

# Slöjdnäring i nätverkan

En intervjubaserad studie av olika aktörers  
perspektiv på näringens utveckling

**Veronica Olofsson**

Uppsats för avläggande av filosofie kandidatexamen i  
Kulturvård, Ledarskap i slöjd och kulturhantverk

15 hp

Institutionen för kulturvård  
Göteborgs universitet

2014:34





# Slöjdnäring i nätverkan

En intervjubaserad studie av olika aktörers  
perspektiv på näringens utveckling

Veronica Olofsson

Handledare: Katarina Saltzman

Kandidatuppsats, 15 hp  
Ledarskap i slöjd och kulturhantverk  
Lå 2013/14



Bachelor's programme in Leadership and in Handicraft  
Graduating thesis, BA/Sc, 2014

By: Veronica Olofsson  
Mentor: Katarina Saltzman

Swedish handicraft business in networking  
An interview based survey of various actors' perspectives on the business  
development

#### ABSTRACT

This paper deals with various actors' perspectives on the business development in Swedish handicraft business. The survey takes the view of the active, professional craftsperson, in examining the development direction of the channels and networks. This is performed by an inductive method through qualitative interview techniques and document studies. The purpose is to show the importance of interaction between craftspersons and authorities at regional and national levels, in order to develop the handicraft business.

The survey shows the development direction of the channels and networks that are of importance for active, professional craftspersons. Concerning selling their products the most important distributional channels have shifted from selling directly to visiting customers to online stores, trade shows, social media and exhibitions. The interviews reveal a pronounced need for a national register with handicraft business in an Internet based platform that gathers craftspersons, craft objects and courses. It is clear there is a connection between professional practitioners who are able to live on handicrafts and the preservation of techniques and material knowledge in handicraft transferred into the future. The craft association issue springs from the need to start a dialogue on how to strengthen the handicraft business. The study points out that the cultural entrepreneur often "falls between the cracks" of the social structures. The survey shows the need of explicit support customized for handicraft business and that the realization of a craft association needs to be examined.

The trend can be seen towards larger networking and a more distinct communicating the inherent values of the handicraft to strengthen it as a business branch.

Title in original language: Slöjdnäring i nätverkan  
En intervjubaserad studie av olika aktörers perspektiv på näringens utveckling  
Language of text: Swedish  
Number of pages: 39+ appendix  
Keywords: (handicraft, network, combiner, organization, business, development)

ISSN 1101-3303  
ISRN GU/KUV—14/34--SE



# Innehållsförteckning

<b>1. INLEDNING</b> .....	10
1.1 Bakgrund .....	10
1.2 Forsknings- och kunskapsläget .....	11
1.3 Problemformulering .....	13
1.4 Frågeställningar .....	13
1.5 Syfte .....	13
1.6 Målsättning .....	14
1.7 Avgränsningar .....	14
1.8 Metod .....	14
1.9 Teoretisk ansats .....	15
1.10 Etiska frågeställningar .....	16
1.11 Källmaterial och källkritik .....	16
<b>2. UNDERSÖKNING</b> .....	18
2.1 Genomförande .....	18
2.1.1 Kvalitativ intervju .....	18
2.1.2 Dokument som tilläggsdata .....	19
2.2 Entreprenörskap inom slöjd .....	19
2.2.1 Kombinatörsrollen .....	20
2.2.2 Förtjänst i slöjdföremål och slöjdkunskaper .....	21
2.3 Kanaler .....	22
2.3.1 Marknader .....	23
2.4 Nätverk .....	23
2.4.1 Hemslöjdskonsulenternas roll .....	25
2.5 Utveckling inom slöjdnäringen .....	26
2.5.1 Internationella möjligheter .....	27
2.5.2 Nationell nätverkan .....	27
<b>3. DISKUSSION OCH SLUTSATSER</b> .....	31
3.1 Entreprenörskapets utveckling .....	31
3.2 Kanaler och nätverks betydelse .....	31
3.3 Utvecklingsbehov .....	32
3.4 Utvecklingsriktning .....	34
<b>4. SAMMANFATTNING</b> .....	36
<b>5. FÖRKORTNINGS- OCH ILLUSTRATIONSFÖRTECKNING</b> .....	37
<b>6. KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING</b> .....	38
<b>BILAGA 1 UNDERLAG, INTERVJUFRÅGOR</b> .....	40

# 1. INLEDNING

## 1.1 Bakgrund

Slöjden har gått från att enbart vara behovsbaserad produktion i det egna hemmet till att idag finns slöjdare som i olika omfattning försörjer sig på att sälja slöjdade föremål eller sina slöjdkunskaper. Detta sker i sådan omfattning att man talar om det som en egen näring, slöjdnäringen. Denna uppsats är en undersökning av denna samtida slöjdnäring, hur den nätverkar och vilken utveckling som sker inom den.

Den samtida slöjdnäringen i Sverige är i rörelse och förutsättningarna förändras och kräver nya vägar. I början av 2000-talet fick Verket för näringsutveckling, Nutek, i uppdrag av regeringen att kartlägga och beskriva hemslöjden som näringsgren. I rapporten lades ett antal förslag fram för att stärka hemslöjden som näring. Den potential som ringats in lyftes fram med förbehållet att om potentialen ska kunna utnyttjas krävs troligen ett nytänkande inom hemslöjden med en tydligare inriktning mot närings- och entreprenörskapsfrågor (Nutek 2008). Ärendet togs vidare av Nämnden för hemslöjdsfrågor, fortsättningsvis kallat NFH, som är den statliga myndigheten under Kulturdepartementet med målet att främja hemslöjd. Utifrån utredningen samarbetade NFH med olika aktörer inom slöjd där Svenska hemslöjdsföreningars riksförbund, nedan kallat SHR, räknas som den största organiserade hemslöjdsrörelse i landet. Sveriges hemslöjdskonsulenter har kontakt mot många aktörer, NFH, olika organisationer inom slöjd och den egna regionen. Sammantaget kan hemslöjdskonsulenterna ses som den närmaste länken från myndigheter vidare ut till de slöjdare som utövar denna näringsverksamhet inom hemslöjd i Sverige.

I februari 2014, fem år efter den ovannämnda utredningen om hemslöjden som näringsgren, riktade slöjdföretagarna Anders Lindberg och Niklas Karlsson stark kritik mot NFH och hemslöjdskonsulenterna. Kritiken rör deras arbete med att stärka slöjdnäringen för de slöjdare som på ett professionellt sätt försöker leva på sin slöjd. Lindberg och Karlsson menar att NFH och hemslöjdskonsulenterna inte har förmågan att förbättra slöjdarnas villkor. De lyfter flera argument för att starta en branschorganisation för slöjdare som en möjlig lösning på uppmärksammat ämne. Denna kritik ges genom debattartikeln *Arga slöjdarna* som publicerades i bloggen *ahardslojdlife* på tidskriften *Hemslöjds hemsida* ([www.hemslويد-tidningen.se](http://www.hemslويد-tidningen.se)). Denna debattartikel kan ses som startskottet för den intensifierade debatt och engagemang för de verksamma professionella slöjdarnas villkor som tog fart och bredd ut sig i Slöjdsverige under våren 2014, främst genom sociala medier. Tidskriften *Hemslöjds betydelse* som central arena kan mätas mot att de anses vara Sveriges största tidskrift om slöjd, folkkonst, hantverk och konsthantverk.

Som en del i utbildningen och en nyfikenhet på slöjdarnas möjligheter och behov och med anledning av det visade engagemang har jag intresserat mig för ämnet. Inom området ser jag en möjlighet att bidra med kunskap om hur slöjdnäringen ser ut idag och dess utvecklingsriktning. Detta gör jag det med utgångspunkt i slöjdarnas verklighet. Relevansen i ämnesvalet för denna uppsats bekräftas av att NFH samtidigt som detta uppsatsskrivande påbörjats inlett en egen utredning inom just detta ämne.



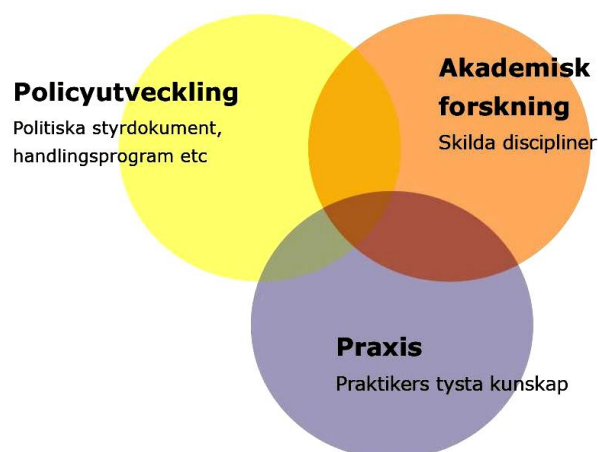
## 1.2 Forsknings- och kunskapsläget

För att beskriva forsknings- och kunskapsläget har jag studerat rapporter gjorda de senaste tio åren. Denna relevanta litteratur består av undersökningar, uppsatser, rapporter och budgetunderlag som jag ringat in genom ett omfattande undersökningsarbete. Slöjdnäring är idag inget eget forskningsområde och därför har forskning riktad specifikt mot detta område inte hittats. De utredningar, kartläggningar och handlingsprogram jag har undersökt är material som produceras av eller på beställning av offentliga organ eller konsultföretag och tankesmedjor med politiska uppdrag. Jag vill beskriva forskningsläget som magert medan kunskapsläget snarare är rikt då det berörs av och innefattar många olika discipliner och kan beskrivas som tvärvetenskapligt.

Ur detta genomgångna material vill jag här lyfta några rapporter för att beskriva kunskapsläget. De två första rapporterna berör utveckling inom slöjdnäringen i Sverige och är genomförda på uppdrag av regeringen och undersöker vad som kan göras för att bistå slöjdarna inom näringen. Dessa är gjorda med tio års intervall av Nutek, 1998 samt 2008. Den tidigare Nutek-utredningen från 1998 kartlägger slöjdnäringen och ger en bild av hur de verksamma slöjdarna ser på sina möjligheter att försörja sig inom näringen, deras expansionsmöjligheter och hinder. Den är bygd på en kvantitativ undersökning med både enkät och intervju som metod (Nutek 1998). Den senare Nutek-utredningen från 2008 syftar till att kartlägga och beskriva hemslöjden som näringsgren utifrån omfång, sysselsättning, organisation, utmaningar, affärslogik och utbildning. Undersökningen är delvis en uppföljning på Nutek-utredningen från 1998. Undersökningen baseras på kvalitativa intervjuer och innehåller samma intervjufrågor som tidigare utredning, men har utökats med fler och med specifika frågor för att närmare kunna ringa in näringen och dess omfattning. Denna utredning är långt mer omfattande och vetenskapligt genomförd än den första då den både fastställer läget i Sverige samt positionerar hur Sverige ligger till i förhållande till bl.a. Storbritannien, Kanada och Australien som i rapporten räknas som föregångsländer inom ämnet.

I rapporten *Den ofrivillige företagaren: en studie av kultur, ekonomi och företagande* lyfts entreprenörskap inom kultur. Rapporten konstateras att kulturföretagaren ofta hamnar ”mellan stolarna” på de samhälleliga stödstrukturerna inom kultur-, arbetsmarknads- och näringspolitik. Regelverk och stödåtgärder är inte anpassade efter kulturföretagarnas situation och når därför inte de konstnärer och kulturskapare som driver sina verksamheter i företagsform. En viktig slutsats i denna rapport är att det finns behov av förmedlande instanser som kan överbrygga avstånden mellan kulturföretagen och de resurser samhället tillhandahåller (Karlsson & Lekvall 2002).

Kulturskribenterna David Karlsson och Lotta Lekvall gavs i uppdrag av Västra Götalandsregionen att ta fram en översikt över pågående forskning och kunskapsbildning kring de kulturella och kreativa näringarna, detta för att ge beslutsfattare ett underlag inför beslut på området. Resultaten presenterades 2011 genom rapporten *Örnarna och myrstacken. Vad vet vi om kulturnäringarna?* Den beskriver hur diskursen om kulturella och kreativa näringar utvecklats de senaste femton åren där kunskapsläget sammanfattas ur ett vidare perspektiv och griper över hela Sverige. Karlsson och Lekvall summerar problematiken inom den kulturella och kreativa sektorn, där slöjden som näringsgren inbegrips, med att kunskapsbildningen kring kulturnäringar bedrivs inom skilda sammanhang och att gränserna mot akademisk forskning inte alltid är distinkt (Fig. 1).



**Fig. 1.** Kunskapsbildningen kring kulturnäringarna sker i skilda sammanhang och kan beskrivas som sfärer. Policyutveckling är den samlingsbeteckning på alla de utredningar, kartläggningar och handlingsprogram som produceras av eller på beställning av offentliga organ. Den akademiska forskningen sker på handelshögskolor, konsthögskolor och genom ett antal tvärvetenskapliga ansatser och initiativ. Praxis är den del som består av den kunskap som utövarna, konstnärerna och kulturföretagarna själva bär på. Det är en kunskap som kan vara uttalad och medveten eller handlingsburna, outtalade, oartikulerade eller omedvetna. Källa: Karlsson & Lekvall 2011, s.22.

Rapporten är en översikt av pågående forskning och kunskapsbildning kring de kulturella och kreativa näringarna. Syftet med rapporten är i första hand att visa beslutsfattare på kulturekonomins område politiker och tjänstemän men även medborgare vilken kunskap som finns, hur denna kan breddas och fördjupas och hur den kan ligga till grund för politiska satsningar på kulturnäringarna. En förutsättning för effektiva insatser på kulturnäringarnas område ringas in i rapporten till att inbegripa förståelse för dessa näringars villkor. Karlsson och Lekvall framhåller att det ofta finns en inställning att kulturföretagaren måste lära sig mer om hur man driver företag. De pekar istället på att kulturföretagaren redan har en stor kunskap om hur man driver företag inom sin näringsgren. Snarare saknas det kunskap om och tilltro till kulturföretagarens villkor hos dem som har till uppgift att hjälpa till med näringslivsutveckling inom de offentliga organen (Karlsson & Lekvall 2011).

Det som berör nationella nätverkan på myndighetsnivå är den översyn av Nämnden för hemslöjdsfrågor som gjordes 2012 med anledning av den nya kultursamverkansmodellen som införts. Modellen innebär bl.a. att myndigheten Nämnden för hemslöjdsfrågor inte längre ska fördela statsbidrag till läns hemslöjds konsulenter och frågan ställdes om denna förändring också medför ett minskat behov av nationell samordning på hemslöjdsområdet. Rapporten *Nationell samordning av hemslöjden – en översyn av Nämnden för hemslöjdsfrågor* ger bedömningen att behovet av en nationell samordning av hemslöjden fortsatt är stort och inte har minskat som en följd av den nya kultursamverkansmodellen. Bedömning görs att det fortsatt bör vara ett statligt åtagande att främja hemslöjd då hemslöjden har särskild betydelse som näringsgren och därtill har stor kulturell och social betydelse nationellt (Kulturdepartementet 2012).

De rapporter och dokument som lyfter internationella möjligheter ser jag följande två som viktiga. I rapporten *Craft in an Age of Change* från 2012 redovisas resultaten från undersökningen som inbegriper över 2000 samtida aktiva hantverkare och deras företag i Storbritannien. Respondenterna hittades genom redan etablerade hantverksdatabaser och forskningen skedde genom flera olika metoder, litteraturstudier, fokusgrupper, intervjuer med experter, möten med en styrgrupp, och en stor telefonundersökning. Den omfattar inte hobbyister och utövare av traditionellt hantverk.

Undersökningen ger en mängd information och statistik. Den visar att hantverket fortsätter att utvecklas och gör så som en reaktion på ekonomiska, kulturella, tekniska och sociala förändringar i omvärlden, samtidigt som dess kärnvärden och ändamål behålls. Denna undersökning har på flera punkter samma formulerade frågor som de undersökningar som gjordes nationellt i Sverige av Nutek 1998 och 2008 (BOP Consulting 2012).

*The International Charter of Artistic Craftsmanship 2013* är en internationell överenskommelse – charter, om konstnärligt hantverk. Den innehåller förslag för en europeisk politisk kurs för konstnärligt hantverk inom områden som kommunikation och marknadsföring, internationalisering och kommersialisering, forskning och innovation, fortbildning och utbildning, turism samt museiverksamhet. I chartern definieras att konstnärligt hantverk innehåller flera typer av värden som ekonomiskt-, kulturarvs-, socialt- och nätverkande värde. Det definieras även att det krävs anpassade till stöd för internationalisering och för att upprätthålla kommersialisering (<http://www.wcc-europe.org>).

### **1.3 Problemformulering**

Den samtida slöjdnäringen i Sverige är i rörelse. Förutsättningarna har förändrats där nya konkurrenssituationer och försäljningskanaler möjliggör för nya vägar. Samtidigt som de kan ses som hinder för att slöjden ska gå från att vara en binäring till att ta plats som huvudnäring. De riktade insatser som idag når slöjdarna grundar sig i många fall på gamla utredningar. För att myndigheter ska kunna göra välriktade insatser, som når den behovsbild som slöjdarna har idag, behövs aktuell kunskap om de faktiska behoven. Från slöjdarnas perspektiv är de upplevda problemen många och finns på olika nivåer. Olikheter inom slöjdnäringen, synen på professionsfältet och bristen på kunskap om varandras olika fält bidrar till komplexiteten. Kunskaperna om betydelse av försäljningskanaler och behovet av nätverk för att utvecklas inom sin näringsgren behöver uppdateras.

Detta arbete fokuserar på denna problemformulering utifrån tre perspektiv. Utifrån slöjdarnas eget perspektiv. Ur myndigheternas förståelse för vad slöjdarna behöver stöd inom samt det perspektiv initierarna till en branschorganisation för slöjdare ser problematiken utifrån.

### **1.4 Frågeställningar**

I den här uppsatsen undersöks följande frågeställningar:

Vilka kanaler och nätverk har betydelse för verksamma professionella slöjdare?

Finns ett utvecklingsbehov inom slöjdnäringen och om så hur tar det sig uttryck?

Hur ser utvecklingsriktningen ut i den samtida slöjdnäringen?

### **1.5 Syfte**

Syftet är att genom intervjuer och dokumentstudier undersöka olika aktörers perspektiv på den svenska slöjdnäringens aktuella utvecklingsriktning. Detta görs med utgångspunkt i verksamma professionella slöjdares syn på utveckling av verksamhetsområden, kanaler och nätverk.

## 1.6 Målsättning

Målsättningen är att visa på betydelsen av samverkan mellan slöjdare och myndigheter på regional- och nationell nivå för att starta processer som leder till utveckling av slöjdnäringen.

## 1.7 Avgränsningar

I arbetet undersöker jag förhållningssätt inom slöjdnäringen i Sverige och går inte in mer än ytligt i företagsekonomiska perspektiv. Det innebär att jag inte studerat slöjdarnas ekonomi utan endast förhållanden i verksamheterna. Jag undersöker frågan om branschorganisation utifrån att det är ett möjligt sätt att nätverka inom slöjdnäringen. Jag undersöker vidare inte närliggande branschorganisationer inom kulturnäringen eller de som kan ses angränsande till slöjdnäringen. Studien baseras på intervjuer med ett mycket begränsat antal personer. I studien har jag gått på djupet i enskilda samtal med enskilda aktörer i fältet, vilket medför att jag avgränsat mig till ett litet urval av informanter.

## 1.8 Metod

I denna uppsats tillämpas ett induktivt arbetssätt. Uppsatsen bygger på två metoder, kvalitativa intervjuer samt dokumentstudier. Uppsatsen har en etnografisk ingång med fenomenologiska drag då jag undersöker den upplevda samtida vardagsvärlden utifrån verksamma professionella slöjdares perspektiv (Kvale & Brinkmann 2009, s.41ff). I detta arbete användas dokument som tilläggsdata för att skaffa fram relevant information utöver det som sker via egen datagenerering, intervjuer.

Kvalitativ forskningsintervju av halvstrukturerad karaktär är den ena av forskningsmetoderna som används i detta arbete. Intervjufrågor med en öppen struktur ställs i syfte att från respondenten få svar som är så fria från styrning som möjligt men samtidigt håller sig inom den ram för vilket ämnet rör. Den intervjuteknik som går under benämningen *tratt-teknik* används vilket innebär att först ställs vida öppna frågor för att sedan gå över till mer specifika. Denna teknik anses vara motiverande och aktiverande i och med att intervjupersonen till att börja med får verbalisera fritt (Patel & Davidson 2003, s.74f). Då intervjuformen innebar att många av metodbesluten behövde fattas under intervjun spelade de grundläggande erfarenheter och kunskaper jag har av tidigare intervjuarbete en viktig roll för hur de halvstrukturerade frågorna ställdes. Syftet med den kvalitativa forskningsintervjun, i denna uppsats, är att förstå ämnet från den levda vardagsvärlden ur respondentens eget perspektiv (Kvale & Brinkmann 2009, s.43).

Urvalsramen för den kvalitativa forskningsintervjun bygger på det identifierade forskningsfältet som rör slöjdnäringens utvecklingsriktning. De relevanta frågorna är i första hand är kopplade till professionella verksamma slöjdare men greppar över de tre tidigare nämnda perspektiven. Metoden för urvalet av respondenter till intervjuerna grundas delvis på hur urval gjorts i tidigare undersökningar, vilka används som empiriskt material i detta arbete. De personer som valts ut för intervju är verksamma slöjdare och personer som innehar ett engagemang i slöjdnäringens utvecklingsfrågor på nationell eller lokal nivå. Dessa presenteras närmare i kapitel 2.

I utformandet av de kvalitativa intervjufrågorna ligger vetenskapliga och branschrelaterade rapporter till grund. Vid upplägget av intervjuerna har jag konsulterat intervjuguiden, *Fråga, finna, fånga*, som utformats av Lundahl och Waldén i samarbete med NFH och är inriktad på muntliga intervjuer, nära knutna hemslöjdskontexten (Lundahl & Waldén 2003). För att skapa en situation där respondenterna känner sig friare och säkrare att berätta om privata och företagsrelaterade ämnen skedde intervjuerna med slöjdarna i deras egna verkstäder (Kvale & Brinkmann 2009, s.32). Metod för registrering av intervjusvaren var ljudinspelning samt korta skriftliga noteringar för att registrera visuella och rumsliga aspekter av intervjusituationen. Metoden som har tillämpas för att analysera intervjuerna går under benämningen *Bricolage* och innebär att jag rör mig fritt mellan olika analytiska tekniker och begrepp för att finna förbindelser och strukturer som har betydelse för uppsatsen (Kvale & Brinkmann 2009, s.251).

Dokumentstudier är den andra forskningsmetoden som tillämpas. Som ett sätt att ta fram empiriska jämförelsepunkter används kvalitativ textanalys (Esaiasson 2007, s.237ff). Studien innehåller dokument som sorteras in under policyutveckling vilket inbegriper utredningar, kartläggningar och handlingsprogram som produceras av eller på beställning av offentliga organ. Hit räknas studier från intresseorganisationer, konsultföretag och tankesmedjor med politiska uppdrag. Dessa tillsammans med tidigare akademisk forskning används som bakgrundsinformation för att ge en tidsbild och förståelse för både fallspecifika men även generella händelser och processer (Tjora 2012, s.129ff). Urvalsramen för dokumenten har haft en vid definition av vilka som kan anses relevanta idébärare. Den inkluderar många aktörer med varierad grad av koppling till uppsatsens ämne för att initialt ge ett brett materialurval (Esaiasson 2007, s.249). Metoden som används för att samla in dokument är Internetsökning samt personlig kontakt med verksamma inom området. Material på internationell nivå har funnits via Internetsökning genom World Crafts Council Europés sida. Nationellt har NFH:s hemsida varit till stor hjälp och via länshemslöjdskonsulenter har dokument riktade mot slöjdare ringats in. Genom samtal med slöjdare har material som representerar ett brett fält inom området insamlats och kompletterats med rapportmaterial som tidigare studerats i utbildningen.

Analysmetoden som använts i dokumentstudien består i att jämföra för att beskriva genom en referenspunktsstrategi (Esaiasson 2007, s.169ff). Genom att välja jämförelsepunkter som stämmer mot intervjusvarens huvudområden har materialet analyserats och förhållandena dem emellan värderas och positioneras i relation till det övriga empiriska materialet. Då ämnet för uppsatsen rör näringsverksamhet har även det inom näringslivet använda arbetssättet *funktionsinriktad benchmarking* varit en inspirerande metodgång då det ligger nära den valda analysmetoden. Funktionsinriktad benchmarking handlar om att göra jämförelser, att låta sig inspireras, att lära av andra och att ta efter andra i syfte att förbättra den egna verksamheten. Det ställer inget krav på branschtillhörighet utan kan vara skilda branscher som jämförs (Ax & Kullén 2009, s.483f).

## 1.9 Teoretisk ansats

Den här uppsatsen har en teoretisk ansats som inspirerats av vad kulturskribenterna David Karlsson, idéhistoriker, och Lotta Lekvall, VD Nätverkstan Kultur i Väst, skriver i rapporten *Örnarna och myrstacken. Vad vet vi om kulturnäringarna?* De båda menar att det krävs en blick för alla de komponenter som ingår i en fungerande kulturnäring och deras inbördes relationer för att få igång de processer som leder till utveckling. En sådan systemblick, menar de, saknas alltför ofta när kulturnäringarna diskuteras.

Den rådande svenska diskursen om kulturnäringsringar sker ofta genom ett örnperspektiv, med överblick av händelseutveckling i stora drag. Applicerat i denna uppsats så utgörs detta örnperspektiv av NFH. Karlsson och Lekvall menar att politiska beslutsfattare ofta saknar den konkreta kunskapen om enskilda kulturorganisationers ekonomiska villkor, ett myrperspektiv som i detta sammanhang utgörs av de verksamma professionella slöjdarna. Karlsson och Lekvall anser att de som vill åstadkomma konkreta resultat och få till stånd en utveckling för en bransch inom kulturnäringsringarna behöver ett myrstacksperspektiv, att granska näringarna ur ett mellanperspektiv (Karlsson & Lekvall 2011, s.72). I uppsatsens sammanhang sett rent strukturellt så skulle hemslöjdskonsulenterna utgöra detta mellanperspektiv. Jag har valt att i den här uppsatsen använda myrstacksperspektivet som en teoretisk ansats, för att få syn på samspelet och den dynamik som kan uppstå *mellan* olika aktörer. Där en del är att undersöka initierarna till en branschorganisationens roll i detta systemperspektiv.

## 1.10 Etiska frågeställningar

Detta arbete har inneburit etiska överväganden. Denna studies konsekvenser och goda effekter för de medverkande respondenterna har tagits i beaktande. Ämnets betydelse för slöjdnäringsringarna i stort där hemslöjdskonsulenter som yrkeskår och NFH som statlig myndighet har beaktats. Önskemål om anonymitet inom respondentgruppen av slöjdare fanns och i arbetet har jag hörsammat detta genom att anonymisera alla intervju svar från slöjdare. Då respondenterna är verksamma i olika delar av Sverige har utskrifterna av intervjuerna skrivits på rikssvenska. Plats specifika anknytningar och dialektord har uteslutits på ett sådant sätt att den utskrivna texten är lojal mot deras muntliga uttalanden. De intervjuade personerna har inte haft inflytande över hur deras uttalanden har tolkats av mig, de har däremot givits tillfälle att uttala sig om hur deras svar har använts i denna undersökning.

## 1.11 Källmaterial och källkritik

Jag har valt att till viss del följa intervjuguiden, *Fråga, finna, fånga* av Lundahl och Waldén som är utformad i samarbete med NFH. Därtill att välja redan tidigare upptrampade intervju spår genom att bygga min intervju på tidigare ställda frågor kan med källkritiska ögon ses som att jag väljer att gå den väg som myndigheten redan tagit. Till försvar kan ges att guiden bygger på erfarenheter från ett forskningsprojekt och är skriven av forskare med fil.dr. respektive fil.kand. samt refererar till en tidigare upplaga av Kvale & Brinkmanns *Den kvalitativa forskningsintervju*, som används som grundkälla i detta uppsatsarbete. Tidigare ställda frågor ger jämförbara resultat men missar de svar som denna nya näringsituation kanske skulle ge genom en annan frågevinkel. Då de båda utredningen från Nutek har en betydande roll i detta arbete vill jag rikta källkritik till dem båda.

Utredningen från 1998 innehåller inte några angivna externa källor. Som vägledning till hur hemslöjdskonsulenterna ska välja ut informanterna till den kvantitativa undersökningen finns fyra punkter som handlar om produktion kvalitet, omfattning och tradition därutöver ges rådet att tänka i produkter som kan tänkas säljas i en hemslöjdsbutik eller visas på en hemslöjdsutställning. Detta betyder att urvalet till stor del har skett genom hemslöjdskonsulentens syn på vad som passar i butik eller utställning.

Svarsfrekvensen i enkätundersökningen med 1000 utskick är 850 svar vilket motsvarar 85 % vilket anses som hög då ingen påminnelse sändes ut. Detta kan betyda att respondenterna tyckte att det var angeläget och relevant att svara men kan även betyda att hemslöjdskonsulenterna sedan tidigare hade god kontakt med dem som valdes ut då det var just hemslöjdskonsulenterna som gjorde urvalet (Nutek 1998).

Rörande utredningen från 2008 är det insamlingsmetoden som använts till enkätundersökningen för att identifiera hemslöjdare vilken jag kan se har både för- och nackdelar. Fördelen är att de genom hemslöjdskonsulenternas relativt uppdaterade adresslistor nått ut till aktiva hemslöjdare i varje län via. Nackdelen är att principerna för urvalet skiljde sig mellan länen. Endast de slöjdare som redan hade en kontakt med hemslöjdskonsulenterna har nåtts. Anledningen till att skattelättnads- och momsfrågan har fått större plats i resultaten än frågan om branschorganisation kan ses som ett resultat av att frågeställaren aktivt tagit hinder som en utgångspunkt. Branschorganisationsfrågan lyfts bara som ett kryssalternativ bland andra svarsalternativ i en fråga (Nutek 2008).

Valet att ta med en intervjurespondent som befinner sig i vänskapskretsen bör kritiskt belysas. Här har jag medvetet vägt svårigheten till att upprätthålla vetenskaplig distans kontra svårigheten att komma i kontakt med ett svårlokaliserat segment av slöjdare.

## 2. UNDERSÖKNING

### 2.1 Genomförande

Uppsatsen bygger på kvalitativa intervjuer och dokumentstudier som empiriskt material för att svara på frågeställningarna. De slöjdare som berörs i denna uppsats benämns med samlingsbegreppet *verksam professionell slöjdare*. Begreppet kommer ursprungligen från Lindberg och Karlssons tidigare nämnda debattartikel *Arga slöjdarna*. I denna uppsats syftar och omfattar begreppet *verksam professionell slöjdare* de personer som arbetar med slöjd på ett fackmässigt godtagbart sätt antingen genom en företagsform eller som fri aktör samt försörjer sig delvis eller helt genom sina slöjdekunskaper. Inom slöjden finns även den grupp som allmänt kallas för *kombinatörer* och det är de personer som kombinerar företagande med anställning, vilket även är denna uppsats användning av begreppet.

De grupper som är i fokus i denna undersökning sorteras in i tre ämnesgrupper och ska ses som infallsvinklar: De verksamma professionella slöjdarna, fortsättningsvis *Slöjdarna*. Initierarna till en branschorganisation för slöjdare, vilka fortsättningsvis benämns som *Initierarna*. De utredningar, insatser eller projekt som på olika sätt fokuserar på eller berör slöjdnäringen i Sverige, vilket fortsättningsvis benämns med samlingsbegreppet *Nationellt*. Intervjufrågorna som tagits fram för att ge svar på frågeställningarna är av öppen struktur och rör sig kring entreprenörskap inom slöjd, kanaler, nätverk och utveckling inom slöjdnäringen.

#### 2.1.1 Kvalitativ intervju

Näringskonsulent Rebecca Ahlstedt på NFH har intervjuats för att representera det nationella perspektivet. I förhållande till uppsatsens teoretiska ansats företräder hon örnperspektivet. Jag har valt ut tre slöjdare som intervjuats och då önskemål om anonymitet fanns presenteras alla slöjdare i denna uppsats anonymt. Dessa slöjdare förhåller sig i min teoretiska ansats till att representera myrperspektivet. För att representera perspektivet initierarna till en branschorganisation för slöjdare har slöjdföretagaren Anders Lindberg, en av initierarna, intervjuats. Anledningen till att Lindbergs svar inte är anonyma trots att han även är slöjdare är att han intervjuats i första hand i egenskap av initierare, för sin specifika kunskap om initieringen av en branschorganisation. Initierarnas roll i det systemperspektiv som den teoretiska ansatsen innehåller är inledningsvis oklar. En förkortad framställning av respondenterna presenteras i käll- och litteraturföreteckningen. Tillsammans företräder respondenterna en bredd inom slöjdnäringens områden där olika näringsgrenar och verksamhetsformer inom slöjdområdet, ålderskategorier, könsperspektiv samt geografiskt läge väl är beaktat. Intervjufrågorna presenteras i sin helhet i bilaga 1. Noteras ska att vid intervjuerna med Lindberg och Ahlstedt ställdes samma frågor som till slöjdarna men med vinkeln hur de ur sitt perspektiv ser på slöjdarnas verksamhetsområde, kanaler, utveckling och nätverk. I dessa två fall är respondenterna, subjektiva experter och är valda för att de just representerar och är experter inom sitt område (Esaïasson 2007, s.292).



Transkribering är gjord i form av intervjureferat där utvalda bärande delar transkriberas som direkta citat. För att anonymisera intervjuerna med slöjdarna har utskriften skrivits ut på rikssvenska, platsspecifika anknytningar och dialektord har uteslutits (Tjora 2012, s.112). Intervjureferat och inspelad ljudupptagning från intervjuerna finns i författarens ägo.

### **2.1.2 Dokument som tilläggsdata**

I detta arbete används dokument som tilläggsdata. Mycket av det insamlade materialet har fungerat som fältinringare och ur materialet har jag valt dokument som bär teorier eller tankar som jag prövar eller använder för att ge ett perspektiv mot materialet från intervjuerna. Detta görs utifrån slöjdarnas eget perspektiv, ett nationellt- och internationellt perspektiv samt det perspektiv initierarna till en branschorganisation för slöjdare har. Inledningsvis i varje avsnitt, för att sätta intervjumaterialet i relation till kontexten, presenterar jag i första hand vad utredningarna, gjorda av Nutek 1998 och 2008, kommit fram till inom området, därtill de utvalda dokumenten.

## **2.2 Entreprenörskap inom slöjd**

De två Nutek-utredningarna som jag låter inleda avsnitten med, för att sätta intervjumaterialet i perspektiv, är genomförda på uppdrag av regeringen och undersöker vad som kan göras för att bistå slöjdarna inom näringen. Den första är från 1998 och kartlägger slöjdnäringen och ger en bild av hur de verksamma professionella slöjdarna ser på sina möjligheter att försörja sig inom näringen, deras expansionsmöjligheter och hinder. Den andra rapporten är från 2008 och är delvis en uppföljning på den förstnämnda. Denna rapport syftar till att kartlägga och beskriva hemslöjden som näringsgren utifrån omfång, sysselsättning, organisation, utmaningar, affärslogik och utbildning.

I Nutek-undersökningen från 1998 angav 27 % av de tillfrågade slöjdarna att de försörjde sig helt genom slöjden och hela 47 % att de hade övervägande del av sin inkomst från slöjd. Men då 31 % uppger att deras inkomstandel från slöjd är under 10 % dras ändå slutsatsen i rapporten att slöjden är en bisyssla (Nutek 1998, s.14). I den senare utredningen från 2008 angav endast 14 % att de försörjde sig helt genom slöjden och 21 % att de hade övervägande del av sin inkomst från slöjd. Hälften av de tillfrågad uppger att deras inkomstandel från slöjd är under 10 % (Nutek 2008, s.39).

De båda utredningarna ger en sammanfattande bild av att det finns ett starkt entreprenörskap bland hemslöjdarna och en vilja att driva och försöka leva på sitt företagande. En hög andel av företagarna inom hemslöjdsnäringen är kvinnor och näringen kännetecknas av att det är många små företag, både sysselsättnings- och omsättningsmässigt. Från utredningen 2008 sammanfattas hemslöjden som näring med att den utmärker sig främst på två sätt. Entreprenörskapet finns i större koncentration på landsbygden, något som är en tydlig skillnad mot övriga kultursektorn som har merparten av företagandet i storstadsregionerna. Företagen finns dessutom i hela Sverige, från norr till söder (Nutek 2008, s.18).

NFH arbetar med att främja hemslöjd och slöjd både som kulturform och näringsgren och Ahlstedt anser att dessa värden sitter ihop. Om man tittar på hur det ser ut i det offentliga stödsystemet i Sverige för kulturella och kreativa näringar – KKN – så är det ofta att kulturföretagare faller mellan kultur-, närings- och arbetsmarknadspolitiken. Detta eftersom de är små som företagare och omsätter ofta under en miljon utan egna anställda. Kulturföretagaren arbetar ofta själv men gärna i nätverk och befinner sig i lite olika ekonomier. Framförallt så arbetar de med olika värdekedjor och värdesystem där man producerar både ett kulturellt och ett ekonomiskt värde. Ahlstedt menar att som företagare behöver man ha klart för sig vad det är för värde som man skapar för då kan man se vem man kan dela detta värde med. När man delar värdet med någon så får man ett kundvärde och det är det som man sätter ett ekonomiskt pris på. Får man inte med hela den kedjan blir det väldigt svårt. Det är här som Ahlstedt menar att NFH och de företagsstödande insatserna kommer in, tillsammans behöver de bli bättre på att skapa den förståelsen för denna kedja både ute bland slöjdarna men även inom stödsystemet.

För Anders Lindberg, slöjdare och kombinator samt initierare till uppstart av en branschorganisation för slöjdare, handlar det mycket om det egna engagemanget huruvida man lyckas ta sig in på en ny marknad eller inte. Det viktiga är att fokusera, specialisera sig på något och våga löpa linan ut. Det är ofta felet man gör som företagare, att man tröttnar och ger upp. Slöjdare 1 ser att det i huvudsak finns två olika typer av slöjdare. Den ena är de som vill pröva många tekniker och gör en produkt av varje och därefter går vidare till nästa. Den andra typen är de som på ren automatik producerar många föremål i samma teknik och inte har något problem med att göra ett stort antal lika föremål. Hon tror att det är denna sistnämnda kategori, vilken hon själv säger sig tillhöra, som blir företagare eller i alla fall har en realistisk chans att vara slöjd- och hantverksföretagare. Slöjdare 1 säger: ”Även om slöjdandet är ett intresse oavsett vilken genre av slöjd man jobbar med [...] Men ett intresse bygger inte ett företag eller en inkomst att leva på utan ett företag handlar om ekonomi.”

Slöjdare 2 har inget eget företag och anledningen till det är att han inte ser någon nytta med det. Han beskriver att det skulle vara som att ta på sig en extra arbetsuppgift som någon annan kan sköta. I hans fall kan löneadministratörer inom de organisationer han anställs av lika gärna fortsätta sköta den administrationen. Slöjdare 3 ser företagandet innehålla tre viktiga delar, att man har ekonomisk kunskap, att man tycker det är kul och har drivkraften att arbeta långa dagar samt att man har ett bra nätverk som man aktivt arbetar med och ser till att upprätthålla. Som egenföretagare är han medveten om att han styr detta själv, det är han som bestämmer vad som ska och behöver göras.

### **2.2.1 Kombinatorrollen**

I utredningen från 1998 beskrivs slöjden som en komplementsysselsättning och ses kunna växa (Nutek 1998, s.26). I utredningen från 2008 ställdes en direkt fråga till de som inte redan försörjde sig helt genom slöjd om de skulle vilja försörja sig heltid på slöjdverksamhet, där 54 % svarade ja (Nutek 2008, s.29).

NFH har i ett näringsprojekt lett av Rebecca Ahlstedt, näringskonsulent, tagit fram manualen *Slöjd Business – slöjd, hantverk och företagande*. Det är en handbok för de som är intresserad av kombinationen slöjd och affärsverksamhet och är avsedd att väcka intresset för att utveckla den verksamhet som idag är småskalig men har potential att kunna bli större. Slöjd Business är ett affärsutvecklingsprojekt som vänder sig till alla som vill utveckla ett nytt eller befintligt företagande som vilar på en hantverksgrund. I manualen får

tio röster komma till tals om hur man balanserar det kommersiella och det kreativa. Manualen ringar in två, för detta arbete, viktiga aspekter nämligen vikten av att bygga nätverk för att utbyta idéer, få råd, skaffa ny kunskap och nå nya marknader, samt att samverka med andra för bättre försäljning, nå nya kunder eller marknadsföra sig brett (Nämnden för hemslöjdsfrågor 2013).

Ahlstedt är av uppfattningen att de allra flesta inte nu heller lever på sitt slöjdföretag och att inkomsterna från slöjden ofta kan jämföras med den statliga studiestödsnivån, en nivå som många lever på hela livet om man inte har inkomster från anställning vid sidan av sitt företag. Hon beskriver sitt uppdrag som näringskonsulent vilket är att arbeta mot företagen i näringsprojekten. De som aktivt valt att inte starta företag går då in i den andra delen i NFH:s uppdrag som handlar om att stödja slöjden som kulturform. Lindberg upplever att slöjden för många inom träsektionen är en bisyssla men har ingen bild av hur det ser ut inom den textila sektorn av slöjdnäringen. Han tror att många av de slöjdare som jobbar med annat vid sidan av sina företag skulle vilja kunna ägna större del av sin tid åt företaget. Han känner till flera som jobbar upp till heltid med annat vid sidan av sitt företagande och tror att det inte fungerar för företagandet i längden.

Slöjdare 1 är sedan ett och ett halvt år heltidsanställd utöver sitt företagande. Det är via heltidstjänsten som hon försörjt sig men tack vare sitt heltidsarbete så har hon nu kunnat öka sin verksamhet i företaget. Hon berättar att det nu finns en möjlighet att göra saker som inte vart möjligt när hon levde på en timanställning. Marginalerna har ökat och möjligheterna med det. Tack vare sin heltidstjänst har det möjliggjort att hon kunnat pröva fler nya produkter i sin butik och stå på större mässor. Slöjdare 3 beskriver anledningen till att han gick upp från halvtid i företaget till heltid att det inte gick att fördjupa och utveckla sig eller ta beställningar på större produktserier. Han insåg att det inte gick att driva företaget på ett meningsfullt sätt på en halvtid utan bestämde sig för att gå in i det på heltid.

### ***2.2.2 Förtjänst i slöjdföremål och slöjdkunskaper***

I utredningen från 2008 beskrivs slöjdarna som kombinatorer, men där i bemärkelsen att man arbetar med andra uppgifter förutom det renodlade slöjddandet som att sälja sina slöjdkunskaper. Drygt 30 % av slöjdarna försörjer sig på en kombination av eget slöjdande och hemslöjdsrelaterade verksamheter framförallt inom utbildningssektorn när de säljer sina kunskaper antingen genom det egna företaget eller i annans regi (Nutek 2008, s.40).

Ahlstedt lyfter fram att det nu pågår fyra regionala pilotprojekt med slöjdare och hemslöjds konsulenter kopplade till besöksnäring och att sälja sina tjänster. Projekten syftar till att hitta balans och att utöver slöjdproduktion sälja sina kunskaper. Lindberg tror att kursverksamhet är det som nu utgör större delen av många slöjdares inkomstgrund. Han tror att de flesta slöjdarna vill tillverka produkter men håller kurser för att det är lättare att få en inkomst genom det. Efter hans egen erfarenhet och andra slöjdares utsagor, beskriver han det som svårt att sälja slöjdade produkter. Lindberg upplever att de flesta av företagarna som lyckas leva på sin slöjd är de som ofta håller kurser och föreläsningar.

Slöjdare 1 säljer sina slöjdkunskaper via sitt företag genom att erbjuda kortkurser och workshops. Hon säger att det till viss del är bättre förtjänst i att sälja sina slöjdkunskaper än att sälja själva produkten. Hon beskriver det som ett etiskt dilemma som består i att hon anser att kunskapsförmedling är viktigt men att hon inte vill utbilda blivande konkurrenter. ”Man vill inte verka snål på kunskap men man vill inte sälja ut sina yrkeshemligheter.”

Slöjdare 2 ser att problemet med slöjdprodukter är att man konkurrerar med industrin. Det är svårt att argumentera för och sälja en hantverksmässigt producerad produkt tio gånger dyrare än en likvärdig industriproducerad. Upplevelser däremot är enligt Slöjdare 2 kanske svårare att jämföra med varandra på samma sätt. Han tar som exempel att man kan sitta hemma och titta på TV eller så kan man köpa en slöjdkurs för 480kr. Han uppfattar att det inte går att jämföra dessa två upplevelser och det gör det lättare att motivera och tala för att lägga ut mer för en slöjdupplevelse än en billigare upplevelse, just för att de inte uppfattas jämförbara. Han ser själv ingen tydlig trend på upp- eller nedgång på efterfrågan på bara de två år han har försörjt sig genom kursverksamhet. Efterfrågan på honom som kursledare har ökat men efterfrågan efter kurser styrs mycket av väderförutsättningar under säsongerna, ifall våren är tidig så vill färre gå en kurs inomhus.

Slöjdare 3 bestämde sig tidigt för att företaget skulle stå på tre ben. Att skriva om slöjd, undervisa om slöjd och det viktigaste benet själva slöjdproduktionen. Fördelning däremellan i företaget är 70 % slöjdföremål och 30 % kursverksamhet, föredrag och skrivande. De tre delarna i företaget har varit en medveten strategi som innebär att han kan gå mellan delarna och i perioder mellan kursverksamhet och föredrag få friheten att slöjda och utveckla och bygga upp sortimentet.

## 2.3 Kanaler

Genom Nutek-utredningen från 1998 framgår att försäljning direkt till besökande kund är den viktigaste kanalen för slöjdare att sälja sina produkter. SHR-anslutna hemslöjdsbutiker kommer därefter tillsammans med mässor och utställningar som viktiga kanaler. Ett problem som lyfts är att de renodlade hemslöjdsbutikerna efter hand lagts ned och vissa län har helt förlorat sin naturliga försäljningsplats (Nutek 1998, s.15). Nutek-utredningen från 2008 visar att det då fortfarande var försäljning direkt till besökande kund som var den viktigaste försäljningskanalen för hemslöjdarna att sälja sina föremål via. Följt av andra butiker, utställningar, marknader och mässor. SHR-anslutna hemslöjdsbutiker var det endast 7 % som ansåg att de var den viktigaste kanalen och Internetförsäljning knappa 5 % (Nutek 2008, s.31). Antalet SHR-anslutna hemslöjdsbutiker i Sverige har minskat med åren och idag finns 21 anslutna butiker kvar, spridda över hela Sverige ([www.hemslojden.org](http://www.hemslojden.org)).

Ahlstedt ser att SHR-anslutna hemslöjdsbutiker är viktiga men ser man till deras omsättning så blir det tydligt att det är få av slöjdarna som kan ha just butiken som den viktigaste försäljningskanal. Hon beskriver mässor idag som ställen där man snarare vidgar sina nätverk mer än säljer sina produkter och tjänster. Lindberg menar att de slöjdbutiker som slöjdarna idag har att tillgå idag är för små i den mening att det är för den enskilde slöjdaren för liten försäljning som ser via butiken. Detta gör att slöjdbutiker i sig själva inte kan ses som en av de viktigaste försäljningskanalerna för slöjdare.

För Lindberg som slöjdare fungerar Internet som kanal inte alls och han upplever det svårt generellt för slöjdare att nå ut den vägen. Han beskriver Internet som en outvecklad kanal bland slöjdare men tror att det skulle fungera om det satsades på marknadsföring av slöjdarnas hemsidor. Även utställningar tycker han är en dålig kanal för försäljning för slöjdarna, näst intill katastrofalt dåligt, att de resurser som läggs ned på det inte ger utdelning. Han menar på att det idag inte finns någon bra kanal att sälja slöjdföremål, men tror att det finns möjligheter att skapa bra kanaler.

Den viktigaste kanalen för Slöjdare 1 är den egna webbutiken, därefter kommer mässor, läger och stickcafé. För slöjdkunskaper är det främst mässor och läger som utgör de viktigaste kanalerna. Hon säljer inte via SHR-an slutna hemslöjdsbutiker men hon har varit där för några år sedan och visat upp sina produkter men de var då inte intresserade att ta in det i sortimentet. Genom hantverksbutiker säljer hon de färdiga textilhantverksprodukterna och hon har även andra garnbutiker som återförsäljare av sitt garn. Försäljning direkt till besökaren omfattar cirka 10 % av försäljningen men hon påpekar att hon inte haft möjlighet med regelbundna öppettider. Till sommaren ska hon hålla helgöppet hela juli, vilket tros öka direktförsäljningen. Slöjdare 2 anger folkbildningsverksamheten och hemslöjds konsulenterna i länen som de viktigaste uppdragskanalerna. Slöjdare 3 använder sig av sociala medier för att synliggöra sin slöjd men ser även till att bli omskriven i tidningar och tidskrifter. Utställningar beskriver han som att de alltid leder till någonting, det kanske inte alltid är bra försäljning på plats men det kan istället leda till nya uppdrag. SHR-an slutna hemslöjdsbutiker ser han mer som marknadsföringskanaler än som försäljningskanaler då han själv säljer väldigt få föremål genom dem. Han tror själv att det beror på att han ligger på en högre prisnivå än vad den kundgruppen söker samt att butiken beställer för låga volymer. Huvudkanalen ut för sina slöjdkunskaper är kursgårdar och undervisande organisationer.

### **2.3.1 Marknader**

Genom Nuteks utredning 2008 kommer det fram att de slöjdare som inte har egna företag ser marknader och mässor som den viktigaste försäljningskanalen efter SHR-an slutna hemslöjdsbutiker (Nutek 2008, s.32). Ahlstedt lyfter fram att många upplever att slöjden är speciell i meningen att många är sysselsatta på hobbynivå inom den. Men detta inte är unikt för slöjden, alla konstområden har många hobbyutövare. Problematiken ligger i att man inte se sig som en del av yrkeskåren utan man slöjdar och säljer för att man tycker det är roligt. Detta har lett till att det säljs väldigt mycket slöjdade föremål, främst via marknader, med en allt för låg prisbild vilket påverkar de yrkesutövande slöjdföretagen negativt. Lindberg uppger att det ofta innebär stora omkostnadsutgifter, för ett litet företag, att delta på en större marknad. Han ser det inte som någon större vinning företagsmässigt, då försäljningen är knapp och de positiva följderna bedöms av honom som få. Slöjdare 1 berättar att medverkan på en mässa ofta innebär en stor investering för ett litet företag. Det finns heller ingen garanti för hur mycket som man kommer att sälja för och som litet företag innebär det ett stort risktagande. Detta gäller för första gången man är med på en mässa, andra gången har man kunskaper i vad man kan förvänta sig att sälja, vad kunderna just där vill ha, vad man ska satsa på. Slöjdare 2 uppger att han inte deltar i marknader medan Slöjdare 3 inte nämner det som kanal i huvud taget.

## **2.4 Nätverk**

I Nutek-utredningen från 1998 lyfts projektet Redig skånsk slöjd, som genomfördes i Skåne, där ett av resultaten var markant vidgade kontaktnät (Nutek 1998, s.16). Utredningen från 2008 undersöker vilka aktörer som slöjdarna anser som viktig för utvecklingen av den egna slöjdproduktionen. Flest angav att det var andra slöjdare, 26 % och därefter slöjdarnas egna försäljningskanaler, 25 % (Nutek 2008, s.33).

Med anledning av försvinnande marknadsplatser, vikten av nätverk och som ett svar på Nutek-utredningen från 2008 startades projektet och nätverket FOLK OCH FORM. Bakom nätverket står Konsthantverkscentrum, Sveriges största branschorganisation för konsthantverkare och Slöjd i Väst, som är en del av Västarvet, Västra Götalandsregionens natur- och kulturarvsförvaltning däribland läns hemslöjds konsulenter arbetar för främjandet av hemslöjd i hela Västra Götaland. FOLK OCH FORM har även tagit stöd av Association for Design and Advertising – ADA – som skapar mötesplatser för människor verksamma inom kreativa näringar i Göteborg och Västsverige. De har tillsammans med ett stort antal intressenter genom en förstudie undersökt förutsättningarna för en gemensam, kreativ mötesplats för slöjd, konsthantverk och design i Göteborgsregionen. Syftet är att öka samverkan mellan aktörerna och stärka konkurrenskraften utåt, att främja utövarnas möjligheter att leva på sitt utövande, samt vara länken mellan professionella utövare – övriga näringslivet – utbildning och kommun/region (FOLK OCH FORM 2012). Denna undersökning som är regional ska i detta sammanhang ses som ett pilotprojekt och har bärighet att fungera som riktningsvisare och underlag för en nationell agenda när det kommer till att vidga och förankra nätverk samt att skapa nya marknadsplatser.

Ahlstedt beskriver nätverken som mycket viktiga, att man blir starkare tillsammans. Det viktiga i nätverk är att man på individuell nivå ser ett behov och hittar andra som man kan samarbeta med. Samarbetet bygger på att alla har något unikt att tillföra som tillsammans kan man lösa problemet. Även hon saknar ett nationellt register med slöjdföretag i en plattform där både slöjdnäringens och det föreningsorganiserade utbudet av kursverksamhet finns samlat.

Lindberg ser det som ett problem att det inte finns något större nätverk för slöjdare i Sverige. En gemensam webbportal för presumtiva kunder att hitta slöjdare via, är ett önskemål som han säger att han inte är ensam om. För Slöjdare 1 är den viktigaste aktören för företagets utveckling hon själv, där nätverk både lokalt och nationellt utvecklar henne såväl kunskaps- som inspirationsmässigt. Hon är med i sticknätverk samt slöjd- och hemslöjdsföreningar både lokala och nationella. Vissa är hon med i enbart för att få tillgång till deras försäljningslokaler och nätverk. Via Internet består nätverken av internationella stick- och branschrelaterade forum samt sociala medier där nischade textila och hantverksmässiga grupper, både stora och små ingår i nätverket. Närhet till ateljégrannar och andra garnförsäljare där samarbeten ses som en möjlighet snarare än konkurrens är en viktig del av nätverket.

Slöjdare 2 ser sina nätverk som informella arbetskamrater spridda över landet. De fungerar som bollplank att diskutera erfarenheter och kursidéer. Allt från vart man köper material och böcker till inspiration. Han tror inte att nätverk är någonting man kan söka efter, utan uppstår när vägar korsas. Genom att arbeta på många olika platser, även geografiskt så kommer han i kontakt med många och kan man lägga till en person till sitt nätverk varje år så ser han det som ett lyckande. I hans informella nätverk hålls kontakten ofta via e-post och personerna i nätverket känner ofta inte varandra sinsemellan. Han är med i ett regionalt slöjdarregister och en rikstäckande slöjdförening och får utskick från några arbetsplatser han jobbat på. Slöjdare 3 är med i en nationell hemslöjdsförening, en företagsorganisation samt flera branschorganisationer riktade mot konstnärer och konsthantverkare. Dessa ser han som viktiga nätverk. Kontakter som han knöt via sin slöjduitbildning är viktiga nätverk idag. Han berättar att med varje nytt uppdrag kommer ett nytt nätverk.

### **2.4.1 Hemslöjdskonsulenternas roll**

I Nutek-utredningen från 2008 framkommer det att bara 13 % anser att hemslöjdskonsulenterna är den viktigaste aktören för att utveckla den egna slöjdproduktionen (Nutek 2008, s.33). I uppsatsens teoretiska ansats, sett rent strukturellt, så utgör hemslöjdskonsulenterna det mellanperspektiv, myrstacksperspektiv som Karlsson och Lekvall menar behövs för att få igång de processer som leder till utveckling. Hemslöjdskonsulenterna har i detta myrstacksperspektiv gångar både uppåt mot NFH och ut mot slöjdarna.

Ahlstedt berättar att NFH når ut till slöjdarna via hemslöjdskonsulenterna. Hon upplever att många slöjdare får uppdrag genom hemslöjdskonsulenter men påpekar att man måste bli medveten om att det är de regionala huvudmännens direktiv som styr vad hemslöjdskonsulenten kan arbeta med idag. Slöjd är en regionalt inriktad kultur där alla regioner inte arbetar med näringsfrågor. Vissa regioner arbetar redan med näringsprojekt och hon ser att det i de flesta regioner pågår arbete för att området ska vidgas till att inbegripa näringsfrågor. NFH har från sitt håll, genom näringskonsulenttjänsten, genomfört ett fortbildningsprojekt för hemslöjdskonsulenter i företagsutveckling. Ahlstedt beskriver projektet som mycket uppskattat av konsulenterna och hon önskar att de kan få fortsätta med denna typ av kurser riktad till de som finns runt slöjdarna. Ahlstedt berättar att som hemslöjdskonsulent ska man ha ett coachande förhållningssätt, ha rollen som informationslots, arrangör av näringsriktade event samt matchmakare. ”Det är svårt att ge råd i företagsfrågor om man inte själv jobbar med det men man kan komma väldigt långt med att ha en hyfsad inblick och kunna ställa relevanta frågor”, säger näringskonsulent Rebecca Ahlstedt.

Lindberg har arbetat som hemslöjdskonsulent och berättar att även initierarkollegan Niklas Karlsson har bakgrund som hemslöjdskonsulent och är egen slöjdföretagare. Lindberg anser att hemslöjdskonsulenterna roll för utvecklingen av näringen är otillräcklig och i vissa fall hämmande för utvecklingen inom slöjdföretaget då det förekommer att slöjdare tvingas konkurrera med hemslöjdskonsulenterna om samma kursutbud. Utställningar som anordnas för att gynna näringsverksamhet upplevs vara samma utställning varje år, det som skiljer är temat vilket bestäms av konsulenter utan intresseförankring hos slöjdarna. I sin roll som initierare och slöjdare är han av åsikten att inom konsulentkåren inte talas om dessa interna förhållanden. Lindberg menar att konsulenternas okunskap i marknadsföring och företagsekonomi riskerar att stjälpa slöjdarna snarare än att hjälpa dem. De har uppdraget att stödja slöjdarna men flertalet har inte kompetensen.

Slöjdare 1 beskriver att hemslöjdskonsulenterna egentligen inte har betytt något för företagandet. Hon är bekant med dem och har kontakt med dem genom sitt heltidsarbete men har inte sett någon anledning för sitt företagande eller slöjdkunskapsmässigt att vända sig till dem. För Slöjdare 2 är konsulentrollen viktig för honom då de organiserar och administrerar den kursverksamhet där han kan vara handledare. Hemslöjdskonsulenterna som uppdragskanal inspirerar och uppmanar honom till att hitta på nya kurser och inspirationen till produktutveckling och att sätta sig in i nya tekniker. Svårigheterna inom branschformen som frilansande pedagog är att man måste plocka samman den själv. Han menar på att man själv samlar samman sin hantverks- och pedagogkunskap via olika utbildningar och på det behövs ett ganska stort nätverk och kunskaper i att marknadsföra sig.

Hemslöjdskonsulenterna ses inte av Slöjdare 2 som den självklara studie- och yrkesvägledaren när det kommer till att plocka samman sitt eget yrkesfält och en av anledningarna är att man inte initialt hittar till dem. Han berättar att när man väl hittar konsulenterna blir kanske allt lättare, men påpekar att de inte har som uppdrag att stödja enskilda slöjdare och lära den enskilde pedagogik eller marknadsföra en enskild utifrån dennes behov och möjlighet.

## 2.5 Utveckling inom slöjdnäringen

I Nutek-rapporten från 1998 tillfrågades slöjdarna om det fanns möjlighet att expandera sin verksamhet, 81 % svarade ja och av dessa var det 46 % som verkligen avsåg att genomföra en expansion. Främsta anledning till att inte kunna utvidga verksamheten var dålig lönsamhet (Nutek 1998, s.16). Utredningen från 2008 ser stor potential för entreprenörskap inom näringen där mer än hälften av de slöjdare som inte redan försörjer sig helt genom hemslöjd svarade att de skulle vilja göra det om möjlighet fanns. De viktigaste skälen som anges för att man inte kan försörja sig på heltid är dålig lönsamhet och svag efterfrågan (Nutek 2008, s.29f).

Ahlstedt anser att det är viktigt för framtiden att Sverige har professionella utövare som kan leva på slöjden. Mycket av teknikkunskan finns idag hos dessa slöjdare och hos de regionala hemslöjdskonsulenterna. Hon upplever att det finns en enorm vilja bland slöjdföretagarna att komma vidare i sina företag, att utveckla målgruppen och nå nya marknader. Hon ser stora möjligheter i digitaliseringen som ett sätt att utveckla men inte det enda. Ahlstedt pekar på ett behov av att koppla ihop slöjdutbildningar, utövare och näringsliv på olika sätt men även på att det behövs arenor där slöjden får synas och möta den efterfrågan som nu finns i samhället efter autentiska upplevelser och berättelser, där slöjden har båda.

Ahlstedt tror inte på toppstyrningslösningar utan menar att man måste lyssna först. Hon berättar om behovsinventeringen, den kvalitativa enkätundersökningen som NFH nu gör, där de sänder ut frågor till 150 slöjdföretag. Denna behovsinventering sker i tre nivåer och det första steget är enkätundersökningen. Sedan kommer en mindre arbetsgrupp med tre personer få prata utifrån sina erfarenheter inom företag och därefter kommer arbetsgruppen att göra djupintervjuer med upp till fem personer i sina nätverk. Inventeringen syftar till att utifrån slöjdarnas syn ta reda på hur de vill utveckla sina företag och vilka deras behov är för att NFH därefter kan agera efter de faktiska behoven.

Slöjdare 1 ser fortsatt företagande som sin framtid. Hon har gjort ett aktivt och medvetet val att starta företag och är medveten om att det kräver en stor arbetsinsats. Inom fem år planerar hon att kunna gå ned i sin tjänsteutövning till halvtid men har hon kommit så långt att hon jobbar heltid inom företaget ser hon det som att hon nått målet. Hon har märkt att garn- och hantverksturism ökar och att de söker sig till butiker med unika varor vilket hon ser som en framtida möjlighet. Slöjdare 2 är nöjd med den omfattning som de pedagogiska uppdragen nu utgör. Han kommer den närmaste framtiden att satsa på att behålla de relationer och omfattning han gällande arbetsgivare och tjänstegrad. Slöjdare 3 kommer att fortsätta med sitt företagande på heltid.



### **2.5.1 Internationella möjligheter**

I Nutek-utredningen från 2008 görs internationella utblickar inom olika sätt att stödja hemslöjden i framförallt Nordiska länder men även utanför Norden. Tonvikten ligger på att hitta gemensamma drag i utvecklingen. Finland lyfts fram för deras satsning på branschspecifik företagsrådgivning via hemsida till hantverksföretag. I Storbritannien inkluderas slöjd/hantverk som en av tretton delnäringsområden inom den kreativa sektorn. Den är den ekonomiskt svagaste delbranschen med få heltidsarbetande och låg inkomstgenerering, men med ett ökat antal högutbildade. Att främja en korsbefruktning mellan delbranscherna anses vara den bästa metoden för att möjliggöra tillväxt inom samtliga delbranscher, då dessa var och en för sig anses vara av mindre betydelse för Storbritanniens ekonomi. Den kreativa industrin i helhet anses som en viktig del för att skapa andra viktiga värden än ekonomiska för landet. I Kanada betonas när det gäller entreprenörskaps-, tillväxt- och näringslivsfrågor att det är viktigt att skapa separata strategiplaner för det nationella och det internationella arbetet för att kunna anpassa det till olika marknader, konsumenter, produkter och media. Samtidigt poängteras att internationellt och nationellt erkännande hör ihop på så sätt att nationell framgång främjas av internationellt erkännande (Nutek 2008, s.60f).

När det kommer till hur respondenterna i denna undersökning rör sig i och har för tankar till de internationella möjligheterna så ser Ahlstedt att fler dimensioner behövs för att utveckla slöjden och hon tror att det finns en internationell potential. Hon berättar att via slöjdare har hon fått bekräftat att de som lyckas ta sig ut och hittat en för sitt företag möjlig produktionskapacitet och kan kommunicera denna kapacitet lyckas som företagare. Kapaciteten handlar inte om att kunna sälja stora volymer utan att man kan kommunicera den kapacitet som den hantverksmässiga tekniken möjliggör. Ahlstedt menar att kunskaperna om hur man går tillväga när man får en förfrågan från en internationell kund och hur man tydligt kommunicerar sin kapacitet på en internationell marknad behöver skapas mer kunskap kring inom slöjdnäringsområdena.

Ahlstedt ser att olika möjliga finansieringsformer inom kulturnäringsområdena är på väg in i Sverige. Det är t.ex. kultursponsring, där företag i näringslivet ger bidrag till kulturen och *crowdfunding*, även kallat gräsrotsfinansiering. Den sistnämnda är en metod för entreprenörer i både nystartade och etablerade företag att hitta finansiering till sina affärsidéer genom att vända sig till ett stort antal finansiärer ([www.crowdcube.se](http://www.crowdcube.se)).

Lindberg säger att nya grepp behövs för att utveckla slöjdnäringsområdena i Sverige. Ett sätt är att dra lärdom av andra länders arbete inom marknadsföring och hur nätverk kan användas. Han nämner England som ett intressant land att titta på då han ser att de är bra på att nätverka slöjdare emellan. Slöjdare 1 berättar att hon är med i internationella stick- och branschrelaterade forum. Slöjdare 2 skulle tycka att det skulle vara intressant att hålla kurser utomlands. Slöjdare 3 studerar skandinavisk och internationell folkkonst och traditionell slöjd som inspiration för teknik och slöjdutryck och han håller kurser internationellt.

### **2.5.2 Nationell nätverkan**

I Nutek-utredningen från 2008 är det efterfrågan på stöd för att skapa nätverk och skattelättnader som värderas högst när det kommer till hur hemslöjden som näring kan stärkas. Hela 23 % ser att stöd för att skapa fungerande nätverk, butiker och marknadsföring är sätt som skulle stärka näringen. Därefter ses skattelättnader och

utbildning i företagande och entreprenörskap som viktigt. Endast 4 % såg en branschorganisation som ett bra sätt att stärka hemslöjd som näring (Nutek 2008, s.35).

Regeringen beslutade om en handlingsplan, gällande under perioden 2009-2012, som syftade till utvecklat entreprenörskap och företagande inom kulturella och kreativa näringar – KKN samt för ökad samverkan mellan kultur och näringsliv. Riksantikvarieämbetet, Statens kulturråd, Konstnärsnämnden, Riksarkivet, NFH och Stiftelsen Svenska Filminstitutet, fick alla i sina regleringsbrev och riktlinjer för 2012 i uppgift att i samverkan lämna en gemensam resultatbedömning av arbetet med handlingsplanen. Redovisningen lämnades i juni 2012 där NFH i sitt arbete bland annat kommit fram till att det är viktigt att närings- och kulturfrågorna möts för att skapa en bredare förståelse. Fokus bör vara på möjligheterna att utnyttja varandras resurser och kunskaper och att det behövs en ömsesidig påverkan (Riksantikvarieämbetet 2012, s.42).

I egenskap av vikarierande hemslöjdskonsulent gjorde Lindberg, med utgångspunkt i Västra Götaland, rapporten Slöjd som näring – utmaningar & möjligheter. Resultaten i rapporten vilar på både genomförda samtal med samtida verksamma slöjdare och tidigare utredningar och analyser med valda nedslag i materialet som sträcker sig mellan 1976 och 1998. Rapporten är utformad för att fungera som diskussionsunderlag eller som konkreta utvecklingsförslag där Lindbergs åsikter blandas med undersökningsresultatet. Några av de inringade problemen är det svenska skattesystemet och avsaknaden av mötesplatser på Internet för slöjdare (Lindberg 2007, s.32).

Hösten 2013 lämnade Lindberg och Karlsson in en projektmedelansökan till NFH för projektet, Branschorganisation för slöjdare. Projektets syfte är att initiera en process som leder till att en branschorganisation för yrkesverksamma/utövande slöjdare, som har slöjden som näring, bildas. Projektet ska utarbeta en form och en plan för att skapa en sådan branschorganisation samt undersöka vilka möjligheter en sådan organisation skulle kunna ha för att påverka slöjdares ställning och möjligheter (Lindberg & Karlsson 2013). Projektmedel beviljades ej av NFH men engagemanget kvarstod och i februari 2014 riktade duon stark kritik mot NFH och hemslöjdskonsulenterna genom debattartikeln Arga slöjdarna, i bloggen ahardslojdlife på tidskriften Hemslöjds hemsida. Kritiken rör deras arbete med att stärka slöjdnäringen för de slöjdare som på ett professionellt sätt försöker leva på sin slöjd. Lindberg och Karlsson menar att NFH och hemslöjdskonsulenterna inte har förmågan att förbättra slöjdarnas villkor. De lyfter flera argument för att starta en branschorganisation för slöjdare som en möjlig lösning på uppmärksammat ämne ([www.hemslojd-tidningen.se](http://www.hemslojd-tidningen.se)).

I intervjun, inom denna uppsats, beskriver Lindberg klimatet för slöjdarna inom sin näring som tufft och att det är få som kan leva på det. Han är, i sin roll som initierare till en branschorganisation, av åsikten att det måste till en dialog mellan slöjdarna och de som håller i pengarna. Bland hemslöjdskonsulenterna upplever han att dialogen har varit svår att få igång. Lindberg ser en branschorganisation med fokus på näringsfrågor som lösningen på många av problemen, en organisation som innefattar professionella slöjdare och de som vill börja arbeta professionellt. Han tror på en rikstäckande organisation med nära samarbeten med företagsutvecklande organisationer. Han förtydligar att det är viktigt att låta slöjdarna vara med i processerna och att organisationen inte blir toppstyrd.

Ahlstedt menar att branschorganisationsfrågan behöver utredas och att det är de professionella slöjdarna som måste vara drivkraften i detta. Frågor som huruvida det är en renodlad slöjdbranschorganisation som behövs, om den ska stå självständigt eller om den vinner på att knytas an mot eller inkluderas med andra behövs utredas.

Ahlstedt beskriver behovet av stöd inom näringen till att handla om företagsfrågor. Att knyta ihop och bredda fältet genom att samordna de som arbetar med slöjd, konsthantverk och småskalig designproduktion på ett tydligare sätt kan vara en väg att gå. Hon förtydligar att det är viktigt att alla definitionerna som slöjd, konsthantverk och design finns kvar men tror att det för kunden inte alltid är så viktigt att veta vilket fack som föremålet tillhör. Kunden tittar på föremålet, berättelsen och identifikationen, vilket är värden som är lika viktiga frågor för alla tre grupper, där deras samlade kunskaper skulle stärka näringen i helhet.

Ahlstedt berättar att NFH tillsammans med ett antal närliggande branschorganisationer kommer att ta fram en agenda för hur kulturnäringen ska utvecklas, hur man ska arbeta inom kulturnäringen framöver och vilka möjliga områden som de ser som viktiga att utveckla. De kommer att utgå från de behov som ringas in genom behovsinventeringen och tidigare rapporter. Ahlstedt tror att några av de områden som kommer att hamna i fokus är skola, att satsa tidigt på de unga, internationalisering, att rusta företagare för att kunna hantera internationell försäljning, samt slutligen bättre anpassade finansieringsmöjligheter för småföretagare nationellt. Ahlstedt tror att det behövs en rikare flora av metoder för att utveckla företag och innovationer. Hon anser att de stödsystem som finns idag är för stela och för dåligt anpassade då de bygger på en ekonomisk tillväxtkurva som inte stämmer mot kulturföretagen.

Det Slöjdare 1 saknar för sitt företags utveckling är en branschorganisation för slöjdare och konsthantverkare, en stödjande organisation som lyfter fram slöjden som en näring i samhället. Hon saknar ekonomisk hjälp anpassad just till slöjdnäringen och riktlinjer i form av en branschtaxa med råd om prissättning när det kommer till workshop, kurser och föreläsningar. Organisationen skulle vara öppen för de som både arbetat professionellt många år inom näringen men även de som har ambition att göra det. Slöjdare 1 ser ingen självskrivna person som ska driva denna organisation utan tror snarare på att det ska vara en grupp som driver det. Det behövs en organisation som har det som profession och gör det på heltid. Hon tror att bland dem som driver denna organisation ska det finnas några som har slöjdanknytning och några som har anknytning till traditionellt näringsliv. Hemslöjdskonsulenters medverkan i organisationen är oklar, de har nätverk som innefattar de flesta slöjdarna vilket är bra för spridningen av branschinformation men de upplevs av Slöjdare 1 samtidigt ha ett allt för fokuserat märkestänkande, där välkända namn hellre lyfts fram än de som är på uppgång. Organisationen ses arbeta rikstäckande där regionavdelningar kan komma på sikt.

Slöjdare 2 tror att de som har svårare att marknadsföra sig själva och har svårt att skapa och upprätthålla informella nätverk är den grupp som kanske skulle ha ett behov av en mer formell struktur med tydligt ledarskap, vilket en branschorganisation kan vara.

Slöjdare 2 har idag inte något behov som kan uppfylls genom att gå med i en grupp eller organisation. Han är av uppfattningen att det är svårt att arbeta med produkter som slöjdare i Sverige idag med tanke på hur skattesystemet ser ut. Han tror att gruppen slöjdare aldrig kommer att bli tillräckligt stor att deras branschorganisation skulle kunna påverka detta. Han vet inte ens om det är önskvärt samhällsmässigt att ändra skattesystemet endast med anledning av slöjdproduktionen, då den är sådan försvinnande liten del i detta konsumtionssamhälle. För honom själv är frågan hur en branschorganisation skulle kunna påverka slöjdekunskapsförsäljningen, alltså kursverksamheten som är hans arbetsfält. Slöjdare 2 säger: ”Det går inte bara att säga att vi ska ha lägre skatt vi som slöjdare för vi ska kunna försörja oss på det. Det kanske inte har ett samhällsekonomiskt värde”.

Slöjdare 3 saknar en organisation för yrkesslöjdare och för att starta en tror han att det skulle behövas en eller två projektledare som arbetade med det på längre sikt och som kan erhålla finansiella medel i ett uppbyggnadsskede. Han ser möjligheter med en näringskonsulent på heltid och för att det sedan skulle kunna brytas ut en medlemsfinansierad organisation behöver man lyckas samla en slöjdarkår på några hundra heltidsslöjdare. En fråga som Slöjdare 3 anser att branschorganisationen ska driva är att införa slöjd i högskola i anknytning till utbildningarna vid hemslöjdens gård Sätergläntan, där SHR är huvudägare, med seriös empirisk forskning om den kunskap slöjdarna har. Han tror inte att de verksamma slöjdarna själva hinner med och orkar driva en sådan organisation på egen hand. Han anser att slöjden behöver stå på flera ben där det handlar om bra utbildningar, bra butiker, bra tidning, bra ideell verksamhet och bra slöjdare. Slöjdare 3 är av åsikten att en samlad hemslöjdsrörelse är det bästa då det ger samordningsfördelar. Han rekommenderar inte att man organiserar sig i flera små organisationer utan förespråkar en bred organisation på nationell nivå som är demokratiskt uppbyggd med självständiga enheter utan att någon ska sitta i toppen och bestämma allt.

## **3. DISKUSSION OCH SLUTSATSER**

### **3.1 Entreprenörskapets utveckling**

Genom de resultat som intervju- och dokumentstudierna har givit, vilka presenterades i föregående kapitel, diskuterar jag slutsatserna med uppsatsens frågeställningar som utgångspunkt. Det jag kan se genom Nutek-rapporterna från 1998 och 2008 är att under denna 10-årsperiod så har viljan hos slöjdarna att expandera sitt företag drastiskt ökat. Detta kan vara ett tecken på att slöjdarna är tvungna att expandera för att klara omsättningen men det som talar emot är att antalet som angav att hindret för att expandera sitt företag är på grund av dålig lönsamhet har sjunkit med hela 15 % från 1998 till 2008. Reservation för felmarginal i rapporterna ser jag borde göras då de utvalda informanter i utredningen från 1998 är valda utifrån hemslöjdskonsulenterna kunskap om vilka som redan till större delen försörjde sig på sin slöjd och valt bland dem. I 2008 årsrapport är respondenterna valda utifrån vidare kriterier och kan på så sätt förklara det lägre procentantalet. Därtill anser sig slöjdarna betydligt mer kapitalstarka 2008 än 1998. Det nya hindret som anges för utvidgning av företag är svag efterfrågan och svårigheter att hitta kunder och försäljningskanaler. Svårigheten att hitta bra försäljningskanaler bekräftas av de slöjdare som intervjuas i denna undersökning. Med perspektiv mot Nutek-utredningarna och de material som denna uppsats presenterat så ser man att fler väljer att lägga mer tid på slöjd, men statistiken visar en tydlig riktning mot att de som försörjer sig helt genom slöjd minskar.

### **3.2 Kanaler och nätverks betydelse**

När det kommer till att sälja sina produkter ger Nutek-undersökningarna, från 1998 och 2008 bilden att är det försäljning direkt till besökande kund som är den viktigaste kanalen för slöjdarna. SHR-an slutna hemslöjdsbutiker kommer därefter tillsammans med mässor och utställningar som viktiga kanaler. Försäljning direkt till besökande kund ses genom uppsatsens intervjustudie fortfarande ha viss betydande roll men är inte längre den viktigaste. SHR-an slutna hemslöjdsbutiker har idag låg omsättning och det blir tydligt i undersökningen att det är få av slöjdarna som numera kan ha just butiken som den viktigaste försäljningskanalen. Idag är det den egna webbutiken, mässor, sociala medier och utställningar som är de viktigaste kanalerna för att sälja sina produkter enligt de tillfrågade slöjdarna. SHR-an slutna hemslöjdsbutiker ses mer som marknadsföringskanaler än som försäljningskanaler. Man ger idag även en bild av mässor som ställen där man i första hand vidgar sina nätverk och i andra hand säljer. Mässor kräver dessutom att slöjdarna gör efterforskningar för att kunna anpassa sitt utbud efter kundgruppen på varje mässa. Kanalerna har förändrats från att ha varit platsspecifika till att i allt större utsträckning ha flyttat ut på Internet.

Marknader kommer inte fram i denna undersökning som en av de kanaler som betyder mest utan lyfts för att det är en kanal som till och med kan ha en negativ inverkan på näringen. Genom Nutek-utredningen 2008 kommer det fram att de slöjdare som inte har egna företag ser marknader och mässor som den viktigaste försäljningskanalen efter SHR-anslutna hemslöjdsbutiker. Undersökningen har visat att marknader inte längre är en kanal för de slöjdare som vill vara professionella inom sin näring och att det ofta anses innebära större utgifter än inkomster. Problematiken kan ses ligga i att många som finner marknader som tilltalande försäljningskanaler inte ser sig som en del av yrkeskåren slöjdare. Detta kan ses som en orsak till att det säljs bra slöjdade föremål till priser som slöjdnäringen anser vara alldeles för billigt, vilket skadar näringen i sin helhet.

I Nutek-undersökningen 2008 framkommer det att bara 13 % anser att hemslöjdskonsulenterna är den viktigaste aktören för att utveckla den egna slöjdproduktionen. Intervjustudien visar att det råder delade meningar om i vilken omfattning hemslöjdskonsulenternas roll som kanal har för slöjdarna idag, utvecklande eller hämmande. Det som undersökningen visar är att hemslöjdskonsulenternas arbete värderas högre av de slöjdare som inte driver sin verksamhet genom ett eget företag. Det råder även delade meningar om huruvida hemslöjdskonsulenternas uppdrag är att stödja enskilda slöjdare. Det blir tydligt att kunskapen om hemslöjdskonsulenternas uppdrag är oklar bland slöjdarna och det är inte självklart att alla är medvetna om att det är de regionala huvudmännens direktiv som styr vad hemslöjdskonsulenterna kan arbeta med idag. Slöjd är en regionalt inriktad kultur där alla regioner inte ännu arbetar med näringsfrågor. Ett fortbildningsprojekt för hemslöjdskonsulenter i företagsutveckling har genomförts genom NFH och näringskonsulenttjänsten och beskrivs, av projekthållaren, som mycket uppskattat av konsulenterna. Det visar på att viljan finns inom konsulentkåren att utbilda sig för att möta efterfrågan.

I Nutek-utredningen från 2008 bestod det viktigaste nätverket av andra slöjdare och deras egna försäljningskanaler. Nätverken beskrivs idag som mycket viktiga och finns både lokalt och nationellt. Andra slöjdare inom samma bransch och uppdragskanaler ses som viktiga. Nätverken idag består av formella nätverk som företagsorganisationer och branschorganisationer samt av informella nätverk som icke organiserade grupper och mötesforum via Internet. Kontakter som skapats via utbildningar visar undersökningen är viktiga nätverk idag.

### **3.3 Utvecklingsbehov**

Uppsatsens andra frågeställning om det finns ett utvecklingsbehov inom slöjdnäringen och om så hur det tar sig uttryck visar undersökningen att det finns ett uttalat behov av företagsrelaterat stöd bland slöjdarna. Ahlstedt på NFH ser även den behovsbilden utifrån hennes tjänsteutövning. Behovet bekräftas även av Lindberg i egenskap av initierare av en branschorganisation för slöjdare. Undersökningen visar att behovet inte har skapats på grund av att initierarna har gjort debatten offentlig och tillgänglig utan debatten är igång för att det underliggande ett faktiskt behov. I undersökningen har det varit av mindre betydelse för resultatet att undersöka vem som kan anses startat samtalet och det kom heller inte fram i undersökning som ett sidoresultat.

Hur detta utvecklingsbehov tar sig uttryck nationellt har blivit något tydligare genom dokumentstudien, men ger inte en helhetsbild utan antydningar genom valda nedslag. Det framkommer att ifrån ett myndighetsperspektiv har man förstått möjligheten och nödvändigheten av att fortsätta det påbörjade utvecklings- och tillväxtarbetet inom slöjdnärings. Att ge den en framskjuten position inom den kulturella och kreativa sektorn genom strategiska insatser. Undersökningen konstaterar att kulturföretagarna ofta hamnar ”mellan stolarna” på de samhällsliga stödstrukturerna inom kultur-, arbetsmarknads- och näringspolitik. Regelverk och stödåtgärder är inte anpassade efter kulturföretagarnas situation och når därför inte de konstnärer och kulturskapare som driver sina verksamheter i företagsform. Behovet av instanser för att göra det möjligt för kulturföretagen att ta del av de resurser samhället tillhandahåller ses som stort.

Denna undersökning visar att lärdomar som gjorts genom andra internationella utredningar har bärighet även för den nationella slöjdnärings. Att främja korsbefruktning mellan delbranscher och att göra jämförelser och inspireras av andra branscher, benchmarking, anses vara den bästa metoden för att möjliggöra tillväxt inom samtliga involverade delbranscher. Den problematik att ringa in branschen på grund av bristande statistik finns precis som i Sverige även internationellt. Problemet förefaller dock mindre då flertalet har etablerade hantverksdatabaser att rådfråga vid statistiska undersökningar och forskning vilket inte finns i Sverige. I intervjuundersökningen framkommer ett uttalat behov av ett nationellt register med slöjdföretag i en Internetbaserad plattform där utbudet av slöjdare, slöjdföremål och kursverksamhet nås lättnavigerat för presumtiva kunder.

Vikten av att det i framtiden finns professionella utövare som kan leva på slöjden blir tydligt genom undersökningen. Mycket av tekkunnandet finns idag hos slöjdarna och hos de regionala hemslöjdskonsulenterna. Med den nu aktuella utbildningen, till bland annat yrket som hemslöjdskonsulent, Ledarskap i slöjd och kulturhantverk finns inte det teknik och materialkunnandet med på det sätt som det tidigare gjorde utan nu ges andra verktyg. Detta innebär att hemslöjdskonsulentens roll kommer att gå från att vara utövare och teknikförvaltare till att ge verktyg för att slöjdarna själva ska kunna utöva och förvalta kunskaperna. Det gör det viktigt för bevarandet av den delen inom slöjden som handlar om teknik och materialkunskap, att möjligheten till slöjdföretagandet finns kvar i samhället som något som är möjligt att försörja sig helt inom och slöjdens roll som bisyssla behöver förändras mot en tydligare näring. I intervjuundersökningen framkommer starka skäl för att införa slöjd i högskola med seriös empirisk forskning om den kunskap slöjdarna har för att lyfta näringen och tradera kunskapen. Här ser jag institutionen för kulturvård vid Göteborgs universitet som en viktig aktör.

Det som kommit fram genom undersökningen och bekräftar utvecklingsbehovet är att:

- Anders Lindberg och Niklas Karlsson har sökt projektmedel från NFH hösten 2013 till ett projekt med syfte att initiera en process som leder till att en branschorganisation bildas för yrkesverksamma/utövande slöjdare, som har slöjden som näring.
- En debatt om NFH:s och hemslöjdskonsulenternas oförmåga att förbättra slöjdarnas villkor har gjorts offentlig och tillgänglig genom artikeln Arga slöjdarna an Lindberg och Karlsson i bloggen ahardslojdlife på tidskriften Hemslöjds hemsida.
- NFH har startat en behovsinventering som syftar till att utifrån slöjdarnas syn ta reda på hur de vill utveckla sina företag och vilka deras behov är.

- NFH har tillsammans med ett antal närliggande branschorganisationer påbörjat ett samarbete med att ta fram en agenda för hur kulturnäringen ska utvecklas, hur man ska arbeta inom kulturnäringen framöver och vilka möjliga områden de ser som viktiga att utveckla.

Genom intervjustudien har det blivit tydligt att Lindberg, som intervjuats för att han har specifik kunskap om initieringen av en branschorganisation, ska betraktas som slöjdföretagare i första hand och idébärare av organisationstankar i andra hand. Detta ska ses som en fördjupande omständighet och förankrar branschorganisationens idé till ett faktiskt behov, då initieraren själv inte ser sig som den som har möjlighet eller kunnandet att driva detta hjälporgan. Branschorganisationsfrågan bottnar i behovet av att starta en dialog om hur man på bästa sätt stärker slöjden som näring. En branschorganisation ses som lösningen på många av förestående problem inom slöjdnäringen. Organisationen beskrivs av slöjdarna som ett stödjande organ som lyfter fram slöjden som en näring i samhället och erbjuder anpassad ekonomisk hjälp. Genom intervjustudien framkommer att slöjdarna ser fördelar med en branschorganisation för slöjdare men uttrycker tveksamheter inför vad en liten organisation har för möjlighet att påverka i de frågor som är viktiga för dem. Branschorganisationsfrågan behöver utredas vidare, däribland huruvida den ska stå självständigt eller om den vinner på att knytas an mot eller inkluderas med andra branschorganisationer genom att samordna de som arbetar med slöjd, konsthantverk och småskalig designproduktion.

### 3.4 Utvecklingsriktning

Uppsatsens sista frågeställning om hur utvecklingsriktningen ser ut i den samtida slöjdnäringen kan bäst besvaras genom att utgå från svaret på föregående fråga. Det handlar om hur utvecklingsbehovet tar sig uttryck och genom det se antydningar om slöjdnäringens utvecklingsriktning. Precis som med utvecklingsbehovet kan utvecklingsriktningen bli något tydligare genom undersökningen, men den ger inte en helhetsbild utan endast antydningar genom ett begränsat undersökningsmaterial. Utvecklingen kan ses gå mot större nätverkan där det handlar om att kommunicera slöjden och stärka den som näringsgren. När jag sammanför de faktum att slöjdarna vill utveckla målgruppen och nå nya marknader med att största andelen registrerade hantverksföretag i Sverige finns utanför tätorten, vilken är en tydlig skillnad mot övriga kultursektorn som har större koncentration till storstadsregionerna, blir det tydligt att klara konkurrensfördelar finns. En tänkbar utvecklingsriktning är ett närmare samarbete med turism genom glesbygdspolitiska frågor för att bredda marknaden för slöjdarna.

Slöjdarna idag står inför ett stort problem där de med sina slöjdprodukter konkurrerar med industrin. Att konkurrera om tid ses som tacksammare, där kan slöjdkunskaper konkurrera med sportaktiviteter då det är människors tid man konkurrerar om. Jag ser det som en möjlig kommande utvecklingsriktning att marknaden med slöjdkunskaper kommer att få större betydelser för de verksamma professionella slöjdarna.

Resultaten från denna undersökning visar att samtal har startat på tre nivåer: 1) Nationellt har samtal inletts mellan branschorgan inom de kulturella och kreativa näringarna som slöjden ligger närmast, där NFH är parten som för slöjdens talan. 2) Initierarna till en branschorganisation har visats sig i denna undersökning kunna placeras in på mellannivån, Lindberg och Karlsson som gjort debatten kring att starta en branschorganisation för



slöjdare offentlig och tillgänglig. 3) På verksamhetsnivå har denna undersökning ej styrda intervjufrågor visat att slöjdarna är väl medvetna om debatten som förs av Lindberg och Karlsson och anger företagsbehov som de tror endast är lösbara på en nationell organisatorisk nivå.

Detta bekräftar samtidigt uppsatsens teoretiska ansats myrstacksperspektivet, som förklaras i inledande kapitel 1.9. Sammanfattat innebär det att det behövs en granskning av näringen ur ett mellanperspektiv för att åstadkomma konkreta resultat som utvecklar en bransch inom kulturnäringarna. Detta genom att synliggöra samspelet och den dynamik som kan uppstå *mellan* olika aktörer. Den teoretiska ansatsen bekräftas på det sätt att det är först när en gruppering som representerar ett mellanperspektiv lyfter frågan som processen tycks ha startat.

Varför har detta då inte skett tidigare då nivåerna redan tycks finnas där, NFH med sitt örnperspektiv, slöjdarna med sitt myrperspektiv och hemslöjdskonsulenterna som är en länk mellan dem båda och utifrån sett befinner sig på en mellannivå. Verkligheten är en annan. Undersökningen visar istället att hemslöjdskonsulenterna är begränsade av sin huvudmans övergripande kulturplan och hamnar därför även de i örnperspektivet. Således har det inte funnits något mellanperspektiv, dvs. myrstacksperspektiv. Det är genom initierarna till en branschorganisation som ett verkligt myrstacksperspektiv har uppstått. Båda har erfarenheter från arbete som hemslöjdskonsulent, driver egna slöjdföretag och genom att göra debatten offentlig och tillgänglig knackade de samtidigt på myndigheternas dörr för att öppna upp för samtal. Även om samtal har förts internt innan på de olika nivåerna rörande den problematik som finns inom slöjdnäringen, så kan man först nu med ett myrstacksperspektiv se att processer mellan nivåerna startat. Den teoretiska ansatsen är med det bekräftad.

## 4. SAMMANFATTNING

Genom undersökningen blir utvecklingsriktningen något tydligare, men den ger inte en helhetsbild utan endast antydningar genom ett begränsat undersökningsmaterial. Utvecklingsriktningen för vilka kanaler och nätverk som har betydelse för verksamma professionella slöjdare, när det kommer till att sälja sina produkter, har förändrats. Det har gått från att vara försäljning direkt till besökande kunder, tätt följt av SHR-an slutna hemslöjdsbutiker tillsammans med mässor och utställningar, till att idag där försäljning direkt till besökande kunder ses ha viss betydande roll men inte längre är den viktigaste. Idag är det egna webbutiken, mässor, sociala medier och utställningar som är de viktigaste kanalerna för att sälja sina produkter enligt de tillfrågade slöjdarna. SHR-an slutna hemslöjdsbutiker ses mer som marknadsföringskanaler än som försäljningskanaler liksom mässor idag ges en bild av att vara ställen där man snarare vidgar sina nätverk mer än man säljer sina produkter och tjänster. Kanalerna har förändrats från att ha varit platsspecifika till att i allt större utsträckning ha flyttat ut på Internet.

Undersökningen konstaterar att kulturföretagaren ofta hamnar ”mellan stolarna” på de samhällsliga stödstrukturerna inom kultur-, arbetsmarknads- och näringspolitik. Det framkommer att ifrån ett myndighetsperspektiv har man förstått möjligheten och nödvändigheten av att fortsätta det påbörjade utvecklings- och tillväxtarbetet inom slöjdnäringen. Denna undersökning visar att lärdomar som gjorts genom andra internationella utredningar har bäring även för den nationella slöjdnäringen. Att främja korsbefruktnings mellan delbranscher och att använda sig av *benchmarking* för att göra jämförelser och inspireras av andra branscher anses vara den bästa metoden för att möjliggöra tillväxt inom samtliga involverade delbranscher.

I intervjuundersökningen framkommer ett uttalat behov av ett nationellt register med slöjdföretag i en Internetbaserad plattform där utbudet av slöjdare, slöjdföremål och kursverksamhet nås lättnavigerat för presumtiva kunder. När det kommer till bevarandet av den delen inom slöjden som handlar om teknik och materialkunskap blir betydelsen av att det i framtiden finns professionella utövare som kan leva på slöjden tydlig. För att slöjdföretagandet ska finnas kvar i samhället som något som är möjligt att försörja sig helt inom är det viktigt att slöjdens roll som bisyssla förändras mot en tydligare näring. Ett verktyg för att lyfta näringen och tradera kunskapen är att införa slöjd i högskola med seriös empirisk forskning.

Branschorganisationsfrågan bottenar i behovet av att starta en dialog om hur man på bästa sätt stärker slöjden som näring. Undersökningen visar att det finns ett uttalat behov av företagsrelaterat stöd bland slöjdarna och att branschorganisationsfrågan behöver utredas. Genom intervjustudien framkommer att slöjdarna ser fördelar med en branschorganisation för slöjdare men uttrycker tveksamheter inför vad en liten organisation har för möjlighet att påverka i de frågor som är viktiga för dem.

Utvecklingen kan sammanfattat ses gå mot större nätverkan och en tydligare kommunikation av slöjdens bärande egenskaper för att stärka näringsgrenen.

## 5. FÖRKORTNINGS- OCH ILLUSTRATIONSFÖRTECKNING

KKN	Kulturella och kreativa näringar
NFH	Nämnden för hemslöjdsfrågor
SHR	Svenska hemslöjdsföreningars riksförbund

**Figur 1.** Kunskapsbildningen kring kulturnäringarna sker i skilda sammanhang och beskrivs som tre sfärer. Modellen är publicerad med tillåtelse av modellskaparna och författarna och är hämtad från Karlsson, David, Lekvall, Lotta (2011). *Örnarna och myrstacken. Vad vet vi om kulturnäringarna?* Nätverkstan. Kultur i Väst. Göteborg.

## 6. KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING

### Otryckta källor

#### Intervjuer

Respondent – Slöjdare 1. Enskildfirma sedan 2006 med textilafibrer som inriktning, kombinator och arbetar utöver företaget som heltidsanställd [2014-04-05].

Respondent – Slöjdare 2. Frilansande pedagog sedan 2004 inom textilt hantverk med textilafibrer som inriktning, inget företag, försörjer sig helt genom tillfälliga anställningar [2014-04-17].

Respondent – Slöjdare 3. Enskildfirma sedan 1985 inom färskt trähantverk, försörjer sig genom sitt företag [2014-04-04].

Respondent – Rebecca Ahlstedt. Näringskonsulent och företagsutvecklare på Nämnden för Hemslöjdsfrågor i ett nationellt näringsprojekt. Designer MFA som är verksam i områdena design & formgivning, kulturproduktion, processledning och företagsutveckling. Driver företag sedan 2006 [2014-04-09].

Respondent – Anders Lindberg. Initierare till uppstart av en branschorganisation för slöjdare, slöjdare med enskild firma sedan 1997 inom färskt trähantverk, kombinator och arbetar utöver företaget som heltidsanställd [2014-04-09].

### Tryckta källor

Ax, C., Johansson, C. & Kullén, H. (2009). *Den nya ekonomistyrningen*, 4e uppl. Liber, Malmö.

BOP Consulting (2012). *Craft in an Age of Change*. London.

Esaiasson, P. (2007). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*, 3e uppl. Norstedts juridik, Stockholm.

FOLK OCH FORM (2012). *Plattform för gränsöverskridande och utforskande samarbeten inom formområdet i Västra Götaland*. Sammanställning av förstudiearbete. Göteborg.

Karlsson, D., Lekvall, L. (2002). *Den ofrivillige företagaren: en studie av kultur, ekonomi och företagande*, Nätverkstan Kultur i Väst, Göteborg.

Karlsson, D., Lekvall, L. (2011). *Örnarna och myrstacken. Vad vet vi om kulturnäringsarna?* Nätverkstan. Kultur i Väst. Göteborg.

Kulturdepartementet (2012). *Nationell samordning av hemslöjden – en översyn av Nämnden för hemslöjdsfrågor*, Ds 2012:8. Stockholm.

- Kvale, S., Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*, 2a uppl. Studentlitteratur, Lund.
- Lindberg, A (2007). *Slöjd som näring - utmaningar & möjligheter, 2006-2007*. Hemslojd Västra Götaland.
- Lindberg A., Karlsson N. (2013). *Branschorganisation för slöjdare*. Projektansökan ställd till Nämnden för hemslojdsfrågor.
- Lundahl G., Waldén L. (2003). Fråga, finna, fånga. Nämnden för hemslojdsfrågor.
- Nutek (1998). *Hemslojdens ställning och möjligheter i ett regionalt utvecklings- och näringsperspektiv*. R 1998:12, Stockholm.
- Nutek (2008). *Hemslojden som näringsgren, inför 059-2008*, Stockholm.
- Nämnden för Hemslojdsfrågor (2013). *Slöjd Business – slöjd, hantverk och företagande*. Stockholm.
- Patel, R. & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*, 3e uppl. Studentlitteratur, Lund.
- Riksantikvarieämbetet (2012). *Återrapportering enligt regleringsbrev* Kulturmyndigheternas arbete med kulturella och kreativa näringar. Dnr 301-1835-2012, Stockholm.
- Tjora, A. (2012). *Från nyfikenhet till systematisk kunskap: kvalitativ forskning i praktiken*, 1a uppl. Studentlitteratur, Lund.

## Internetkällor

- Bloggen ahardslojdlife  
<http://www.hemslojd-tidningen.se/ahardslojdlife/2014/02/11/branschorganisation-for-slojd/> [2014-02-16]
- Om begreppet Crowdfunding  
<http://www.crowdcube.se/pg/vad-ar-crowdfunding-695> [2014-05-20]
- Svenska Hemslojdsföreningarnas Riksförbund  
<http://www.hemslojden.org/om-hemslojden/hemslojdsbutiker/> [2014-05-18]
- The International Charter of Artistic Craftsmanship, 2013.  
[http://www.wcc-europe.org/sites/default/files/The\\_International\\_Charter\\_of\\_Artistic\\_Craftmanship\\_1.pdf](http://www.wcc-europe.org/sites/default/files/The_International_Charter_of_Artistic_Craftmanship_1.pdf)  
[2014-03-20]

# BILAGA 1 UNDERLAG, INTERVJUFRÅGOR

## Intervjuunderlag

Intervju, professionella verksamma slöjdare

### **Huvudsaklig slöjdverksamhet**

Beskriv ditt verksamhetsområde

Företagsform?

Har du någon annan försörjningskälla?

Till hur stor del kommer din försörjning från slöjd/  
slöjdkunskaper?

Skulle du vilja försörja dig på heltid på slöjdverksamhet?

Vad hindrar dig?

Varför inte företag?

### **Kanaler**

Säljer du slöjdkunskaper -slöjdföremål?

Vilken är din viktigaste försäljningskanal av slöjdföremål?

Vilken är din viktigaste uppdragskanal av slöjdkunskaper?

### **Utveckling**

Var ser du din verksamhet om 5 år?

Kommer någon del att vidareutvecklas?

Varifrån får du inputen/inspirationen för att utvecklas?

Vilka är de viktigaste aktörerna för att utveckla ditt slöjdande?

Vilka är de viktigaste aktörerna för att utveckla ditt företag?

Är de samma som ovan, varför?

### **Nätverk**

Ingår du i någon grupp eller nätverk?

Utanför slöjden?

Känner du till andra som ingår i någon grupp?

Hur är den grupp organiserad?

Skulle du vilja vara med i en grupp?

Vad skulle du vilja ha stöd inom?

Vem/Vilka skulle driva gruppen?

Var träffas ni?

## **Intervjuunderlag**

Intervju Rebecca Ahlstedt, näringskonsulent, Nämnden för hemslöjdsfrågor.

Intervju Anders Lindberg, representerar initierargruppen för en branschorganisation.

### **Slöjdnäringen i Sverige**

Beskriv slöjdnäringen i Sverige idag för professionella verksamma slöjdare.

Hur ser försörjningen från slöjd ut?

Inom vilka former sker det?

### **Kanaler**

Vilken upplever NI är den viktigaste försäljningskanalen av slöjdföremål för professionella verksamma slöjdare?

Vilken upplever NI är den viktigaste uppdragskanalen för att sälja slöjdkunskaper för professionella verksamma slöjdare?

### **Utveckling**

Var ser NI slöjdnäringen i Sverige för professionella verksamma slöjdare om 5 år?

Riktningar, vad kommer att vidareutvecklas?

Försvinna?

Varifrån upplever NI att Slöjdarna får inputen/inspirationen för att utvecklas?

Vilka ser NI som de viktigaste aktörerna för att utveckla slöjdandet för de professionella verksamma slöjdarna?

Vilka ser NI som de viktigaste aktörerna för att utveckla slöjdnäringen?

Finns det ett behov av stöd till slöjdare?

Hur ser om så det behovet ut?

### **Nätverk**

Finns det nätverk inom slöjdnäringen idag?

Finns det likheter i andra länder?

Hur upplever NI att den professionella verksamma slöjdaren nätverkar?

Vilken betydelse har nätverken?

Om det skulle bildas ett nytt nätverk vad skulle det göra?

Goda exempel från andra länder?

Vem/Vilka skulle driva nätverket?

Hur/var träffas de?

Finns det nätverk utanför slöjden som NI ser samarbetsmöjligheter med?