för söka extern finansiering.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Lettlands arbetsgivarförening och den lettiska handelskammaren.

Statistik

Statistik finns ännu inte tillgänglig.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Åtgärden är ett steg åt rätt håll, eftersom den uppmuntrar företagare att återinvestera aktieutdelningen i en tid med stora finansieringsproblem för små och medelstora företag.

Viktiga lärdomar

Åtgärden togs fram i början av 2008, då skatteintäkterna fortfarande var tillräckliga. Sedan dess har skatteintäkterna minskat avsevärt, och staten kommer att ha ett budgetunderskott 2009. Under sådana omständigheter är det alltid svårt att sänka skatterna. Trots detta genomfördes åtgärden 2009 i enlighet med vad som hade överenskommit med branschorganisationerna.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Investment and
Development Agency of
Latvia
Diāna Laipniece,
Perses St.2 LV
1442 Riga
Latvia

E-mail :
Diana.Laipniece@liaa.gov.lv

Website :
www.liaa.gov.lv

1.3 Utvecklingsstöd genom återinvestering av vinst

Beskrivning

Ekonomiskt stöd ges till små och medelstora företag som återinvesterar sin vinst i immateriella tillgångar eller utrustning och maskiner för att öka sin produktionskapacitet. Bidraget motsvarar 25 % av den återinvesterade vinsten. De inköpta tillgångarna måste vara helt betalda och ha tagits i bruk under föregående budgetår (tak: 23 000 euro). Företaget måste fortsätta att investera i ytterligare tre år.

Mål

Att främja investeringar i anläggningstillgångar och modernisering av små och medelstora företag med hjälp av ny teknik för att stärka det egna kapitalet och konkurrenskraften.

Målgrupp

Små och medelstora företag som

- har en positiv balansräkning vid budgetårets slut,
- har återinvesterat sin vinst helt eller delvis,
- har köpt nya immateriella och materiella anläggningstillgångar som de tog i bruk före budgetårets slut.

Startdatum	Slutdatum	Övrig information
15/05/2005	31/12/2008	—

Kommunikationsstrategi

Webbplats, tidningsartiklar, reklam för samrådskommittén för små och medelstora företag.
Spridning genom regionalkontor och branschorganisationer för små och medelstora företag.

Företagsorganisationers utvärdering

Åtgärden genomfördes efter samråd med organisationer som företräder små och medelstora företag.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Regionalkontoret för kooperativ och små och medelstora företag Constanța
Bd. Tomis 79-81, et.1, cod 900669, Constanța
Dumitru Nancu, vd
dumitru.nancu@mimmc.ro; www.otimmccta.ro.

Statistik

Antal bidragsmottagare: 750 företag. Budget för ersättning av återinvesterade bruttovinster: 4 070 000 euro. Belopp som företagen har återinvesterat i stödberättigande tillgångar (2005–2008): 17 000 000 euro. Av beloppet investerades 75 % i teknik (maskiner, anläggningar och utrustning) i bland annat följande branscher: textil, trä, plast, bygg, marknadstjänster och handel. 25 % investerades i datorer, kringutrustning och immateriella tillgångar.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Åtgärden har lett till ökade investeringar i immateriella och materiella anläggningstillgångar hos små och medelstora företag. Bidragsmottagarna uppmuntras att återinvestera en större del av sin vinst. Programmet har på så sätt startat en positiv spiral.

Viktiga lärdomar

—

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Ministerul IMM, Comerț și
Mediul de Afaceri
Viorica Dragomirescu,
Ileana Modreanu,
Calea Victoriei, No 152,
Sector 1 010072 București
Romania

E-mail :
viorica.dragomirescu@
mimmc.ro;
ileana.modreanu@mimmc.ro

Website :
www.mimmc.ro

1.4 Skatterådet

Beskrivning

Skatterådet är en expertkommitté för skattefrågor inom den polska arbetsgivareföreningen, PKPP Lewiatan. Rådet anordnar samråd om lagförslag och utarbetar ståndpunkter som man lägger fram för regeringen, parlamentet och presidentens kansli. Skatterådet utarbetar egna lagförslag och programdokument och forskar om skatterätt. Man träffas regelbundet för att diskutera nya eller ändrade lagar, både i Polen och inom EU.

Mål

Skatterådet har som mål att föreslå och driva fram en bättre skattelagstiftning som ska ge företagarna gynnsamma förutsättningar.

Målgrupp

Företag verksamma i Polen, framför allt små och medelstora företag som särskilt tyngs av skatterna.

Startdatum

11/12/2004

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Skatterådet uttalar sig om skattelagstiftningen. Det anordnar också konferenser för att diskutera de viktigaste skatteändringarna.

Företagsorganisationers utvärdering

—

Företagsorganisationens adressuppgifter

Robert Pasternak, Deloitte&Touche, Doradztwo Podatkowe Sp. z o.o., ul. Piękna 18, 00-549 Warszawa; KPMG Tax Sp. z o.o., ul. Chłodna 51, 00-867 Warszawa; MDDP Michalik Dłuska Dziedzic i Partnerzy Sp. z o.o. ul. Książęca 4, 00-498 Warszawa.

Statistik

—

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Några viktiga resultat:

2005 – ändring av momslagen,

2006 – ändring av skattelagen,

2007 – ändring av bolagsskattelagen och utgivning av "Skattekalendern", en lista med viktiga skatteregler.

Viktiga lärdomar

—

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

Åtgärden har inspirerats av det brittiska industriförbundet CBI – The Voice of Business och andra företagsorganisationer.

Contact

Polish Confederation of
Private Employers (PKPP
Lewiatan)
Kamila Grobelna,
Klonowa 6 00-591 Warsaw
Poland

E-mail :
grobelna@pkpplewiatan.pl

Website :
www.pkpplewiatan.pl



2. OFFENTLIG UPPHANDLING

Marknaden för offentlig upphandling i EU uppgår till ungefär 1 800 miljarder euro – dvs. 16 % av BNP i EU. Den bidrar därför till att främja innovation, stimulera företagstillväxt och skapa jobb.

Siffror från 2005 visar att små och medelstora företag tilldelades 64 % av de offentliga kontrakt som översteg den tröskel där EU:s regler börjar gälla. Detta motsvarar 42 % av det samlade värdet av alla sådana kontrakt. Med tanke på småföretagens stora betydelse för ekonomin borde siffrorna kunna förbättras.

De små och medelstora företagens svårigheter med att delta i offentlig upphandling beror främst på myndigheternas upphandlingskultur. För att spara pengar på kort sikt kombineras ofta små partier till en enda stor upphandling, som i regel blir för stor för småföretagen. Man tänker också ofta främst på priset i stället för att välja innovativa, miljövänliga och mer hållbara produkter.

I den "europeiska kodexen för bästa praxis för att underlätta små och medelstora företags tillträde till offentlig upphandling", som togs fram som ett led i småföretagarinitiativet, föreslås en rad lösningar på de små och medelstora företagens problem. I det här kapitlet beskrivs ett antal exempel på god praxis som valts ut utifrån kriterierna i kodexen.

2.1 ETIS – informationssystem för europeisk upphandling

Beskrivning

Europeiska upphandlingskontrakt till ett visst värde måste offentliggöras i EU:s upphandlingsdatabas TED. De flesta kontrakt i EU ligger dock under tröskelvärdet och behöver därför bara publiceras nationellt eller regionalt. Informationssystemet för europeisk upphandling, ETIS, är en flerspråkig, elektronisk anbudsportal för offentlig upphandling. ETIS är det enda centrala systemet där man kan söka nationella upphandlingar från tretton europeiska länder (Belgien, Frankrike, Irland, Italien, Polen, Portugal, Schweiz, Slovakien, Spanien, Storbritannien, Tjeckien, Tyskland och Österrike).

Mål

Att öppna nya marknader för små och medelstora företag genom att bättre informera dem om upphandlingar. Att öka öppenheten om offentliga upphandlingar i Europa.

Målgrupp

ETIS riktar sig särskilt till små och medelstora företag.

Startdatum

01/01/2005

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Tjänsten marknadsförs genom bransch- och landsspecifika evenemang och med hjälp av partnerorganisationer i nätverket "Enterprise Europe Network".

Företagsorganisationers utvärdering

—

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

ETIS testades 2008 av 1 800 företag i Tyskland. Under fyra veckor lades runt 2 200 testkontrakt gratis ut på nätet.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Vid sidan om upphandlingar informerar ETIS-organisationerna om de viktigaste upphandlingsreglerna i respektive land och anordnar informationsevenemang för specifika länder och branscher.

Viktiga lärdomar

Projektet inleddes med en ettårig testfas, där runt 1 500 företag deltog.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

ETIS är resultatet av ett projekt som ingår i EU:s eContent-program. Tio euroinfocentrum och tre privata företag från tio EU-länder bildade 2005–2006 ett projektkonsortium för att gemensamt utveckla databasen.

Contact

Berlin Partner GmbH
nicht angegeben
Fasanenstr. 85
10623 Berlin
Germany

E-mail :
eu-beratung@berlin-partner.de

Website :
www.ETISys.com;
www.berlin-partner.de

2.2 Nätverket SOI – Sveriges offentliga inköpare

Beskrivning

SOI (Sveriges offentliga inköpare) är en mötesplats för offentliga upphandlare och ett nätverk för utbyte av goda exempel på hur den offentliga upphandlingen kan bli effektivare. Upphandlare från kommuner och landsting bjuder in lokala företagare till informationsträffar om offentlig upphandling. På träffarna berättar upphandlingschefen om hur det går till att lämna anbud och vad man bör tänka på. Mötena har lett till att fler små och medelstora företag har börjat lämna anbud.

Mål

Att uppmuntra mindre, lokala företag att lämna anbud och se till att det inte finns några hinder för nya anbudsgivare.

Målgrupp

Aktörer inom offentlig upphandling (t.ex. kommuner, landsting och lokala företagsföreningar).

Startdatum

01/01/2007

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

Föreningen SOI (Sveriges offentliga inköpare) bildades 1979. I slutet av 2008 var medlemsantalet 1 100. Medlemmarna är verksamma inom offentlig upphandling.

Kommunikationsstrategi

Tidningar, webbplatser, konferenser, kurser, nätverk m.m.

Företagsorganisationers utvärdering

Alla informationsträffar blir omedelbart fulltecknade.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Marknad Varberg AB, näringslivschef Lars-Gunnar Berndtsson tfn 0705-571779; Halmstad kommuns näringslivsbolag, T. Fröhlich, torbjorn.frolich@halmstad.se.

Statistik

Många små och medelstora företag har deltagit i de halländska kommunernas informationsträffar. För Varbergs kommun har antalet anbud i ramavtalsupphandlingar ökat från 4 till 5 anbud per upphandling. De som lämnar anbud för första gången har också blivit fler, t.ex. lokala handlare som får kontrakt om leverans av livsmedel till kommunens gruppbofästigheter och regionala konferensanläggningar. Det minsta företaget omsätter cirka 200 000 kronor.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Företagarna får svar på sina frågor och kan diskutera de hinder de möter. Upphandlarna får också in direkta synpunkter på sina förfrågningsunderlag. Tack vare SOI-nätverket har metoden spridit sig till andra kommuner och landsting som också anordnar informationsträffar.

Viktiga lärdomar

Det personliga mötet mellan upphandlare och entreprenör är mycket viktigare än traditionell utbildning om lagen om offentlig upphandling.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

Contact

Sveriges Offentliga Inköpare (SOI)
Lisbeth Johnson,
Box 406 791 28 FALUN
Sweden

E-mail :
lisbeth.johnson@halmstad.se

Website :
www.soi.se

2.3 Tillgång till offentlig upphandling för små och medelstora företag

Beskrivning

Offentliga upphandlingar som är uppdelade i delkontrakt kan nu göras på nätet. Enligt de nya reglerna gäller minimikraven på anbudsgivarna för varje enskilt delkontrakt och inte längre för hela kontraktet. Detta är särskilt viktigt för små och medelstora företag, som tidigare ofta inte kunde lämna anbud, eftersom de hade för liten produktionskapacitet och inte uppfyllde de upphandlande myndigheternas krav. Det elektroniska systemet för offentlig upphandling, Seap, ser till att upphandlingen sker på ett öppet sätt och ger anbudsgivarna möjlighet att lämna sina anbud elektroniskt (www.e-licitatie.ro).

Mål

Att göra det lättare för små och medelstora företag att lämna anbud vid offentlig upphandling genom nya regler om delkontrakt. Att sörja för större öppenhet genom information och upphandling på nätet.

Målgrupp

Små och medelstora företag.

Startdatum

28/07/2006

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Webbplatser, informationsevenemang, tidningsartiklar. Stöd från handelskammare och branschorganisationer för små och medelstora företag.

Företagsorganisationers utvärdering

Initiativet har stor betydelse för företagsklimatet.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Rumäniens handelskammare, www.ccir.ro, Bd. Octavian Goga nr. 2, Sector 3, Bucuresti.

Statistik

Under 2008 offentliggjordes runt 90 000 upphandlingar. Knappt 75 000 av dem var tillgängliga för små och medelstora företag, som fick kontrakt i runt 56 % av de relevanta upphandlingarna. Totalt tilldelades små och medelstora företag 40 % av kontrakten, vilket motsvarar 29 % av det totala värdet av alla upphandlingar.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Åtgärden ger de upphandlande myndigheterna möjlighet att organisera, bedöma och avsluta upphandlingar som är uppdelade i delkontrakt på grundval av tilldelningskriterierna "lägsta pris" och "mest fördelaktigt anbud ur ekonomisk synpunkt".

Viktiga lärdomar

—

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Autoritatea Națională
pentru Reglementarea și
Monitorizarea Achizițiilor
Publice -ANRMAP
Codrin Vulcu,
dul Dinicu Golescu nr. 38, et.
4, sector 1 010873 Bucuresti
Romania

E-mail :
birouldepresa@anrmap.ro;
codrin.vulcu@anrmap.ro

Website :
www.e-licitatie.ro;
www.anrmap.ro

2.4 Företagsregister med förteckning över behöriga företag

Beskrivning

Anbudsgivare, sökande och underleverantörer kan använda vår webbdatabas för att visa sin behörighet för avtalslutande myndigheter i hela Österrike. De upphandlande myndigheterna kan i sin tur använda databasen för att hitta lämpliga företag för specifika upphandlingar. Att registrera sitt företag kostar 65 euro om året men är inte obligatoriskt: De upphandlande myndigheterna måste också acceptera andra, jämförbara behörighetsintyg.

Mål

Att skapa ett webbaserat register för alla slag av behörighetsintyg för upphandlingsförfaranden.

Målgrupp

Alla företag som deltar i offentliga upphandlingar och uppmaningar att lämna intresseanmälan.

Startdatum	Slutdatum	Övrig information
13/12/1999	Åtgärd utan tidsbegränsning.	—

Kommunikationsstrategi

Skriftligt och elektroniskt material för företag. Presentationer för upphandlande myndigheter.

Företagsorganisationers utvärdering

1. Det österrikiska företagsregistret (ANKÖ) är en bra tjänst för tillhandahållande av behörighetsintyg. I samband med upphandlingar måste myndigheterna ofta begära in samma handlingar om och om igen, vilket leder till höga administrativa kostnader, särskilt för byggföretag.
2. Det österrikiska företagsregistret (ANKÖ) med sin förteckning över behöriga företag är ett hjälpmedel som de upphandlande myndigheterna och särskilt små och medelstora företag har haft stor nytta av i samband med upphandlingar.

Företagsorganisationens adressuppgifter

1. Fachverband der Bauindustrie, Dkfm. Dr. Hans-Peter Haselsteiner, Schaumburggasse 20/8, A-1040 Wien;
2. Wirtschaftskammer Österreich, Dr. Annemarie Mille Wiedner Hauptstrasse 63, A-1045 Wien.

Statistik

Runt 8 000 registrerade företag har registrerat sig. Registret används av cirka 4 000 handläggare vid upphandlande myndigheter. Varje år görs omkring 42 000 behörighetskontroller. (2008)

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

- De upphandlande myndigheterna i Österrike kan när som helst förvissa sig om att företag är behöriga.
- Företagens administrativa börda minskar, eftersom de inte upprepade gånger behöver visa att de är behöriga att lägga anbud i en viss typ av upphandlingar.
- Upphandlingen blir enklare och mindre byråkratisk. Många studier pekar på avsevärda besparingar för den österrikiska ekonomin (upp till 20 miljoner euro).

Viktiga lärdomar

Stora tekniska kostnader.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

Systemet har stått som modell för en tysk databas (PQ-BAU), som infördes 2006.

Contact

Auftragnehmerkataster
Österreich (ANKÖ)
Dipl.-Kfm. Dr. Alfred
Jöchlinger,
Handelskai 94-96
1200 Wien
Austria

E-mail :
sekretariat@ankoe.at

Website :
www.ankoe.at

2.5 Garantier för små och medelstora företag i lagen om offentlig upphandling

Beskrivning

Enligt lagen om offentlig upphandling får klausuler i offentliga kontrakt inte utesluta eller begränsa rättsliga följder av kontraktsbrott från den upphandlande myndighetens sida. Klausuler som inte följer civillagens bestämmelser om dröjsmålsräntor är också ogiltiga.

Mål

Att underlätta för små och medelstora företag att delta i offentliga upphandlingar. Åtgärden ska uppväga småföretagens svagare förhandlingsposition.

Målgrupp

Upphandlande myndigheter, anbudsgivare och små och medelstora företag.

Startdatum

07/07/2007

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Garantin infördes genom en lagändring. De upphandlande myndigheterna deltog i förarbetet.

Företagsorganisationers utvärdering

—

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

Mikro- och småföretagens andel av tilldelade kontrakt ökade under 2008, både i fråga om antal och kontraktsvärde (med 8 % respektive 7 % jämfört med 2007). Det visar statistik från rådet för offentlig upphandling.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

—

Viktiga lärdomar

—

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Közbeszerzések Tanácsa
Fribiczter Gabriella,
Margit krt. 85.
1024 Budapest
Hungary

E-mail :
fribiczter.gabriella@
kozbeszerzesek-tanacs.hu

Website :
www.kozbeszerzes.hu

2.6 Minskade leverantörsskulder

Beskrivning

Den ändrade lagen om offentlig upphandling innehåller bestämmelser om minskning av leverantörsskulder. Bland annat ska meddelanden om ändringar och fullgörande av offentliga kontrakt inte bara ange när entreprenören ska fullgöra kontraktet utan också när betalningen ska ske. Den upphandlande myndigheten ska på sin webbplats publicera ett meddelande om huruvida den kommer att betala eller inte.

Mål

Företag som deltar i offentliga upphandlingar kan se om och när den upphandlande myndigheten tänker betala dem för deras varor och tjänster. De får reda på om den upphandlande myndigheten uppfyller sin betalningsskyldighet, eftersom myndigheten måste bekräfta eller förneka att kontraktet har fullgjorts.

Målgrupp

Upphandlande myndigheter, anbudsgivare och små och medelstora företag.

Startdatum	Slutdatum	Övrig information
07/07/2007	Åtgärd utan tidsbegränsning.	—

Kommunikationsstrategi

Bestämmelserna infördes genom en lagändring.

Företagsorganisationers utvärdering

Lagen antogs efter omfattande samråd där både de upphandlande myndigheterna och de potentiella kontraktsparterna kunde framföra sina synpunkter. Arbetsgruppen för byggnadsförvaltning tillfrågades också.

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

Småföretagens andel av tilldelade kontrakt ökade under 2008, både i fråga om antal och kontraktsvärde (med 8 % respektive 7 % jämfört med 2007). Det visar statistik från rådet för offentlig upphandling.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

—

Viktiga lärdomar

—

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Közbeszerzések Tanácsa
Fribiczter Gabriella,
Margit krt. 85.
1024 Budapest
Hungary

E-mail :
fribiczter.gabriella@
kozbeszerzesek-tanacs.hu

Website :
www.kozbeszerzes.hu



3. FÖRETAGSDYNAMIK: Enklare konkursförfaranden och företagsöverlåtelser

Att företag lägger ned är normalt i en dynamisk och sund ekonomi. Hälften av alla nya företag överlever högst fem år. Men **konkursförfarandena** är omständliga. Och trots att bedrägerier bara förekommer i 4–6 % av konkurserna, får företag och företagare som går i konkurs – oavsett anledning – dåligt rykte i de flesta länder.

Därför tvekar företagare som gått i konkurs att pröva igen, även om allt tyder på att omstartade företag växer snabbare och har större chans att överleva. Ett dåligt rykte kan också avskräcka potentiella företagare från att ta språnget.

Då småföretagsinitiativet för Europa antogs 2008 uppmanades EU-länderna att arbeta för att förbättra situationen. Denna broschyr ger en överblick över vad de har gjort för att hjälpa företagare till en ny start. Mer information finns på portalen "En ny chans":

http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/sme2chance/index_sv.html

De närmaste åren kommer nära 690 000 företag – och 2,8 miljoner jobb – att överlåtas från den äldre generationen företagare till deras efterträdare. Det finns flera svårigheter med att **överlåta och överta ett företag**:

- Man ska ordna med alla juridiska formaliteter.
- Företaget ska anpassas så att det blir attraktivt att överta.
- Kunskapen om hur företaget ska drivas måste överföras.
- Det ska knytas kontakter mellan den nya ledningen och kunder, leverantörer och anställda.

Rent ekonomiskt kan det kosta mer att överta ett etablerat företag än att starta ett nytt. Man måste betala för de materiella och ekonomiska tillgångarna.

För en lyckad företagsöverlåtelse krävs ordentlig planering och experthjälp. Den här broschyren ger en överblick över vad EU-länderna gör för att underlätta företagsöverlåtelser. Läs mer:

http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/transfer_en.htm

3.1 Avstigmatisering av konkurser

Beskrivning

Den lagstadgade konkurstiden har förkortats från tre till ett år, eftersom man anser att flertalet konkurser beror på olyckliga omständigheter och inte på olagliga affärer. Beslutet uppvägs av regler för att identifiera de få fall där gäldenärens agerande förtjänar hårdare restriktioner.

Mål

Att minska stigmatiseringen av den som gått i konkurs och uppmuntra till en "nystart".

Målgrupp

Alla personliga obestånd – i Skottland omfattar det enmansföretagare, handelsbolag och andra icke bolagsetablerade företag.

Startdatum

01/04/2008

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Omfattande pressbevakning och offentlig debatt i samband med antagandet av Skottlands konkurslag 2007.

Företagsorganisationers utvärdering

Aktörernas berättelser finns i volym 2 av näringslivs- och kulturutskottets rapport: <http://www.scottish.parliament.uk/business/committees/enterprise/reports-06/ecr06-07-Vol02.htm>.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Vi planerar att utvärdera reformerna. De aktörer som yttrade sig om lagförslaget kommer då att kunna berätta om reformernas effekt på näringslivet.

Statistik

Forskning som sponsrats av UK Insolvency Service visar att en liberalisering av konkurslagstiftningen har uttalat positiva effekter på företagandet. (J Armour and DJ Cummings, "Bankruptcy Law and Entrepreneurship", American Law and Economics Review 10.2 (2008)).

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Åtgärden minskar den sociala bördan som en konkurs innebär för egenföretagare och små handelsbolag, och uppmuntrar tanken på en "nystart".

Viktiga lärdomar

Vi var tvungna att bemöta allmänhetens och mediernas uppfattning att snabbare skuldavskrivning för gäldenärer är för snällt. Vi hade nytta av att framhålla att liknande åtgärder hade införts i England och Wales.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

Förebilder för åtgärden var liknande reformer i England och Wales inom ramen för Enterprise Act 2002.

Contact

Accountant in Bankruptcy
Sharon Bell, Head of Policy
Development,
Pennyburn Road KA13 6SA
Kilwinning
United Kingdom

E-mail :
sharon.bell@aib.gsi.gov.uk

Website :
www.aib.gov.uk

3.2 Skuldsanering och hjälp vid insolvens

Beskrivning

Små och medelstora företag som befinner sig på randen till konkurs kan utnyttja ett antal system för att få sin ekonomi analyserad och eventuellt få hjälp via räddningsåtgärder. De kan också få tillgång till finansiella resurser med koppling till social förmåner. Men insolvenssystemen är ganska komplicerade och tillämpas kanske inte på rätt sätt på små orter då det saknas kunskap. Ett servicekontor startades därför som ett pilotprojekt i regionen Friesland. Dit kan kommunerna skicka sina insolvensärenden och de betalar en liten avgift för hjälpen. Kontoret finansieras dels av dessa avgifter, dels av avgifter som företagen betalar om deras företag räddas. Det får även pengar ur en nationell fond som betalning för de finansiella analyser som det utför.

Mål

Åtgärden ska hjälpa kommunerna att bistå små och medelstora företag med insolvensproblem via ett särskilt servicekontor.

Målgrupp

Små och medelstora företag med ekonomiska problem. Vi hoppas att pilotprojektet i Friesland ska stimulera andra kommuner att starta liknande kontor i den egna regionen.

Startdatum

01/01/2004

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

—

Företagsorganisationers utvärdering

Kontakta ett av servicekontoren i Nederländerna via webbplatser som:

http://www.myoffice.nl/gids/Stichting_Schuldhelpverlening_Voor_Ondernemers.html

<http://www.florijnshvo.nl/>

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

—

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

—

Viktiga lärdomar

—

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Ministry of Economic Affairs
Jeannine de la Bursi,
Bezuidenhoutseweg 20
2500 EC The Hague
The Netherlands

E-mail :
j.s.h.delabursi@minez.nl

Website :
<http://www.florijnshvo.nl/>;
www.minez.nl

3.3 Omstrukturering

Beskrivning

En ny omstruktureringslag gör det möjligt för företagsägare i ekonomiska svårigheter att i domstol begära skydd mot krav från fordringsägare under tiden som de upprättar en omstruktureringsplan. På så sätt får företagen tid att lösa sina problem för att om möjligt undvika en konkurs. Förfarandet ska ses som en möjlighet att undgå konkurs, men det finns dock inga garantier.

Mål

Att ge företag en chans att fortsätta sin verksamhet efter en omstrukturering och undvika konkurs.

Målgrupp

Företag som hamnat i svårigheter, men som har potential att överleva. Målgruppen är omkring 10 % av de konkurshotade företagen i Estland.

Startdatum

26/12/2008

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Pressmeddelande. Rättsakt som offentliggjorts i Estlands officiella tidning Riigiteataja (www.riigiteataja.ee).

Företagsorganisationers utvärdering

Det har ännu inte kommit några reaktioner, eftersom förfarandet är helt nytt.

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

Man uppskattar att omstruktureringsåtgärderna kan rädda omkring 800 jobb per år. Den direkta vinsten för landet beräknas bli minst 1,3 miljoner euro.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Inget förfarande har ännu slutförts, men en sak är säker: företagen har fått ytterligare en möjlighet att undgå konkurs.

Viktiga lärdomar

Inga problem har uppstått hittills.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

Förebilderna är omstruktureringsförfaranden i Finland, Schweiz, Tyskland och Österrike.

Contact

Justiitsministeerium
Indrek Niklus,
Tõnismägi 5a
15191 Tallinn
Estonia

E-mail :
indrek.niklus@just.ee

Website :
www.just.ee

3.4 Överlåtelselån

Beskrivning

Det nya finansiella instrumentet "prêt de reprise" är ett lån för att finansiera företagsöverlåtelser. Det måste vara ett litet eller medelstort företag som ska överlätas, och det krävs 15 % i egna medel. Alla utgifter och kostnader kan komma i fråga, men lånet får inte överstiga 40 % av dessa kostnader. Minsta lånesumma är 5 000 euro och högsta 250 000 euro. Lånet ska vanligtvis vara återbetalat inom 10–14 år, beroende på vilka tillgångar som ingår i överlåtelser.

Mål

Att ställa pengar till förfogande så att företag kan leva vidare även efter deras ägare går i pension.

Målgrupp

Små och medelstora handels- och hantverksföretag.

Startdatum

15/04/2009

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Presskonferenser och annonsering i branschtidningar.

Företagsorganisationers utvärdering

Företagsorganisationernas reaktioner på denna låneform har varit mycket positiva.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Gérard EISCHEN, styrelseledamot i Chambre de Commerce, Luxembourg, gerard.eischen@cc.lu;

Marc GROSS, underdirektör vid Chambre des Métiers, Luxembourg, marc.gross@cdm.lu.

Statistik

Ännu inget tillgängligt. Årliga utvärderingar planeras.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Företagsöverlåtelser är en mycket viktig fråga i Luxemburg.

Viktiga lärdomar

Tekniska aspekter var mycket viktiga, och målet var ett så enkelt system som möjligt.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

SNCI

Emmanuel BAUMANN,
Bvd Royal 6
2937 Luxembourg
Luxembourg

E-mail :

emmanuel.baumann@cmt.
etat.lu

Website :

—

3.5 Företagsbesiktning "Nachfolgecheck"

Beskrivning

Företagare som vill sälja sitt företag kan med hjälp av en "företagsbesiktning" visa att företaget mår bra. En oberoende rådgivare analyserar företagets starka och svaga sidor på alla områden – från affärsidén till redovisningssystemet och balansräkningen. Av konsultens rapport framgår i vilket skick företaget befinner sig och vad som kan förbättras. Rapporten ger potentiella köpare en idé om framtida risker och chanser. Företag som har "besiktigats" har en egen spalt i annonserna för företag till salu.

Mål

Att göra det lättare för företagare att sälja sina företag och på så sätt hjälpa små och medelstora företag att överleva. Att visa att man i stället för att starta ett nytt företag kan ta över ett befintligt.

Målgrupp

1. Företagare som letar efter någon som vill ta över deras företag.
2. Unga företagare som vill ta över ett företag i stället för att starta ett nytt.

Startdatum	Slutdatum	Övrig information
01/01/2008	29/05/2009	—

Kommunikationsstrategi

Information om företagsbesiktning finns på webbplatsen för nyföretagare "Gründer-Service" (www.gruenderservice.at) och på webbplatsen för företagsförsäljning "Nachfolgebörse" (www.nachfolgeboerse.at).

Företagsorganisationers utvärdering

—

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

De första företagsbesiktningarna pågår.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Företagare kan visa att deras företag mår bra. Potentiella köpare får en objektiv bedömning av företaget.

Viktiga lärdomar

Det gällde att hitta ett lämpligt sätt att presentera företagen för potentiella köpare och redovisa all information klart och tydligt.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Wirtschaftskammer
Österreich Gründer-Service
Gerlinde Seidler,
Wiedner Hauptstraße 63
1045 Wien
Austria

E-mail :
gerlinde.seidler@wko.at

Website :
www.nachfolgeboerse.at;
www.gruenderservice.at

3.6 Verktyg för hantering av företagsöverlåtelse

Beskrivning

Kit.Brunello.System (KBS) är en uppsättning verktyg för att hantera företagsöverlåtelse. Systemet omfattar bl.a. följande:

1. Information genom nyhetsbrev och seminarier.
2. Utbildning och en handbok om överlåtelse.
3. Analysverktyg – snabb självanalys och frågeformulär med personliga profiler.
4. Övervakning – kontroll av företagets livskraft och mentorskap.
5. Lokal övervakning av läget för små och medelstora företag, bl.a. statistik.

Mål

Att få företagen att inse hur viktigt det är att planera överlåtelsen i tid och att hjälpa dem med själva genomförandet.

Målgrupp

Företagare, experter på företagsöverlåtelse, företagsorganisationer m.fl.

Startdatum

15/07/2006

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Företagsorganisationer uppmuntras att använda KBS i sin region.

Företagsorganisationers utvärdering

De organisationer som använder KBS, och som gett sina medlemmar tillgång till det, uppskattar systemet. Systemet är särskilt inriktat på överlåtelse av mikroföretag och små och medelstora företag och skulle kunna användas i alla europeiska länder. Det är lätt att använda och finns både on- och offline. Funktionerna för insamling och bearbetning av data möjliggör regional övervakning.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Unioncamere del Veneto, Erica Holland, erica.holland@eurosportelloveneto.it och Confartigianato Veneto, Giovanni Scaggiari, g.scaggiari@vi.artigianinet.com.

Statistik

Nyhetsbrev till över 2 700 italienska och europeiska adresser, 30 seminarier (då formuläret för självanalys ofta delats ut) och över 300 nya ansökningar.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Rätt kombination av IKT-verktyg och personliga kontakter. Genom att delta i flera projekt med andra länder har vi insett de små och medelstora företagens behov av effektiva verktyg och hjälp med själva överlåtelsen. Vi ingår också i en nationell expertgrupp för familjeföretag/företagsöverlåtelse (samordnad av ministeriet för ekonomisk utveckling) som ska underlätta utbyte av erfarenheter.

Viktiga lärdomar

Kunskapen om företagsöverlåtelse är fortfarande dålig. KBS innehåller därför informationsverktyg som också tar hänsyn till psykologiska och relationella aspekter, något som ofta förbigås av experter.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

Best-projekt 2001. Verktygen kan användas i vilket land som helst. Medlemmarna i Näringslivets huvudorganisation i Norge (NHO) fick tillgång till systemet 2006 (Næringslivets Hovedorganisasjon, Kristian Skjølaas, firmapost@nho.no).

Contact

StudioCentroVeneto sas
Antonio Brunello,
Via G. Imperiali, 77
36100 Vicenza
Italy

E-mail :
info@studiocentroveneto.com

Website :
http://www.
studiocentroveneto.com

3.7 Masterexamen i förvaltning av familjeföretag (Master 2 GEF)

Beskrivning

Genom Master 2 GEF får studenterna en god inblick i vanliga familjeföretagsfrågor och lär sig att hantera dem genom att studera strategi, ekonomisk förvaltning, juridiska aspekter, personalfrågor och globalisering. Programmet ska främja utbyte av information och kompetens mellan yrkesverksamma. Tanken är att både erbjuda ny kunskap och bygga vidare på redan förvärvade erfarenheter.

Mål

Att utbilda chefer/ledare i familjeföretag och rådgivare till familjeföretag. Att stödja uppstart, överlåtelse eller övertag av familjeföretag.

Målgrupp

Chefer/ledare i familjeföretag och rådgivare till familjeföretag. Öppen för studenter med en Master 1-examen i företagsledning, juridik, ekonomi eller motsvarande.

Startdatum	Slutdatum	Övrig information
01/10/2006	Åtgärd utan tidsbegränsning.	—

Kommunikationsstrategi

Universitetets webbplats, studentguider och mun till mun-metoden.

Företagsorganisationers utvärdering

—

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

Av cirka 40 ansökningar har ungefär 15 godkänts. En del sökande har examen från universitet utanför Frankrike.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Masterprogrammets styrka är ett starkt teoretiskt kunnande inom familjeföretagsfrågor och medverkan av yrkesverksamma i familjeföretag. De lokala familjeföretagens medverkan i form av informella partnerskap och gästföreläsningar är ett tecken på att denna typ av utbildning verkligen är intressant för dem.

Viktiga lärdomar

Kursen är i princip också öppen för anställda som en del av deras fortbildning. Just nu finns dock bara ett enda partnerskap för detta. Masterprogrammet är relativt nytt och har ingen särskild kommunikationsbudget, och är därför fortfarande inte tillräckligt känt.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

Den här typen av utbildning kan anpassas till andra länder. Det skulle vara intressant att ingå partnerskap med liknande utbildningsprogram i andra EU-länder.

Contact

Institut d'Administration des
Entreprises (IAE)
Pr Gérard HIRIGOYEN,
Ms Céline BARREDY,
Université de Bordeaux IV, 35,
avenue Abadie
33072 Bordeaux Cedex
France

E-mail :
celine.barredy@u-bordeaux4.fr

Website :
http://www.iae-bordeaux.fr



4. FRÄMJA ETT KREATIVT FÖRETAGANDE

Europas småföretag utsätts för en ökande konkurrens från företag över hela världen. Kreativitet och innovation har därför blivit en viktig konkurrensfaktor, som – använd på rätt sätt – i hög grad kan bidra till Lissabonmålen om högre tillväxt och bättre jobb.

Den kreativa industrin och kultursektorn har också stor samhällsekonomisk betydelse för EU-länderna. Museer, teatrar, tv, radio, video, design, arkitektur, musik och många andra kulturformer står för 2,5 % av BNP och 3 % av jobben. Gynnsamma förutsättningar ger konstnärer och andra kreativa människor möjlighet att utnyttja sin potential och starta eget. För att denna företagaresurs ska kunna utnyttjas fullt ut behövs dock särskilda incitament och kurser. I det här kapitlet presenteras några initiativ som skulle kunna bidra till ett ökat kulturföretagande. De utvalda exemplen handlar om allt från särskilda företagarkurser till tävlingar och praktiska övningar. Några av dem kombinerar olika inslag på ett unikt och kreativt sätt, och är själva bra exempel på kreativt och innovativt tänkande.

4.1 Entreprenörskap i kreativa branscher – högskolekurs

Beskrivning

En enkät visar att över 70 % av de studerande vid konst- och designhögskolan i Linz ser sig själva som entreprenörer. Skolan erbjuder därför en entreprenörskurs för dessa studerande, där de lär sig att planera för en framtida företagsetablering. I upp till åtta föreläsningar av konsulter, företagare och forskare behandlas ämnen som verksamhetsplanering, immaterialrätt och stödstrukturer i framför allt de kreativa branscherna. Både studerande, före detta studenter och högskolepersonal är välkomna. Projektet finansierades till en början av en lokal företagskuvös men blev en sådan succé att det nu finansieras av högskolan.

Mål

Att främja entreprenörsandan bland konst- och designstudenter.

Målgrupp

Studerande från alla fakulteter vid konst- och designhögskolan i Linz som vill starta företag.

Startdatum	Slutdatum	Övrig information
01/03/2006	Åtgärd utan tidsbegränsning.	—

Kommunikationsstrategi

Affischer, e-brev och mun-till-mun-metoden.

Företagsorganisationers utvärdering

Kursen initierades och får alltså stöd från delstaten Oberösterreichs akademiska företagskuvös (tech2b founder center Linz).

Företagsorganisationens adressuppgifter

Wirtschaftskammer OÖ (delstaten Oberösterreichs handelskammare), Irmgard Müller, Linz, irmgard.mueller@wko.at; tech2b Gründerzentrum GmbH, CEO Markus Costabiei, Linz, office@tech2b.at.

Statistik

En av högskolans mest populära kurser med drygt 300 studerande och över 40 företagsidéer.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

De studerande är motiverade att delta, eftersom de tycker att det är viktigt att kunna starta eget företag. Kursen är inriktad på praktiska problem och tillgodoser konststudenternas specifika behov. Deltagarna kan utveckla sina egna affärsidéer. Kursen var till en början frivillig, men har blivit så populär att den numera är obligatorisk.

Viktiga lärdomar

Kursen tar hänsyn till de särskilda förhållanden som gäller för entreprenörer och nya företag i kreativa branscher. Detta kan ibland vara svårt att förmedla för föreläsare med en högteknologisk företagsbakgrund. Med hjälp av experter för olika områden har man kunnat höja kursens kvalitet avsevärt. Kursen har gjorts om flera gånger med hänsyn tagen till utvärderingar och feedback.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Johannes Kepler University
Linz
Prof. Dr. Norbert Kailer,
Freistaedter Strasse 315
4040 Linz
Austria

E-mail :
norbert.kailer@jku.at

Website :
www.iug.jku.at

4.2 Cré Active Toi – kreativitetskurs

Beskrivning

Cré Active Toi är en 2,5 dagar lång kurs i kreativitet för gymnasie- och högskoleelever. Under kursens teoretiska del får deltagarna en inblick i olika kreativitetsverktyg. Under den praktiska delen kommer en företagare till klassrummet och beskriver ett problem från sin dagliga verksamhet. Kursdeltagarna ska då tillämpa de kreativa tekniker de just har lärt sig och rekommendera lösningar. Vi erbjuder också en introduktionskurs i kreativitet för lärare.

Mål

Att stärka elevernas kreativitet, samarbets- och kommunikationsförmåga och självförtroende. Att erbjuda företagare kreativa idéer som eleverna har utvecklat.

Målgrupp

Studierande. Företagsledare (små och medelstora företag) som vill att någon utifrån tittar på ett av företagets problem.

Startdatum

01/01/2008

Slutdatum

31/08/2009

Övrig information

Ett pilotprojekt genomfördes 2005.

Kommunikationsstrategi

Information om programmet sprids av den wallonska myndigheten Agence de Stimulation Economique som ska främja företagande i skolorna och företagscentrumet Héraclès som direkt kontaktar skolorna.

Företagsorganisationers utvärdering

"Studenterna gav mig mycket bra idéer. De ställdes inför ett konkret problem att lösa istället för skolböckernas exempel som de vanligen jobbar med. De var väldigt motiverade att nå resultat. Tack vare programmet kan ett litet företag som mitt få nya infallsvinklar. Det har varit väldigt roligt att delta i projektet." Daniel Verplaetse, DVL&K.

Företagsorganisationens adressuppgifter

DVL&K, Daniel Verplaetse, Gilly, daniel@dvline.be, www.dvline.be. Hydro-Chic, Bernadette Van de Werve, Villers-Perwin, bernadette@hydro-chic.com, www.solucalc.com.

Statistik

600 elever och 23 företag har deltagit sedan 2008. Årsbudgeten är 40 000 euro, varav 23 000 är lön till kursledarna. Flera skolor är redan inbokade för läsåret 2009–2010. De skolor som redan har deltagit en gång brukar återkomma med fler ansökningar.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Lärare klagar ofta på att deras elever saknar kreativitet. Projektet Cré Active Toi hjälper dem att utveckla denna förmåga. Små företag har ofta inte tid att lösa vissa problem. Genom Cré Active Toi kan eleverna göra det för dem. Eleverna är väldigt nöjda med kursen och vill ofta lära sig mer.

Viktiga lärdomar

Kursens framgång beror till stor del på våra duktiga kursledare med mer än 10 års erfarenhet. Särskilt användbar var idélådan – ett enkelt sätt att få fram originella idéer.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Business & Innovation Centre
(BIC) Héraclès
Chèvremont Philippe,
Avenue Général Michel 1E
6000 Charleroi
Belgium

E-mail :
phchevremont@heracles.be

Website :
www.heracles.be

4.3 TV-program för nya företagsidéer – ett initiativ av Skandinaviska Enskilda Banken "Worth a Million"

Beskrivning

Skandinaviska Enskilda Banken har utvecklat ett tv-projekt för alla som vill starta eget – i samarbete med Northtowns teknikpark, Litauens nationella radio och tv, litauiska dagstidningar och Litauens ekonomihögskola. Projektet var det första initiativet i sitt slag på litauisk tv. I programmet fick utvalda deltagargrupper försvara sina affärsidéer inför en panel med kända företrädare för näringslivet. De fyra vinnarna fick 290 000 euro.

Mål

Att uppmuntra innovativa, teknik- och kunskapsbaserade företag. Att visa hur viktigt det är med individuella initiativ.

Målgrupp

Studierande, forskare och avknoppade företag som har affärsidéer men behöver stöd för att kunna genomföra dem.

Startdatum

01/08/2007

Slutdatum

18/06/2008

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Affischer, tidningsannonser, webbplats.

Företagsorganisationers utvärdering

Initiativet togs av SEB, som är Litauens största kommersiella bank. Panelen och SEB delar inte bara ut priser till vinnarna utan ger dem också rekommendationer och praktiskt stöd så att de ska lyckas med sina företag. Det ekonomiska och praktiska stöd som deltagarna och vinnarna får bidrar avsevärt till utvecklingen av Litauens näringsliv.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Brigita Mačiulytė, AB SEB bankas, Vilnius, brigita.maciulyte@seb.lt.

Statistik

Det populära tv-programmet fick in över 1 000 nya affärsidéer från deltagare i åldrarna 20 till 60 år. De 24 tv-programmen har haft drygt 113 000 tittare. Vinnare:

Kęstutis Špokas – tillverkning av exklusiva stoppade möbler. Irmantas Jablonskas – sopprestaurang. Jonas Klimantavičius – hushållsnära tjänster. Dainius Padolinskis – konstgalleri på Internet.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Initiativet visar att det finns behov av praktiskt, professionellt och ekonomiskt stöd. Det har underlättat genomförandet av nya affärsidéer.

Viktiga lärdomar

Enkäter visar att drygt 50 % av alla litauer skulle kunna tänka sig att starta eget, men att väldigt få verkligen omsätter sin affärsidé i praktiken. Vi kommer därför att fortsätta initiativet och organisera ett nationellt projekt för företagsstöd med kurser, föreläsningar och möten med experter och företrädare för näringslivet.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

TV-programmet "Dragon's Den", som har visats i över 30 länder.

Contact

Northtown Technology Park
Tadas Armonas,
J. Galvydzio str. 5 / Zygio str.
96 LT-08236 Vilnius
Lithuania

E-mail :
info@smtp.lt

Website :
www.sebverslomenas.lt;
www.smtp.lt

4.4 Gabinete de iniciativa joven

Beskrivning

Byrån för ungdomsinitiativ (Gabinete de iniciativa joven) är ett företag som ägs av regionen Extremadura. Det stöder en kreativ företagskultur via utbildning och icke formell utbildning. Vi utvecklar färdigheter som kreativitet och samarbets- och ledarskapförmåga. Vi stöder dessutom företagsamma unga människor som vill förverkliga sina idéer och vi förser dem med företagsmöjligheter, sociala projekt och finansiering.

Mål

Utforma och testa kreativa metoder.

Målgrupp

Ungdomar från grundskole- till högskolenivå som vill förverkliga sina idéer. Offentliga och privata organisationer som vill testa nya metoder.

Startdatum

16/11/2004

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Informationskampanjer. Vår slogan: "Ett annat sätt att se på och göra saker".

Företagsorganisationers utvärdering

I början av projektet hade vi diskussioner med nyckelpersoner i regionen för att analysera målen och tillämpa deras idéer på projektet.

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

940 initiativ från entreprenörer. 303 projekt har fått stöd. Finansiering om 2,6 miljoner euro. 350 projekt för 3 500 gymnasieelever. Det experimentella programmet "Fantasi för företagande" på grundskolenivå.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Projektet är ett radikalt experiment som ska omforma myndigheternas service för allmänheten genom att integrera mjuka värden som kreativitet. Det omfattar lärare, utvecklingskonsulter, politiker och allmänheten.

Viktiga lärdomar

I början var de offentliga myndigheterna förändringsovilliga. Begreppet innovation har hittills i första hand lett tanken till teknik och inte till arbetsmetoder för kreativa personer.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

"The Experience Economy" av Joseph Pine (www.strategichorizons.com/joePine.html), socialt entreprenörskap för förändring, www.ashoka.org/

Contact

Regional Government of Extremadura
Guillermo Varela Arjona,
Palacio de Congresos y Exposiciones. Avd. Del Río s/n 06800 Mérida (Badajoz)
Spain

E-mail :
guillermo@iniciativajoven.org

Website :
www.iniciativajoven.org

4.5 Innovationsklubb för hantverksföretag

Beskrivning

I "Innovationsklubben" träffas hantverksföretag regelbundet och utbyter erfarenheter om innovation inom företagsledning, marknadsföring och teknik. Klubben bjuder in personer från olika branscher för att främja utbytet av goda lösningar. Varje möte handlar om ett visst ämne, t.ex. kreativitet, finansiering eller tekniköverföring. Ämnena är oftast av allmänt intresse, men klubben kan även diskutera en av medlemmarnas innovationsprojekt.

Mål

Att utbyta goda lösningar för innovationsstrategier.

Målgrupp

Chefer för hantverksföretag inom t.ex. maskintillverkning, byggverksamhet, mekanik, livsmedel, mode och hälsovård.

Startdatum

01/06/2007

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Hantverksskammaren kontaktade först företag som redan hade deltagit i innovationsprojekt (kurser, innovationstävlingar, studier osv.).

Företagsorganisationers utvärdering

Klubben tillgodser ett uttalat behov hos företagen.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Luxinnovation, Agence nationale pour la promotion de l'innovation et de la recherche, Brigitte Dehaeck, brigitte.dehaeck@luxinnovation.lu; företagaren G. Putz, Imatec sàrl, info@imatec.lu.

Statistik

Deltagarantalet varierar mellan 6 och 25. Efter fem möten deltar nu en kärntrupp i alla möten. Nya idéer dyker upp och en gruppdynamik har vuxit fram. Erfarenheter från liknande klubbar visar att det tar minst 2-3 år innan en klubb är väletablerad.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Om medlemmarna anser att de behöver mer hjälp, t.ex. med nationella eller internationella kontakter, kan man ordna besök eller möten för dem. Efter varje möte minglar deltagarna på en mottagning.

Viktiga lärdomar

Framgångsfaktorer: Ta upp ämnen som direkt berör alla deltagare från de olika branscherna. Motivera deltagarna att dela med sig av både positiva och negativa erfarenheter. Hjälpa dem att överbrygga eventuell konkurrens. Deltagarantalet bör begränsas, så att diskussionerna blir så effektiva som möjligt.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

Innan projektet inleddes gjorde Luxinnovation en studie av liknande projekt i andra EU-länder (t.ex. Frankrike och Tyskland). Liknande projekt finns men är inte specifikt inriktade på hantverksföretag.

Contact

Chambre des Métiers
du Grand-Duché de
Luxembourg
Christiane Bram,
Circuit de la Foire
Internationale 2 B.P. 1604
L-1016
Luxembourg-Kirchberg
Luxembourg

E-mail :
christiane.bram@cdm.lu

Website :
www.cdm.lu

4.6 Tävling – Kreativitet och företagande inom turistnäringen

Beskrivning

Det rör sig om en tävling för utbildningsföretag inom turistnäringen och gäller gymnasieelever. De ska göra ett underhållningsprogram för turister. En riktig resebyrå hittar på uppgiften och står sedan för utvärderingen. Prisutdelningen äger rum på den årliga mässan för utbildningsföretag. Vinnarna kan få praktisera på resebyrån och kan därefter få ett erbjudande om anställning.

Mål

Stödja småföretagens initiativ för att utbilda elever och rekrytera personal. Stimulera elevernas kreativitet och belöna dem för deras företagande. Skapa starka band mellan näringslivet och skolan.

Målgrupp

Elever mellan 16 och 19 år som går turistutbildningar.

Startdatum

01/02/2007

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Webbplats, mässor för utbildningsföretag med företagsföreträdare och icke-statliga organisationer, möten med arbetsgivar- och branschorganisationer.

Företagsorganisationers utvärdering

Tävlingen, praktiken och kontakterna mellan resebyråerna och eleverna har utvärderats av Bulgariens företagsledarforum och centrumet för utbildningsföretag.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Ognyan Blagoev, Miel Travel Sofia, office@miel.travel.

Stamen Tasev, Bulgariens företagsledarforum, Sofia, office@bbf.bg.

Statistik

Två tävlingar för 20 utbildningsföretag med 300 elever per år. 4 praktikplatser på Miel Travel – 2 elever har fått jobb där.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Åtgärden stöder initiativ från små och familjeägda resebyråer för att välja ut och utbilda framtida personal utan arbetslivserfarenhet men med kunskap och motivation för jobbet. Åtgärden stimulerar elevernas initiativtagande, företagande och kreativitet.

Viktiga lärdomar

Vi arbetar med att involvera småföretag från andra branscher och från hela landet i initiativet. De skulle kunna hitta på uppgifter om sin egen bransch och erbjuda eleverna praktikplatser. Vi har även utformat projektet "Företagsklasser", där företagsfolk diskuterar verkliga fall, innovativa lösningar och marknadsinnovationer med utbildningsföretagens elever.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Bulgarian Center of Training
Firms
Mrs. Dariya Mavrudieva,
1 Rozova Dolina St., POB 50
1421 Sofia
Bulgaria

E-mail :
info@buct.org

Website :
www.buct.org

4.7 "Idépriset" – en nationell tävling

Beskrivning

Idépriset är en nationell tävling som har funnits sedan 2007. Tanken är att sprida kunskaper och färdigheter till innovativa idékläckare så att de kan vidareutveckla sina affärsidéer. Varje deltagare får en individuell bedömning av sin affärsidé och expertrekommendationer om hur den kan förbättras. De bästa idéerna kan få startkapital. Tävlingen ger deltagarna dessutom tillfälle att skapa affärskontakter.

Mål

Att uppmuntra människor att starta eget och på så sätt främja Lettlands ekonomiska tillväxt.

Målgrupp

Lettiska medborgare som vill starta eget företag.

Startdatum

01/01/2007

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

Årlig tävling som pågår i sex månader.

Kommunikationsstrategi

Artiklar i stora dags- och affärstidningar. TV-intervjuer med deltagarna.

Företagsorganisationers utvärdering

Många aktörer ser gärna att projektet fortsätter. Antalet partnerorganisationer har ökat från 50 år 2007 till 70 år 2008. Stöd har bland annat uttryckts av Modris Ozoliņš, direktör för Lettlands och Norges MBA-yrkesprogram "Innovation and Entrepreneurship", Rigas tekniska universitet, Modris.ozolins@rtu.lv.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Institutet för innovativa lösningar, www.innovationhub.lv, Uldis Cimdiņš, uldis.cimdins@gmail.com; Veckotidningen "Lietišķā Diena", www.lidiena.lv, Marta Ribele, Marta_Ribele@diena.lv.

Statistik

Över 500 deltagare har lämnat in 376 affärsidéer (40 % fler än 2007). Av dessa gick 104 vidare till nästa omgång. 70 experter och handledare medverkar vid bedömningen och hjälper till med tävlingens aktiviteter. För närvarande omsätts runt 10 – oftast teknikintensiva – affärsidéer i praktiken. Minst 25 % av de inlämnade affärsidéerna har potential för kunskaps- och teknikintensiva företag.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Både partnerorganisationerna och samhället i stort har intresse av att underlätta nyföretagandet i Lettland.

Viktiga lärdomar

Det tog tid att få folk att delta i tävlingen.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Investment and
Development Agency of
Latvia
Vita Brakovska,
Perses St.2 LV-1442 Riga
Latvia

E-mail :
Vita.Brakovska@liaa.gov.lv

Website :
www.liaa.gov.lv



5. Främja kvinnors företagande

Enligt Eurostat är bara 30 % av alla företagare i EU kvinnor. Det innebär att det finns en stor outnyttjad potential som skulle kunna bidra till fler jobb och högre tillväxt. Kvinnor bör därför uppmuntras att starta eget.

Kvinnor möter fortfarande särskilda svårigheter som företagare. Det gäller framför allt problem med barnomsorg, familjeansvar och brist på nätverk.

Medutgångspunkt i kommissionens meddelande om småföretagsinitiativet arbetar generaldirektoratet för näringsliv med att främja kvinnliga företagare och skapa förutsättningar för att kvinnor ska kunna starta och driva företag.

Program till stöd för kvinnliga företagare bör ta hänsyn till deras särskilda behov. I det här kapitlet presenteras ett antal exempel på god praxis från EU-länderna för att hjälpa kvinnliga företagare.

Läs mer:

http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/women/wes.htm

5.1 Ambassadörer för kvinnors företagande

Beskrivning

En företagare förknippas fortfarande ofta med en man. Initiativet Ambassadörer för kvinnors företagande vill ändra på den uppfattningen. Regeringen har därför utsett 880 kvinnliga företagare till "ambassadörer" som ska inspirera andra, berätta sin historia och dela med sig av sina erfarenheter. Tanken är att ambassadörerna ska spegla den bredd som finns i kvinnors företagande. De har därför valts utifrån bransch, företagsstorlek, antal anställda och geografisk spridning.

Mål

Att få kvinnor att se företagande som ett tänkbart yrkesval.

Målgrupp

Kvinnliga företagare - nuvarande och potentiella.

Startdatum

26/03/2008

Slutdatum

31/12/2009

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Ambassadörerna syns på de orter där de verkar. Varje ambassadör förväntas göra minst fyra besök per år, t.ex. på skolor eller i olika nätverk. Kontakter med medier kan också bli aktuella. Webbplatsen "Ambassaden" ska underlätta ambassadörernas kommunikation med varandra.

Företagsorganisationers utvärdering

—

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

Nutek fick in drygt 1 600 intresseanmälningar. De flesta anmälde sig själva, men omkring 300 föreslogs av någon annan.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Projektet uppmärksammar kvinnors företagande på ett enkelt och effektivt sätt och visar att företagande är ett bra alternativ till en traditionell anställning. Ambassadörerna får dessutom tillgång till ett unikt nätverk av andra ambassadörer över hela landet.

Viktiga lärdomar

Projektet har fått stor uppmärksamhet i medierna och många har besökt ambassadörernas webbplats. Ambassadörerna arbetar för en god sak och kan samtidigt marknadsföra sina företag i nationella, regionala och lokala medier.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

Projektet har inspirerats av ett brittiskt projekt med kvinnliga företagsambassadörer.

Contact

Nutek
Gunilla Thorstensson,
Box 4044 102 61 Stockholm
Sweden

E-mail :
gunilla.thorstensson@nutek.se

Website :
<http://ambassaden.nutek.se>;
www.nutek.se

5.2 Nationellt organ för kvinnligt nyföretagande: verksamhet och tjänster "BGA"

Beskrivning

Det nationella organet för kvinnligt nyföretagande (BGA) är en rikstäckande, central inkörsport för information, utbildning och nätverksmöjligheter för kvinnliga företagare. Här finns kunskap och erfarenhet från över 1 500 experter för kvinnor som vill få hjälp med att starta ett nytt eller ta över ett befintligt företag. Via sina regionala representanter i vart och ett av Tysklands 16 delstater fungerar BGA som central plattform för alla viktiga aktörer inom politik, näringsliv, högskolor och den offentliga sektorn. BGA finansieras gemensamt av tre federala ministerier: ministeriet för utbildning och forskning; ministeriet för familj, äldre, kvinnor och ungdomar; ministeriet för ekonomi och teknik.

Mål

Att mobilisera den ekonomiska potentialen hos kvinnliga företagare.

Målgrupp

Kvinnor som redan driver företag, startar nytt företag eller tar över ett befintligt företag.

Startdatum

01/01/2003

Slutdatum

28/10/2010

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Månatliga pressmeddelanden, tidningsartiklar, radio- och tv-inslag, information på Internet. Runt 100 informationsevenemang om året.

Företagsorganisationers utvärdering

Alla relevanta aktörer inom näringsliv och andra sektorer (exempelvis VDU, DIHK, ZDH etc.) har bidragit till att bygga upp BGA:s struktur och verksamhet. De erbjudna tjänsterna har fått ett varmt välkomnande, och målgruppernas reaktioner har varit mycket positiva. BGA utvecklar hela tiden sitt samarbete med näringslivsorganisationer.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU) e.V., Berlin, www.vdu.de.

Statistik

BGA:s webbplats har besökts 9 355 000 gånger. Råd till företagångsbesökare har getts 4 200 gånger. 3 500 evenemang har meddelats. Evenemangen har besökts av 2 600 deltagare. Andra resultat: 320 samarbetsevenemang och mässor, 210 studier.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Det viktigaste resultatet är att BGA har ökat acceptansen för kvinnliga företagare hos näringslivsorganisationerna. E-verktyg: E-utbildning för kvinnliga nyföretagare, e-handledning och e-rådgivning.

Viktiga lärdomar

—

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

bundesweite gründereinenagentur (bga)
Kronenbitter, Iris,
Willi-Bleicher-Str. 19
70174 Stuttgart
Germany

E-mail :
Iris.kronenbitter@gruenderinnenagentur.de

Website :
www.gruenderinnenagentur.de

5.3 Kvinnliga företagare i östra England

Beskrivning

Enterprising Women är ett virtuellt nätverk för kvinnor som startar eget eller utökar sitt företag. Nätgemenskapen har över 5 000 medlemmar som antingen håller på att starta eller driver ett företag. Grundarna är framgångsrika företagare och förmedlar förstahandskunskap om problemen och tjusningen med att starta eget och utvidga verksamheten. Kvinnliga ambassadörer skriver artiklar i lokala tidningar, samtalar med elever, startar stödnätverk och är mentorer för andra företagare.

Mål

Att bidra till kvinnors sociala delaktighet och välbefinnande samt stärka regionens ekonomi.

Målgrupp

Kvinnor i östra England, särskilt de som bor på landsbygden och som har svårt att ta sig till olika centrum på grund av dåliga transporter, barnpassningsproblem och experternas geografiska spridning.

Startdatum

01/01/2006

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Virtuellt medlemskap i stödnätverket, webbplats och nyhetsbrev.

Företagsorganisationers utvärdering

"Det är ovärderligt att ta del av andras erfarenheter och få rätt information när man startar eget." (Sally Aspinall, Cerebral Palsy Physiotherapy Centre Ltd.) Sally startade eget för att hjälpa sin dotter och andra med cp-skador. Eftersom hon inte hittade rätt vård i hemlandet, åkte hon till Polen, där hennes dotter genomgick tre månadslånga behandlingar. Hon beslutade att ta med sig behandlingsmetoden hem. Hon blev medlem i Enterprising Women för att hjälpa andra att starta eget.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Sally Aspinall, info@cppcltd.co.uk, +44 7905 539 212.

Statistik

71 företag som gett 185 jobb. 772 företag har fått hjälp att bli bättre. 1 105 personer har vidareutbildat sig.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Programmet har överträffat alla förväntningar, både vad gäller nya företag och jobb, antal utbildningsdagar och deltagarantal. Forskning visar att kvinnor arbetar bättre och känner sig tryggare när formella och informella miljöer blandas, dvs. exakt det som vi erbjuder.

Viktiga lärdomar

Inledningsvis gällde det att besluta om vi skulle starta ett fysiskt eller virtuellt företagscentrum för kvinnor. På grund av regionens geografi och transportproblem valde vi ett virtuellt centrum. En aktuell fråga är hur nätverket kan bli självförsörjande: vi måste snart börja ta ut medlemsavgifter. Det kan leda till att potentiella eller befintliga medlemmar inte kan delta.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

East of England Development Agency (EEDA)
Yvona Brandstatterova,
Station Road, CB24 9LQ
Histon
United Kingdom

E-mail :
yvona.brandstatterova@
eeda.org.uk

Website :
http://www.enterprising-
women.org; www.eeda.
org.uk

5.4 Handlingsplan för mer entreprenörskap bland kvinnor

Beskrivning

Sju norska ministerier enades 2008 om en handlingsplan för att uppmuntra företagande bland kvinnor. Den innehåller 12 åtgärder, t.ex. utbyggd föräldraledighet för egenföretagare, högre anslag till mikrokrediter och forskningsprogram för att informera kvinnor om företagande. Forskning visar att under 2007 fick kvinnliga företagare bara 19 % av alla bidrag från statliga Innovasjon Norge. I planen fastslår man därför att kvinnliga företagare är en målgrupp för forsknings- och innovationsbidrag.

Mål

Målet i handlingsplanen är att kvinnor ska utgöra 40 % av alla företagare 2013.

Målgrupp

Kvinnor. Kvinnor utgör 60 % av studenterna vid norska universitet, men bara en tredjedel av de som startar eget och endast en sjättedel av de som driver aktieföretag.

Startdatum

01/01/2008

Slutdatum

31/12/2013

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

En målinriktad strategi. Dokumentärfilm om framgångsrika kvinnliga företagare.

Företagsorganisationers utvärdering

I planen ges exempel på framgångsrika kvinnor som berättar om sina erfarenheter, bl.a. Siri Kobberrød (Sæterstad Gård AS) och Edel Elvevoll (Fortuna Oils AS). För att se till att de offentliga stödsystemen stöder planen, är Innovasjon Norge och Forskningsrådet medlemmar av referensgruppen.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Forskningsrådet, Hanne Mari Førland (hmf@forskningsradet.no) och Innovasjon Norge, Anne Marie Kittelsen (anne.marie.kittelsen@innovasjonnorge.no).

Statistik

I en rapport från Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2008 (kan beställas av Eirik Pedersen, ep@kpb.no) utvärderas planens effekter. En lägesrapport visar redan på stora framsteg inom de olika åtgärdsområdena.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Planen har brett politiskt stöd och undertecknades av sju ministerier. Den innehåller konkreta och tidsbestämda mål och 12 åtgärder. Ett forskningsprogram för att informera kvinnor om företagande har startats. Forskningsresultaten ska avgöra hur framtida insatser utformas för att stimulera företagande bland kvinnor.

Viktiga lärdomar

Utforma åtgärder för kvinnor specifikt, särskilt offentliga program, i linje med internationella/ESA-standarder.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

The Norwegian Ministry of
Trade and Industry
Johanna Ellefsen Rostad,
P.O. Box 8014 0030 Oslo
Norway

E-mail :
johanna-ellefsen.rostad@
nhd.dep.no

Website :
www.nhd.no

5.5 Rundabordssamtal för kvinnliga företagare

Beskrivning

Forskning visar att förebilder är bra för nyföretagare och har en uppmuntrande effekt. Irlands handelskammare har därför genomfört åtta rundabordssamtal med åtta deltagare för att hjälpa kvinnliga företagare. Deltagarna fick hjälp av andra kvinnliga företagare som fungerade som handledare under ledning av en erfaren kvinnlig företagare. Deltagarna fick först räkna upp tre hinder som stod i vägen för det egna företagets tillväxt. Sedan fick de beskriva hur initiativet kunde tänkas hjälpa dem och deras företag. Initiativet medfinansierades av den nationella utvecklingsplanens jämställdhetsgrupp med hjälp av EU-medel.

Mål

Att skapa ett forum som hjälper kvinnor att starta och utveckla företag.

Målgrupp

Kvinnliga nyföretagare.

Startdatum	Slutdatum	Övrig information
10/02/2007	Åtgärd utan tidsbegränsning.	—

Kommunikationsstrategi

Rundabordssamtalen avslutades med ett nationellt forum i Kildare.

Företagsorganisationers utvärdering

"Initiativet är en bra chans för företag som vill växa. Deltagarna kunde delta aktivt under ledning av erfarna företagare. Upplägget, valet av ämnen och den goda kommunikationen mellan deltagarna förtjänar särskilt beröm. Jag hoppas att initiativet också når andra länder. På så sätt kan deltagarna lära av varandras erfarenheter och kanske göra affärer med varandra." Martina Minogue, eTeams (företagare och handledare).

Företagsorganisationens adressuppgifter

Paula Fitzsimons, grundare och vd för företaget Fitzsimons Consulting, initiativets nationella chef, paula@goingforgrowth.eu.

Statistik

57 företagare deltog i pilotprogrammet. Av företagen grundades 80 % år 2000 eller senare och sysselsatte mindre än fem anställda.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Både deltagarna och deras handledare var mycket nöjda med programmet. Deltagarna, som ibland kände sig isolerade i sin roll som företagsägare/företagsledare, tyckte att det var mycket stimulerande att träffa andra i en liknande situation. Gruppsamtalen är mycket intensivare än vanligt nätverksarbete, eftersom deltagarna interagerar med handledare som själva är erfarna företagare.

Viktiga lärdomar

Många av deltagarna satsar fortfarande i första hand på lokala marknader. Initiativet förväntas ändra på detta.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Enterprise Ireland,
Entrepreneurship And
Regional Development
Brendan Flood,
4500 Atlantic Avenue,
Westpark - Shannon
Ireland

E-mail :
brendan.flood@enterprise-
ireland.com

Website :
www.goingforgrowth.com;
www.enterprise-ireland.com

5.6 Regionalt program för kvinnors företagande

Beskrivning

Regionalt program för kvinnors företagande inriktat på fyra områden: innovation, krediter, nätverk och information. Exempel på åtgärder: workshopen "Kvinnliga företagare för innovation" och ett gemensamt stånd för företagare på den internationella innovationsmässan i Bologna "Research to Business (R2B)" 2007, pris till den mest innovativa kvinnliga företagaren samt lokala seminarier.

Mål

Att få fler kvinnliga företagare att införa innovationssystem och processer för konkurrenskraftig utveckling samt uppmärksamma innovativt kvinnligt företagande.

Målgrupp

Mikro- och småföretag som drivs av kvinnor, egenföretagare med projekt inriktade på ny kunskap inom vetenskap och teknik.

Startdatum

06/10/2007

Slutdatum

30/10/2008

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Webbplats, lokal presentation av aktiviteter tillsammans med företagsrepresentanter, intervjuer och publikation av bra modeller, telefonservice.

Företagsorganisationers utvärdering

Arkitekten Federica Benfatti betonar att prisen innebär en viktig möjlighet att träffa andra företag och inleda samarbete. Ilva Moretti ser projektet som ett bra exempel på samarbete mellan institutioner.

Företagsorganisationens adressuppgifter

Federica Benfatti, arkitekt, Bologna, fedebenatti@tin.it och Ilva Moretti, regional samordnare för handelskammarens kommittéer för kvinnors företagande, assistenza@assistenziapiacenza.191.it.

Statistik

Tack vare programmet, som funnits i fem år, har antalet företag i regionen som drivs av kvinnor ökat med 5,3 %. Lönsamhetsindex är positiva (produktion +15 % för 2007, +15 % kostnader för utbildad personal, +10 % investeringar i FoU, industripatent, immaterialrätt m.m.). 128 projekt deltog i tävlingen (84 företag, 44 egenföretagare, genomsnittsalder 29–34 år). Mest innovativa branscher var miljöbyggande, bioarkitektur och högteknologiska projekt.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Programmet har gjort att fler kvinnliga företagare investerar i regionala FoU-projekt. Mer information finns i vår rapport om kvinnors företagande i Emilia-Romagna under 2007.

Viktiga lärdomar

Kvinnliga företagare tenderar fortfarande att investera mindre i innovation och forskning än män. Det är därför viktigt att stödja dem inom sektorer där det krävs mer teknisk och vetenskaplig kompetens (hälso- och sjukvård, nanoteknik och IKT).

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

Nej.

Contact

Region Emilia-Romagna,
Directorate for economic
activities and development
Morena Diazzi,
Viale Aldo Moro, 44
40127 Bologna
Italy

E-mail :
Mdiazzi@regione.emilia-
romagna.it

Website :
www.ermesimpresa.it/
imprenditoriafemminile;
www.regionemilia-
romagna.it



6. FRÄMJA ENERGIEFFEKTIVITET I SMÅ OCH MEDELSTORA FÖRETAG

Små och medelstora företag har en viktig roll när det gäller att uppnå målen i **EU:s klimatpaket från 2008**:

- 20 % energibesparingar till 2020
- 20 % mindre koldioxidutsläpp
- 20 % förnybara energikällor senast 2020
- 10 % biobränsle i transportsektorn senast 2020

Små och medelstora företag som använder energi på ett mer ansvarsfullt och effektivt sätt kommer inte bara att **spara pengar**. De kommer också att ses som energi- och miljömedvetna. Företagen bör dessutom bli medvetna om att klimatkraven kan skapa nya **affärsmöjligheter**. Mer investering i ny och effektivare teknik gör att företagen kan ta språnget från ett lyckat pilotprojekt till faktiskt införande och med tiden storskalig användning. I den här broschyren presenteras framgångsrika initiativ för energieffektivitet i EU-länderna.

Ett viktigt EU-program är **Intelligent Energi – Europa (2007–2013)** som finansierar projekt för ökad användning av nya och förnybara energiformer och en bättre energieffektivitet. Programmet ingår i **EU:s program för konkurrenskraft och innovation och har en budget** på 730 miljoner euro. De små och medelstora företagens deltagande prioriteras särskilt.

Företagen kan också få information om bidragsmöjligheter och gällande lagstiftning från sina lokala **energimyndigheter** och parterna i **Enterprise Europe Network**.

Läs mer:

www.managenergy.net; www.ec.europa.eu/enterprise-europe-network

6.1 Varumärket Cleantech Finland

Beskrivning

Drygt 100 av Finlands ledande företag inom ren teknik kom 2008 överens om en gemensam varumärkesstrategi. Varumärket "Cleantech Finland" ska marknadsföra landets miljöföretag med målet att bygga upp landets rykte som en ledande leverantör av ren teknik på världsmarknaden. Finlands näringsliv EK äger varumärket och det finansieras av de organisationer som har rätt att använda det (bl.a. kunskapskluster i energi- och miljöbranscherna).

Mål

Att profilera Finland som det främsta landet inom ren teknik på potentiella marknader till 2012 och öka kunskapen om landets företag bland nationella och internationella aktörer.

Målgrupp

Företag i branscher som energi, avfallshantering och återvinning, vattenhushållning, biobränslen, miljövänliga bostäder osv.

Startdatum

15/01/2008

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Lansering av varumärket på toppmötet om hållbar utveckling i Delhi 2009 med deltagande av världens främsta beslutsfattare på miljöområdet. Finlands president Tarja Halonen invigde evenemanget.

Företagsorganisationers utvärdering

Se http://www.sitra.fi/NR/rdonlyres/E95E8D33-4A85-40D6-AF42-57A61DCCE9A6/1055/FECC_Cleantech_Portfolio_42008.pdf

Företagsorganisationens adressuppgifter

Finlands näringsliv EK, Jukka.Koivisto@EK.fi,
www.desinfinator.com, www.ehovoc.fi, www.vaisala.com, www.dekati.com, www.environics.fi.

Statistik

—

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Via varumärket uppmärksammas små och innovativa företag som samarbetar med större företag. Finland är ingen stor aktör på marknaden, men på vissa områden inom ren teknik, t.ex. energieffektivitet, vattenrening och bioenergi, är landet kunskapsledande globalt sett. Sedan år 2000 har Finland tre gånger blivit rankat etta bland 146 länder i fråga om miljöhållbarhet (ESI index/World Economic Forum).

Viktiga lärdomar

—

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Cleantech Finland / Finpro ry
Santtu Hulkkonen,
P.O. Box 358
00181 Helsinki
Finland

E-mail :
Santtu.Hulkkonen@Finpro.fi

Website :
<http://www.finpro.fi/en-US/Finpro/>

6.2 Pris för energieffektiva företag

Beskrivning

Sedan 1996 anordnas en tävling där man uppmärksammar företag och projekt som arbetar för ökad energieffektivitet och bättre utnyttjande av förnybara energikällor. Delta kan alla företag som under de föregående fem åren har minskat sin energiförbrukning och miljöbelastning genom att investera i energieffektiva eller organisatoriska åtgärder.

Mål

Att få företag och projekt att bli energieffektiva och att utnyttja förnybara energikällor. Utbyte av bra lösningar.

Målgrupp

Industriföretag, tjänsteleverantörer, offentliga sektorn, hyresvärdar och bostadsrättsföreningar som genomför projekt för ökad energieffektivitet.

Startdatum	Slutdatum	Övrig information
09/01/2009	20/04/2009	—

Kommunikationsstrategi

Mediebevakning. Prisutdelning på konferensen för Sloveniens energiansvariga.

Företagsorganisationers utvärdering

Ivan Hribar, vd, Terme Snovik, Slovenien: "Vi tar tacksamt emot priset för energieffektiva företag, eftersom det hjälper oss att visa våra kunder att vi är ett miljövänligt företag. Trots stadig tillväxt har vi lyckats minska vår energiförbrukning, samtidigt som vi har sänkt våra energikostnader med 3 % och våra koldioxidutsläpp med 17 %."

Företagsorganisationens adressuppgifter

Stane Merše, chef för centrumet för energieffektivitet vid "Jožef Štefan"-institutet, Ljubljana, stane.merse@ijs.si, www.rcp.ijs.si/CEU.

Statistik

År 2004 höll vi ett tvådagarsseminarium, där vi presenterade och belönade de bästa lösningarna på området för energieffektivitet och effektivt utnyttjande av förnybara energikällor. Under åren har vi haft runt 1 100 deltagare, och antalet sökande ökar ständigt.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Priset ger företag ett ekonomiskt incitament att utveckla bra projekt på området för energieffektivitet och effektivt utnyttjande av förnybara energikällor. Människor från olika områden (forskningsinstitut, myndigheter, högskolor och näringsliv) uppmantras att samarbeta för att ta fram bästa möjliga projekt.

Viktiga lärdomar

I början var det inte många som tänkte på energieffektivitetsfrågor, och antalet deltagare var därför litet. Med hjälp av en konstant mediebevakning har vi ökat antalet deltagare.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Newspaper Finance /
Institute Jožef Štefan /
Ministry of the Environment
and Spatial Planning
Urška Kukovič (newspaper
Finance),
Dalmatinova 2
1000 Ljubljana
Slovenia

E-mail :
urska.kukovic@finance.si

Website :
<http://www.finance-akademija.si/energetiki/>

6.3 Samordnad livsmedelsdistribution

Beskrivning

Ett antal svenska kommuner har ändrat sitt sätt att transportera livsmedel till daghem, skolor, ålderdomshem osv. Tidigare körde leverantörerna ut sina varor själva till varje ställe, vilket innebar många transporter. Numera köps transporter och livsmedel in var för sig. Leverantörerna kör sina produkter till en gemensam distributionscentral och sedan körs de vidare med en och samma distributör. Antalet transporter har dämed minskat.

Mål

Att ta fram ett säkert och miljövänligt system och ge små leverantörer fler affärsmöjligheter.

Målgrupp

Upphandlare och leverantörer inom transport och livsmedel.

Startdatum

09/01/1999

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

Information på Borlänge kommuns webbplats (www.borlange.se).

Företagsorganisationers utvärdering

—

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

I distributionsnätet ingår 125 kommunala enheter i fyra kommuner. Det nya systemet har lett till färre transportsträckor och minskade utsläpp.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Många mindre lokala leverantörer hade inte kapacitet att köra ut sina varor själva. Med det nya systemet har det blivit lättare för dem att sälja sina produkter, vilket stimulerar konkurrensen. Dessutom har andelen närodlade och ekologiska livsmedel ökat. En annan fördel är att det går att beställa maten via ett datasystem, som både leverantörer och transportörer är kopplade till.

Viktiga lärdomar

Vi hade bara tre månader på oss att införa systemet. Det var förhållandevis kort tid, men det räckte för att få igång den samordnade distributionen. Det kan också vara bra att genomföra nyordningar under tidspress. Då har man inte tid att fundera över allt som skulle kunna gå fel.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Borlänge kommun
Anders Bringborn,
Röda v. 50
78181 Borlänge
Sweden

E-mail :
anders.bringborn@borlange.se

Website :
www.borlange.se

6.4 Miljöbidrag till företag

Beskrivning

År 2004 införde den flamländska regeringen ett system med miljöbidrag. Varje år anordnas tre ansökningsomgångar för företag med investeringsprojekt. De inlämnade förslagen utvärderas och rangordnas och bidragen delas ut till de projekt som kommer högst upp på listan.

Beloppen räknas ut i förhållande till de extra miljökostnaderna för varje del av investeringsprojektet.

Mål

Att uppmuntra företag att satsa på miljövänlig och energieffektiv produktion.

Målgrupp

Små och medelstora företag i Flandern som planerar miljöinvesteringar.

Startdatum	Slutdatum	Övrig information
01/10/2004	Åtgärd utan tidsbegränsning.	—

Kommunikationsstrategi

Dagstidningar, informationsmöten och webbplats med ansökningsformulär.

Företagsorganisationers utvärdering

—

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

Små och medelstora företag står för den största delen av alla miljöinvesteringar. Omkring 88 % av de föreslagna projekten kom från sådana företag. Alla sökande fick bidrag i de första två ansökningsomgångarna.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Samtliga ansökningar uppfyllde kriterierna och alla sökande fick bidrag. Efter den första ansökningsomgången gjorde 240 företag investeringar för 334,76 miljoner euro. De 251 företag som fick bidrag i den andra omgången gjorde miljöinvesteringar för 391,44 miljoner euro.

Viktiga lärdomar

Systemet med miljöbidrag är en succé och budgeten räcker därför inte till för alla sökande.

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

Systemet med miljöbidrag har inspirerats av liknande insatser i Nederländerna (Milieu-investeringsaftrek och Willekeurige Afschrijving Milieu-investering), som är skattesystem för företag som investerar i miljövänliga produktionsmetoder.

Contact

Vlaamse overheid,
Agentschap Ondernemen
Tim Ampe,
Koning Albert II-laan 35
bus 12
1030 Brussels
Belgium

E-mail :
ecologiepremie@vlaanderen.be

Website :
www.vlaanderen.be/
ecologiepremie

6.5 Energibesparing – småföretagslån i Skottland

Beskrivning

Genom energibesparingsprojektet i Skottland (Energy Saving Scotland) erbjuds små och medelstora företag räntefria lån på 1 000–100 000 pund. Pengarna får användas för en rad åtgärder, t.ex. högeffektiva elmotorer, effektivare maskiner och teknik för förnybar energi. Innan ett lån godkänns gör en energikonsult en energiöversyn på företaget. De energibesparande åtgärderna måste vara självfinansierande inom 5 år – för förnybara energikällor är tiden längre.

Mål

Att hjälpa små och medelstora företag att spara energi och minska sina koldioxidutsläpp.

Målgrupp

Skottiska små och medelstora företag med undantag för fiskeriföretag.

Startdatum

08/12/2008

Slutdatum

Åtgärd utan tidsbegränsning.

Övrig information

Startades först som Loan Action Scotland 1999.

Kommunikationsstrategi

Direktutskick. Webbplats med ansökningsblankett. Dvd-skivor med fallstudier.

Företagsorganisationers utvärdering

Harveys Ltd, Loanhead, tillverkare av brevpapper: "Vi har fått två lån för installation av ett nytt värmesystem och skjutdörrar. De nya gasuppvärmda luftvärmarna har effektiviserat uppvärmningen av fabriken, sparar över 4 300 pund per år åt oss och minskar våra koldioxidutsläpp med 52,3 ton. Därför installerade vi automatiska skjutdörrar som minskar värmeförlusterna från byggnaden och sparar 14,9 ton koldioxid och 1 490 pund årligen."

Företagsorganisationens adressuppgifter

Kontaktuppgifter kan fås på begäran.

Statistik

Hittills har 234 lån beviljats till ett värde av drygt 4,8 miljoner pund. Bara under 2007–2008 beviljades hela 68 lån till ett värde av 1,6 miljoner pund och som innebar koldioxidbesparingar på 19 000 ton.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

Efterfrågan på lånen ökar år från år. Lånen ska återbetalas inom 4 år för energibesparingsåtgärder och inom 8 år för installationer för förnybar energi. Återbetalade lån återanvänds för nya lån.

Viktiga lärdomar

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

UK Carbon Trust har infört ett liknande system. Idag samarbetar vi om bästa praxis, kriterier och villkor. Det har lett till förenklingar och en halvering av lånehandläggningstiden till fem arbetsdagar.

Contact

Energy Saving Trust
Matt Fraser,
3rd Floor, Ocean Point 1,
94 Ocean Drive EH6 6JH
Edinburgh
United Kingdom

E-mail :
matt.fraser@est.org.uk

Website :
www.energysavingtrust.
org.uk

6.6 Stöd till energibesparande investeringar

Beskrivning

Bidrag beviljas företag som investerar i kraftvärme, förnybara energikällor och energisparande eller som ersätter el eller annan konventionell uppvärmning med naturgas. Åtgärden är ett led i programmet för näringslivets konkurrenskraft och samfinansieras av EU, grekiska staten och den privata sektorn.

Mål

Att stärka ekonomins konkurrenskraft och se till att det finns energi till rimlig kostnad. Att främja ekologisk hållbarhet och bekämpa klimatförändringen. Att minska beroendet av importerade primärenergikällor.

Målgrupp

Alla företag. De flesta är små eller medelstora.

Startdatum

07/11/2001

Slutdatum

30/04/2009

Övrig information

—

Kommunikationsstrategi

—

Företagsorganisationers utvärdering

—

Företagsorganisationens adressuppgifter

—

Statistik

För närvarande genomförs 129 energibesparingsprojekt. Den årliga primära energibesparingen väntas bli 2 287 488,78 MWh och koldioxidutsläppen väntas minska med 796 865,65 ton per år.

Varför är denna åtgärd så framgångsrik?

—

Viktiga lärdomar

—

Åtgärden har haft detta land eller projekt som förebild:

—

Contact

Ministry of Development
Dimitrios Alexopoulos,
119, Mesogeion Avenue
101-92 Athens
Greece

E-mail :
alexopoulosd@ypan.gr

Website :
www.ypan.gr

NB-BA-08-002-SV-C

ISBN 978-92-79-10062-8



9 789279 100628