

Ansökan om utbetalning - lokalt ledd utveckling

Slututbetalning

Övergripande

Ansökan du söker slututbetalning för

2016-2270-22 Ansökan om projektstöd - Utveckla och förnya nyföretagandet i Falköping

Uppgifter om stödmottagare

Person eller Organisationsnummer	8024373451
Namn	Nyföretagarcentrum Falköping
Utdelningsadress	Nils Ericssonsgatan 5
Postnummer	52131
Postort	FALKÖPING
c/o adress	
Telefonnummer - inklusive riktnummer	051510160
Mobilnummer	0767858600
E-postadress	falkoping@nyforetagarcentrum.se

Kontaktpersoner

Kontaktperson Conny Johansson

Namn	Conny Johansson
Utdelningsadress	Skörstorp Brunnsgården 2
Postnummer	52292
Postort	Tidaholm
Land	Sverige
Telefonnummer	0767858600
Mobilnummer	0767858600
E-postadress	conny.johansson@lofthouse.se
Ansvarsområde	Projektledare

Om utbetalningen

Är du skyldig att redovisa moms för investeringen eller projektet?

Ja

Informationskrav

Har du som stödmottagare en webbplats?

Svar: Ja

Ange adressen till webbplatsen

Svar: www.nyforetagarcentrum.se/falkoping

Har du som stödmottagare under tiden för genomförandet av din investering eller ditt projekt tagit fram informations- eller kommunikationsmaterial som innehåller information om någon del av din investering eller ditt projekt?

Svar: Ja - Skicka in en tydlig kopia av materialet, antingen som en bilaga i denna ansökan eller via post till stödmyndighetens FE-adress.

OM UTBETALNINGEN

Uppgifter om utbetalningen

Är du som stödmottagare skyldig att följa någon av upphandlingslagarna?

Svar: Nej

Försäkrar du att din organisation har riktlinjer för användning av direktupphandling?

Svar: Inte aktuellt

Försäkrar du att din organisation har dokumenterat upphandlingen och skälen för den vid inköp från 100 000 kronor?

Svar: Inte aktuellt

Genomförandet av investeringen eller projektet

Följer investeringen eller projektet ditt beslut om stöd?

Svar: Ja

Andra sökta och beviljade stöd

Har du beviljats andra stöd för utgifter som du tar upp i denna ansökan?

Svar: Nej

Har du sökt andra stöd som du ännu inte har fått beviljade för utgifter som du tar upp i denna ansökan?

Svar: Nej

SLUTREDOVISNING

Beskrivande uppgifter

Här ska ni kort och konkret beskriva ert projekt.

Svar: Utvecklingsprojektet har syftat till att på ett bättre sätt nyttja NyföretagarCentrum Falköping som stöd i nyföretagandet i kommunen. Primära målet har varit att göra olika insatser för att öka trafiken in till NyföretagarCentrum. Genom en mer omfattande verksamhet skulle intresset för eget företag kunna öka och frågor som berör egenföretagandet väckas hos fler. Det sekundära målet är givetvis att genom dessa aktiviteter öka nyföretagandet i kommunen.

Kortfattat har projektet bestått i "fotarbete" – att synas, märkas och delta i en mängd olika forum. Vi har definierat olika målgrupper, vi har gjort en helt ny hemsida och startat kommunikation genom sociala medier. Vi har odlat en bra kontakt med lokaltidningen och tipsat dem om intressanta uppslag vilket genererat hela 18 artiklar i tidningen. Vi har producerat sex st kortare presentationsfilmer på lika många och intressanta egenföretagare som på två minuter fick dela med sig av sin story. Filmerna har publicerats på Facebook (över 62 000 visningar) och på en egen YouTube-kanal. Vi har sett till att kontakta och presentera oss för många olika samarbetspartners, såväl olika organisationer, kommun som näringslivspartners. Vi har presenterat verksamheten och visat att det finns en öppen dörr för hugade egenföretagare, på bl a SFI och på kommunens gymnasium m fl sammanhang. Totalt har över 2600 åhörare suttit i en lektionssal eller aula och lyssnat på PLS presentation vid över 80 olika tillfällen. Några få av dessa tillfällen gjordes i Leadersammanhang där delresultat av projektet presenterades. Ett spin-off-projekt är därutöver en förstudie kring ett co-work i Falköping som på ytterligare ett sätt skulle stötta nya soloprenörer samt kreativa företagare att stanna kvar i Falköping genom att erbjuda en kreativ mötesplats och gemensam arbetsmiljö.

För att på sikt öka möjligheterna till en hållbar finansiering av verksamheten har kontakterna och informationen gentemot näringslivspartners varit viktig. Tre olika informationsluncher har genomförts (kopior på inbjudningar bifogas som bilagor)..

Varför ville ni genomföra projektet?

Svar: Nyföretagandet hade en negativ trend i Falköping där såväl antalet nya företag som Sverige-rankingen i riket gick ned.

NyföretagarCentrum hade en minskade verksamhet och hade svårt att ta nya tag. Det kanske inte ens var aktuellt att öka finansieringen men om man hade försökt hade det säkerligen varit svårt från både kommun och näringsliv. Detta pga att en verksamhet som i tillräcklig grad inte syns, hörs eller märks. Lösningen som diskuterades fram i en brain-storm var att öka aktiviteterna i verksamheten, förbättra närvaron i samhället och marknadsföra mera och därigenom bidra till ett ökat intresse för egenföretagarfrågor. På så sätt skulle trenden kunna vändas så att verksamheten kunde få mer luft under vingarna. För att få mer resurser som skulle hjälpa till att lyfta verksamheten kunde man alltså inte be om mer pengar från kommun och näringsliv utan istället vända sig till någon form av extern bidragsfinansiering. Ett projekt och bidrag från Leader skulle visa sig utgöra en bra lösning i att "ta sig över tröskeln", vilket bevisligen haft avsedd effekt eftersom såväl verksamhetens omfattning som finansiering från kommun och näringsliv sedan visat sig öka markant under projektperioden.

Var genomfördes projektet?

Svar: Primärt i Falköpings kommun men projektet har även kommunicerats och berört närliggande kommuner i Skaraborg.

Vad har ni genomfört i projektet?

Svar: - Brainstorm

- Målgruppsanalys
- Facebooksida med löpande kommunikation
- Ny hemsida, löpande uppdateringar
- Pressbearbetning, har gett 18 artiklar i lokaltidningen.
- Sex Facebooksfilmer à ca 2 minuter har gett >62 000 visningar
- >80 presentationer för >2600 åhörare.
- Förstudie: Co-Work Falköping
- Samarbete med flera organisationer, företag och kommun såsom: Företagarna, Fastighetsägarna, Aktiv Handel Falköping, LRF, Ung Företagsamhet, Ällebergsgymnasiet, Ung Arena 9.0, Rotary, Lärcenter, Coompanion, Connect Falköping, Arbetsförmedlingen, Almi, Skatteverket, banker, försäkringsbolag, redovisningsbyråer m fl – totalt drygt 30-tal företag i Falköping/Skaraborg.
- 3 st informationsluncher för samarbetspartners
- Projektledning och närvaro.
- mm mm

Tidsredovisningen har skett enligt följande uppdelning:

- Nätverkande
- Marknadsföring

- CoWork
- Ambassadörer/mentor
- Samarbetspartners
- Aktiviteter
- Information

Dessa rubriker gav initialt en övergripande struktur och hjälp att dela in budget emedan arbetet har skett gränsöverskridande och därför varit svårt att exakt dela in i dessa områden.

Vilka har genomfört projektet?

Svar: Samtliga aktiviteter har skett under varumärket NyföretagarCentrum Falköping.

PL har varit Lofthouse AB/Conny Johansson som även är verksamhetsledare och rådgivare i ordinarie verksamhet.

Den ideella föreningens ordförande: Magnus Sundén

Den ideella föreningens styrelse består av ca 10 personer från kommun och näringsliv.

Ett 30-40-tal samarbetspartners har varit informerade och i vissa fall involverade som extra rådgivare/mentor/ambassadörer.

Under projekttiden har ca 500 personer fått rådgivning på NyföretagarCentrum Falköping.

Vilka mål har ni haft i projektet?

Svar: 1) Ökad rådgivning

2) Ökat antal nya företag i Falköping (jmf 2015 då 97 st nya företag startades) samt en tydligare uttalad entreprenörskultur.

3) Större intäkt från kommun och näringsliv för ordinarie verksamhet

Vilka resultat har projektet skapat?

Svar: 1) ÖKAD RÅDGIVNING

(jämförelseår 2015: 50 affärsidéer, 69 rådgivningar, 52 adepter)

2016: 77 affärsidéer, 140 rådgivningar, 87 adepter

2017: 102 affärsidéer, 190 rådgivningar, 129 adepter

2018: 96 affärsidéer, 173 rådgivningar, 137 adepter

2019: 134 affärsidéer, 273 rådgivningar, 174 adepter

2020 t o m 17/12: 158 affärsidéer, 380 rådgivningar, 197 adepter

En jämförelse mellan 2015 och 2020 visar att under projektperioden har:

- antalet affärsidéer ca 3-dubblats

- antalet rådgivningar har femdubblats och

- antalet adepter har fyrdubblats.

(se slutrapport sid 10).

NYA FÖRETAG

Enligt NyföretagarBarometern startade följande antal nya företag i Falköping (registreringar på Bolagsverket):

(jämförelseår 2015: 97 st)

2016: 121 st

2017: 128 st

2018: 132 st

2019: 118 st

Vid en procentuell jämförelse under projektperioden ligger utvecklingen i Falköping 23 procentenheter bättre än medelvärdet för riket i övrigt (som minskat 1 procentenhet under projektperioden, se slutrapport sid 12).

BisnisAnalys som mäter det totala antalet registrerade F-skattsedlar visar också en ökning:

(jämförelseår 2015: 202 st)

2016: 248 st

2017: 228 st

2018: 247 st

2019: 271 st

Ökningen i Falköping är 34% medan medeltalet för riket är 22%. Falköping har alltså ökat 12 procentenheter mer än Sverige i övrigt (se slutrapport sid 12).

ÖKAD FINANSIERING

Näringslivets finansiering till ordinarie verksamhet har dubblerats från 75 tkr 2015 till 150 tkr 2020.

Kommunal finansiering för ordinarie verksamhet har ökat med drygt 150% från 75 tkr 2015 till 200 tkr 2020 (motfinansieringen i leaderprojektet ligger utanför denna siffra). Föreningens styrelse bedömer att det finns

goda möjligheter att öka finansieringen ytterligare, vilket nu krävs för att verksamheten ska upprätthållas på samma nivå som under projektperioden. Målsättningen är ca 300 tkr från vardera part, 600 tkr totalt/år.

Hur har ni förankrat projektet?

Svar: Näringslivschefen på Falköpings kommun initierade tankarna om ett utvecklingsprojekt eftersom statistiken inte såg bra ut för Falköpings del. Detta togs upp i styrelsen, som genomförde en "brain storm-aktivitet" tillsammans med ytterligare näringslivsprofiler och representanter för olika kommunala instanser. Aktiviteten gav en mängd olika idéer till genomförande och aktiviteter. Projektledaren formulerade därefter en projektplan och ansökan som förankrades i såväl styrelse, kommun som deltagarna i brain storm-aktiviteten. Idéerna stämde även av med leaders verksamhetsledare och intern på Falköpings kommun.

Under projektperioden (som senare förlängts från 3 år till 4,5 år eftersom medel fanns kvar i projektet efter 3 år) har avstämningar och delrapporter lämnats gentemot samtliga intressenter. Fyra olika presentationer har genomförts i olika Leadersammanhang, presentationer har gjort gentemot Falköpings kommun, styrelsen har sammanträtt 4-6 gånger per år och information har lämnats till samarbetspartner dels via sociala medier, dels i ett brev en gång per år samt vid de årliga info-luncherna som projektet har initierat.

Beskriv projektets tänkta målgrupp.

Svar: Hugade egenföretagare oavsett ålder, kön, härkomst eller profession. Speciellt har vi definierat följande målgrupper:

- Gymnasieungdomar
- Nya svenskar
- arbetssökande
- anställda i medelåldern, mitt i livet, vill pröva nytt
- kvinnor
- pensionärer
- "extraknäckare"
- m fl

Har projektet även gynnat andra målgrupper? Beskriv i så fall vilka och på vilket sätt?

Svar: Alla tjänar på ett ökat nyföretagande. "Handel föder handel". Fler nya företag ger högre sysselsättning och högre skatteintäkter. Den som lämnar en anställning för att starta eget företag, ger plats till någon annan. Ett ökat egenföretagande berör alla i hela samhället.

NyföretagarCentrum Sverige gav för några år sedan IUC (Industriellt utvecklingscentra) i uppdrag att göra en samhällsekonomisk kalkyl med utgångspunkt i vad NFCs verksamhet kan generera - vilket ekonomiskt bidrag nystartade företag som fått rådgivning ger tillbaka till samhället. Kalkylen på riksnivå är väl underbyggd. När dessa siffror bryts ned till lokal nivå för Falköpings del innebär det samtidigt att man gör vissa antaganden som kan ge avvikelser. Räkneexemplen ger ändå en bra ungefärlig indikation på vad verksamhetens nyföretagare och ökning i nyföretagande, kan vara värt i skattekonor lokalt i Falköping, (se slutrapport sid 14-15). Nedbrytningen visar i så fall att samhället fått tillbaka ca 9,6 MSEK i ökade skatteintäkter över den 4,5 år långa projektperioden (jmf med projektets budget om 1,35 MSEK). Kommunen har med samma beräkningsmodell fått 2,3 MSEK i ökade skatteintäkter under samma period (jmf kommunens motfinansiering på 465 tkr).

Har ni genomfört projektet så som ni skrev i ansökan om stöd?

Svar: Ja

Har ni samarbetat med andra i ert projekt?

Svar: Ja

Ange vilka andra aktörer ni samarbetat med för att nå projektets syfte och mål.

Svar: Följande organisationer/kommun/företag m fl har på olika sätt berörts och/eller varit involverade i projektet.

Falköpings kommun
Lärcenter, kommunala vuxenutbildningen, SFI, YH
Hermods
Eductus
Från A till Ö
Arbetslivsresurs
Ållebergsgymnasiet
Aktiv Handel Falköping
Ållebergshandlarna

UF
Ung Arena 9.0
Rotary
Coompanion
Connect Falköping
Företagarna
Fastighetsägarna
Visit Hornborga
Funktionshinderrådet
LRF
Arbetsförmedlingen
Almi
Skatteverket
Banker
Försäkringsbolag
Redovisningsbyråer
30-40 företag i Falköping
Fiberförening
m fl m fl

När bedömer ni att projektet ger full effekt?

Svar: Det har redan gett full effekt

Hur har ni spridit projektets resultat?

Svar: Pressbearbetning: Ca 18 artiklar i Falköpings tidning kring egenföretagare och projektets genomförande.

Genom fyra presentationer i olika Leadersammanhang från Östra Skaraborg, hela Skaraborg, Västra Götaland till Finland.

Hemsidan

Facebook

YouTube

Ca 80 presentationer för drygt 2600 personer.

mm

Avslutande pressträff 3/11 (tyvärr endast med Falköpings tidning pga Coronakrisen).

Hur har ni arbetat för att projektets resultat ska leva vidare efter att projektet avslutats?

Svar: Den långsiktiga finansieringen av föreningens ordinarie verksamhet blir avgörande. Efter projektets slut ska ordinarie finansiering täcka upp så att samma arbetssätt/verksamhet som under projektet, ska kunna fortsätta på motsvarande ambitionsnivå. Redan har finansieringen ökat till över det dubbla. Den behöver ytterligare öka med ca 50-75%, vilket styrelsen ser positivt på.

Vilka erfarenheter har ni fått genom projektet?

Svar: Framgången i projektet beror till stor del på att vi haft möjlighet att vara frikostiga med arbetstimmar. PL brukar berätta om att det mest handlat om "fotarbete" – alltså att det funnits resurser att presentera sig och verksamheten i alla dessa sammanhang, att aldrig behöva säga nej till presentationer utan alltid finnas till hands. Totalt har alltså över 2600 personer suttit i ett rum (vilket skett vid över 80 tillfällen) och fått en personlig presentation kring vad NFC är och vad vi kan erbjuda. Dessa aktiviteter i kombination med sociala medier, hemsida, pressbearbetning och det breda samarbetet med så många olika organisationer – får antas vara avgörande för projektets goda resultat. Arbetssättet med att göra sig brett tillgänglig och "aldrig behöva säga nej till att göra olika insatser", avviker troligen ganska mycket från verksamheter på andra orter inom NFC. Traditionellt har NFCs verksamhet omgärdats av en stor andel ideellt arbete av äldre egenföretagare. Gruppen rådgivare förnygras ständigt och idag har varumärket givetvis en mer differentierad sammansättning, men en kvalificerad bedömning är att de flesta andra NFC troligen tvingas vara "mycket snålare" med arbetstimmar och externa insatser inom de olika områden som vi bedömer varit avgörande för framgången inom vårt projekt.

Har något gått bättre än planerat?

Svar: Att verksamheten avseende antalet adeptter, affärsidéer och rådgivningstillfällen skulle 3-, 4- resp 5-faldigas under projektperioden går långt utöver vad vi kunde föreställa oss innan.

Vilka svårigheter eller hinder har ni upplevt under projektets gång?

Svar: Egentligen har inte projektet upplevt några större svårigheter. Möjligen kan man nämna att de företag som är samarbetspartner gärna är informerade och insatta, men att man inte i någon större utsträckning är

redo att engagera sig djupare. Till detta har man inte tid, utan lämnar med varm hand över drift och genomförande till NFC, styrelse och verksamhetsledare/PL även om man givetvis alltid är redo att hjälpa till med ett visst mått av rådgivning och mentorskap.

De justeringar som fått göras i ursprunglig planering är t ex införande av s.k. Ambassadörer, där meningen var att mer formellt utse engagerade personer inom både näringsliv och offentlig förvaltning som kunde få ett "intyg/diplom" på sin kunskap om NFC och därmed kunna företräda verksamheten och bli en förlängd arm för marknadsföring, mentorskap och rådgivning. Pga det vi beskrivit ovan har detta inte blivit officiellt genomfört. Dock råder det ingen brist på informella "ambassadörer" eftersom varumärket är så mycket mer välkänt och etablerat idag jmf med för fem år sedan. Ett mätvärde som verifierar detta är att adepterna idag i mycket hög grad anger att de kommit till NFC på rekommendation av vänner/bekanta samt efter info från NFC, (se slutrapport sid 9).

Hur fortsätter projektets verksamhet efter projektets slut?

Svar: NFC Falköping planerar fortsätta arbeta på samma framgångsrika sätt även efter projektperioden givetvis. Trafiken in till NFC 2020 är större än något tidigare enskilt år. Vi har ett bra samarbete med samtliga nämnda organisationer/företag samt en öppen kommunikation kring ytterligare utvecklingsmöjligheter. Finansiellt planerar styrelsen för att öka insatsen från såväl näringsliv som kommun, vilket ändå blir en viktig och avgörande utmaning de närmaste åren.

Vilka rekommendationer skulle ni ge till andra som vill genomföra liknande projekt?

Svar: Bred förankring i kommun och näringsliv. Hitta rätt personal till PL och rådgivning. Underskatta inte betydelsen av ett brett och tidskrävande "fotarbete".

Hade projektet genomförts även utan stöd?

Svar: Nej

Motivera ditt svar.

Svar: NyföretagarCentrum Falköping hade inte haft möjligheten att växla upp verksamheten och nå ut på det här sättet utan ett Leaderbidrag. Troligen hade verksamheten fortsatt på samma nivå som 2015 utan de extra aktiviteterna, ny personal hade inte kunnat rekryteras och det är frågan om verksamheten hade överlevt någon längre tid som en lokal förening i Falköping. Det lyft vi sett i omfattning och resultat hade uteblivit utan Leaderbidrag.

Har stödet bidragit till att verksamhet finns kvar?

Svar: I hög grad

Motivera ditt svar.

Svar: Något var tvunget att göras. Såväl näringsliv som kommun ifrågasätter givetvis en verksamhet som inte ger tillfredsställande resultat eller syns/märks i förväntad omfattning. Det finns exempel på kommuner där NFC blir av med kommunal finansiering eller har mycket svårt att få tillräckliga intäkter från näringslivet. Det finns också exempel på NFC föreningar som tvingats gå upp i större föreningar, vilket på sikt innebär ett mindre och sämre lokalt fokus på den egna kommunens företag. Projektet har definitivt lett till att eventualiteten för en sådan utveckling kunnat undvikas i Falköping.

Vilka effekter har projektet bidragit till? Du kan ange flera.

Svar: Ökad kompetens eller lärande, Nya samarbeten eller nätverk, Ny eller innovativ teknik, produkter eller tjänster, Ökad lönsamhet för ditt företag, En bättre miljö, Fler jobb, Utvecklingen av den lokala landsbygden, Bevarad eller ökad biologisk mångfald

Uppföljning av ideella resurser

Hade ni med ideella resurser i projektet?

Svar: Ja

Beskriv det ideella arbetet.

Svar: De tre viktigaste och enklast beräknade ideella insatserna är:

1) Styrelsens/styrgruppens arbetstid och engagemang har varit ideell utan extra ersättning. De har ständigt berörts av projektet och NFCs verksamhet men om vi räknar enbart den tid de lagt ned på styrgruppsmöten

motsvarar det 4-6 st per år. Om vi antar att det varit i medel 10 pers x 5 möten à 3 h x 4,5 år = 750 h à 220 kr/h = 165 000 kr.

2) Samtliga adepter som kommer på rådgivning gör det av egen fri vilja på ideell bas. Antalet rådgivningstimmar under projektperioden har varit drygt 1600h. Om man beaktar att vi i medel har 1,3 adepter per affärsidé innebär detta ca 2100 ideella timmar à 220 kr = 462 000 kr.

3) De >2600 åhörarna vid de 80 muntliga presentationerna har till viss del varit i utbildningsinsatser, många har också deltagit på diverse informationsträffar på fritiden. Låt oss inkludera samtliga i den ideella insatsen, vilket ger 2600 personer à 1h = 2600 h à 220 kr = 572 000kr.

Dessa ideella timmar summerar därför till ca 1,2 MSEK.

Hur stort blev värdet på det ideella arbete, som ingick i projektet?

Svar: 1200000

Beskriv de övriga ideella resurserna.

Svar: Egentligen inga utöver ideellt arbete.

Hur stort blev värdet på ideella resurser, som ingick i projektet?

Svar: 0

Resultat för sysselsättning och nya företag

Hur många timmars sysselsättning per år, som är bestående efter projektets slut, har projektet skapat för kvinnor?

Svar: 53700

Motivera ditt svar.

Svar: Här finns ingen exakt beräkningsmodell. Låt oss titta på ett par olika sätt och börja med den mest försiktiga.

1) Enligt NyföretagarBarometerns årliga statistik har nyföretagandet i Falköping ökat med 23% mer än Sverige-snittet över hela projektperioden (se slutrapport sid 12). Det skulle innebära att de 499 nya företag som startats i Falköping under projektperioden istället hade varit 406 st (499/1,23). Mao har det startats 93 fler företag i Falköping pga den större ökningen som vi i det här fallet tillåter oss tillskriva projektet i sin helhet. Enligt NFCs nationella statistik genererar varje företagsstart i medel ETT årsarbete. Enligt vår egen statistik utgör de som fått rådgivning 40% kvinnor och 60% män. Därmed skulle ökningen i antalet årliga sysselsättningstimmar, ackumulerat efter fyra års projekt för kvinnor motsvara 93 x 1720h x 40% = knappt 64 000h. Enligt NFC nationella statistik finns 84% av de företag som fått rådgivning på NFC kvar efter tre år vilket i så fall ger 53 700 kvinnliga sysselsättningstimmar.

2) Ett annat beräkningsätt som ger ett högre värde är att utgå från samtliga nystartade företag, men bara de som fått rådgivning på NFC. Enligt NyföretagarBarometern har det under projektperioden startats 499 nya företag i Falköping. Av dessa har minst 189 fått rådgivning på NFC (se slutrapport sid 13). Mao kan man anta att 40% x 189 företag x 1 årsarbete ger 76 kvinnliga i årsarbeten à 1720h vilket motsvarar ca 130 000 h. Reducerat med 84% på samma sätt som i alt. 1 ovan så ger detta 110 000 kvinnliga sysselsättningstimmar, (en siffra som vi alltså inte redovisar ovan, men tar som jämförelse och som verifierar att redovisad siffra är den mer försiktiga).

3) Den beräkningsmodell som ger allra högst värde är att titta på BisnisAnalys statistik som visar det totala antalet nystartade företag/F-skattsedlar (inte bara dem som registreras på Bolagsverket), vilket är dubbelt så många (994 st) som enligt NyföretagarBarometern. Med samma sätt att räkna som ovan så skulle det totala antalet sysselsättningstimmar för kvinnor per år bli ca 220 000h.

Hur många timmars sysselsättning per år, som är bestående efter projektets slut, har projektet skapat för män?

Svar: 80600

Motivera ditt svar.

Svar: Motsvarande beräkningar görs på samma sätt för män, vilka utgör 60% av nyföretagarna – vilket då ger:

- 1) 80 600 timmar enligt det mest försiktiga sättet att räkna – enbart hur mycket större ökningen varit i Falköping jämfört med riket.
- 2) 165 000 timmar baserat på NyföretagarBarometerns statistik för antalet timmar i nystartade företag som fått rådgivning.
- 3) 330 000 timmar baserat på BisnisAnalys statistik som alltså visar dubbelt så många nya företag som NyföretagarBarometern.

Hur många nya företag har projektet skapat?

Svar: 93

Motivera ditt svar.

Svar: Se slutrapport sida 12-13

I enlighet med beräkningarna på förra punkten motsvarar den större ökningen av nyföretagandet i Falköping över hela projektperioden totalt 93 fler företag än om ökningen hade uteblivit, vilket vi alltså tillåter oss att tillskriva projektet i sin helhet.

Totalt har 189 nystartade företag (38% "marknadsandel" av 499 st) fått rådgivning på NFC i Falköping under projektperioden (mätningen avser endast 4 år dock – projektperioden är 4,5 år). Denna siffra baseras på Nyföretagarbarometerns statistik som alltså inte visar de företag som enbart startas med F-skattsedel utan enbart registrering på Bolagsverket. Om man räknar in dessa kunde antalet vara ca dubbelt så stort.

Resultat och uppföljning för EU-gemensamma indikatorer

Hur stor blev företagets eller företagets egen privata insats i kronor?

Svar: 0

Stärkte projektet kopplingen mellan land och stad?

Svar: Ja

Beskriv på vilket sätt.

Svar: Alla är välkomna till NyföretagarCentrum – såväl den som startar en verksamhet i staden som den som startar på landsbygden. Många av de affärsidéer som passerat förverkligas antingen i någon av omkringliggande samhällen i kommunen eller som landsbygdsföretag.

Hur många företag fick stöd genom projektet?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Ej aktuellt

Hur många företag fick bidrag genom projektet?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Ej aktuellt

Hur många företag fick annat stöd än ekonomiskt genom projektet?

Svar: 189

Motivera ditt svar.

Svar: 579 adepter som startade minst 189 nya företag fick rådgivning under projektperioden vid 1026 tillfällen, se slutrapport sid 6-7.

Hur många organisationer fick stöd genom projektet?

Svar: 1

Motivera ditt svar.

Svar: Det är NyföretagCentrum Falköping som erhållit Leaderbidraget. NFC Falköping är en ideell förening med F-skatt och redovisningsskyldig för moms.

Resultat för indikatorer definierade av Jordbruksverket

Hur många nya produkter har projektet skapat?

Svar: 40

Motivera ditt svar.

Svar: I vår statistik finns inga uppgifter om exakt vilka företag som har innovativa produkter/tjänster. Men anta att varje nystartat företag står för en produkt eller tjänst och att uppskattningsvis 1 av 5 företag erbjuder produkter så ger detta ca 40 st nya produkter.

Hur många nya tjänster har projektet skapat?

Svar: 150

Motivera ditt svar.

Svar: I enlighet med ovan. 4 av 5 nya företag kan antas erbjuda tjänster vilket ger ca 150 nya tjänsteföretag. I vår statistik finns inga uppgifter om exakt vilka företag som har innovativa produkter/tjänster.

Hur många nya fysiska anläggningar har projektet skapat?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Ej aktuellt

Hur många nya fysiska mötesplatser har projektet skapat?

Svar: 1

Motivera ditt svar.

Svar: Projektet har väl egentligen bara skapat EN ny mötesplats, nämligen NyföretagarCentrums mötesrum som etablerats som en naturlig plats att träffa en rådgivare/egenföretagare för att diskutera en affärsidé.

Men projektet har lett till att PL varit ute och presenterat NFC vid mer än 80 olika tillfällen. Uppföljningen i aktivitetsplanen visar att dessa skett på totalt 36 olika "arenor".

När spinoffprojektet Co-work Falköping förverkligas, troligen om något år, kommer ytterligare en viktig mötesplats att ha skapats.

Hur många nya tekniker har projektet infört?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Ej aktuellt

Hur många nya fritids- och kulturverksamheter har projektet skapat?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Ej aktuellt

Hur många nya nätverk/samarbetskonstellationer har projektet skapat?

Svar: 50

Motivera ditt svar.

Svar: Fruktsamma och fördjupade samarbeten har skett med ett 40-tal samarbetspartner (se slutrapport sid 4) samt ett 10-tal övriga organisationer såsom Coompanion, Connect Falköping, Lärcenter, Ung Företagsamhet m fl (se slutrapport sid 3) .

Hur många nya virtuella mötesplatser har projektet skapat?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Ej aktuellt

Hur många nya dagsbesökare har projektet skapat?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Ej aktuellt

Hur många av nya besökare är turister?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Ej aktuellt

Hur många nya övernattningar (gästnätter) har projektet skapat?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Ej aktuellt

Publicering av projektet

Ange för- och efternamn

Svar: Conny Johansson

Ange telefonnummer

Svar: 0767-858600

Ange e-postadress

Svar: falkoping@nyforetagarcentrum.se

Utgifter

Nr	Underlagnr	Fakturanr	Fakturadatum	Betaldatum	Utgiftstyp	Leverantör	Beskrivning	Belopp (kr) **
1	1	1432	2020-09-11	2020-09-21	Indirekta kostnader	Lofthouse	PL mm	10240.00
2	2	1437	2020-11-05	2020-11-23	Indirekta kostnader	Lofthouse	PI mm	68000.00
3	3	4076	2020-11-25	2020-12-01	Indirekta kostnader	Skaraborgs Offset Tryck slutrapport		4600.00
4	4	1441	2020-12-03	2020-12-04	Indirekta kostnader	Lofthouse	PL mm	27000.00

** Exklusive moms

Summa utgifter exklusive moms: 109840.00 kr

Dina redovisade utgifter har betaldatum mellan 2020-09-21 och 2020-12-04

Finansiering

Bilagor

Bifogade bilagor

- Annan bilaga: 20180926_samarbetspartnerlunch.pdf
- Annan bilaga: 20191104_partnerlunch.pdf
- Annan bilaga: 20201013_partnerlunch.pdf
- Annan bilaga: 20201202_Aktivitetsplan_slutlig.xlsx
- Annan bilaga: 20201211_Bega_ranUtbetalning6_sammansta_llning.pdf
- Annan bilaga: 20201211_Dagbok_20200701_20200831.pdf
- Annan bilaga: 20201211_Dagbok_20200901_20201031.pdf
- Annan bilaga: 20201211_Dagbok_20201101_20201203.pdf
- Annan bilaga: 20201211_Lofthouse1432_betalningsbevis.pdf
- Annan bilaga: 20201211_Lofthouse1437_betalningsbevis.pdf
- Annan bilaga: 20201211_Lofthouse1441_betalningsbevis.pdf
- Annan bilaga: 20201211_SkaraborgsOffset4076_betalningsbevis.pdf
- Annan bilaga: 20201211_fakturaLofthouse1432.pdf
- Annan bilaga: 20201211_fakturaLofthouse1437.pdf
- Annan bilaga: 20201211_fakturaLofthouse1441.pdf
- Annan bilaga: 20201211_fakturaSkaraborgsoffset.pdf
- Annan bilaga: Slutrapport_LR_www.pdf

196503195957