ALMI

ÅRSREDOVISNING 2011

BÄST I NORDEN
på investeringar

KÖPA FÖRETAG
– en genväg till kvinnors företagande

ANTALET FÖRETAG SOM STARTAS AV INVANDRARE ÖKAR

TILLVÄXT & FÖRNYELSE

2 miljarder kronor i utlåning

44 nya investeringar i riskkapitalverksamheten

15 000 kunder i rådgivning

ALUWAVE
– EN LYSANDE
AFFÄRSIDÉ

23

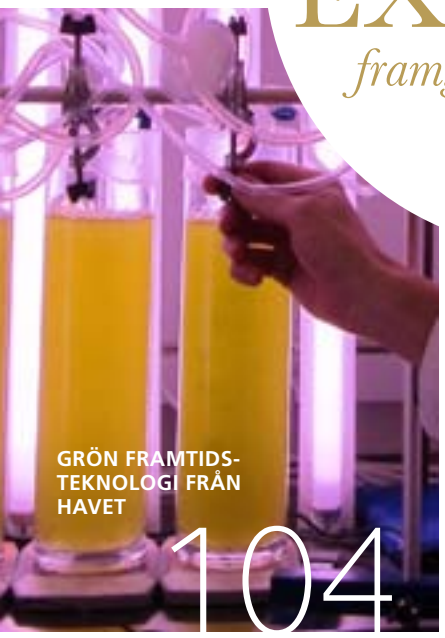
WEBBEXPERTERNA
APICA ERÖVRAR VÄRLDEN

26

På Almi vill vi se fler djärva idéer och fler framgångsrika företag. Inom alla branscher. Från tjänsteföretag till högteknologiföretag.

EXEMPEL

framgångsrika företag



GRÖN FRAMTIDS-
TEKNOLOGI FRÅN
HAVET

104

UMLAX – FISKEINDUSTRI
MED LOKAL PRÄGEL

21

KLARNA FÅR FART
PÅ NÄTHANDELN

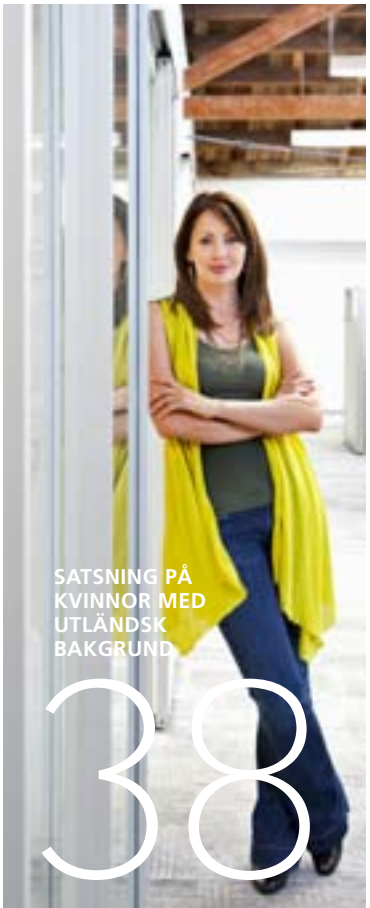
22

46

ISOTIMBER
– SMART
HUSBYGGE

45

ÖVERLÄGSEN
APP-UPPLEVELSE
MED **MALVACOM**

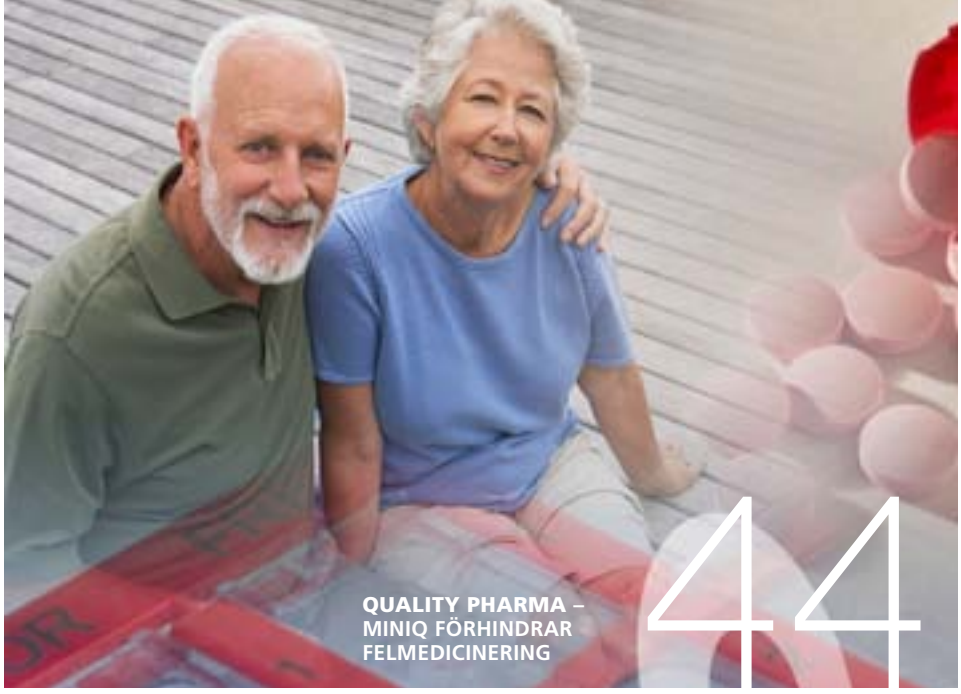


SATSNING PÅ
KVINNOR MED
UTLÄNDSK
BAKGRUND

38

20

NOVELLIX –
BRA LITTERATUR
PÅ KORT TID



44 QUALITY PHARMA – MINIQ FÖRHINDRAR FELMEDICINERING

18 GASEN I BOTTEN FÖR CJ AUTOMOTIVE

46 CAPEE GROUP PROBLEMLÖSARE TILL PROCESS-INDUSTRIN

34 RAMSELE CHARK – KVALITET OCH HANTVERK SITTER I SJÄLEN

ÖKAD ÅTERVINNING MED SORTIFY 39

17 WESC – VÄXER MED STARK IDENTITET

STIPENDIET SKAPA FRAMTIDENS INNOVATÖR 47

Läs om dessa och andra framgångsrika företag längre fram i årsredovisningen.

6 OM ALMI
Almis verksamhet

7 2011 I KORTHET
Året som gått

8 VD HAR ORDET
Starten för ett nytt Almi

10 VISION

11 TILLVÄXTMÅL

12 VICE VD
Almi ska nå alla företag

14 LÅNEVERKSAMHETEN
Ett svängigt år på finansmarknaderna

17 WE
Växer med stark identitet

18 AUTOMOTIVE
Gasen i botten för CJ Automotive

20 NOVELLIX
Bra litteratur på kort tid

21 UMLAX
Fiskeindustri med lokal prägel

24 GNOSJÖ GÄNGTEKNIK
Gängor som passar

21 GÖTENE CONSTRUCTION
Lyhördhet i grävbranschen

22 KLARNA
Klarna får fart på näthandeln

23 ALUWAVE
En lysande affärsidé

24 ALMI INVEST
Bäst i Norden på Investeringar

26 APICA
Webbexperterna Apica erövrar världen

28 ALMI INVESTS PORTFÖLJ

30 RÅDGIVNING
Almis rådgivning skapar möjligheter

33 TINGSRYDS JÄRN
Järn- och bygghandel med koll på läget

34 RAMSELE CHARK
Kvalitet och hantverk sitter i själen

36 KÖPA FÖRETAG
En genväg till kvinnors företagande

37 IFS RÅDGIVNING
Invandrarföretagande i Sverige

38 SATSNING PÅ KVINNOR MED UTLÄNDSK BAKGRUND

39 SORTIFY
Ökad återvinning med Sortify

40 MENTORPROGRAM

41 NYA TANKAR FÖR MEDIABRUKET

42 INNOVATION
Innovationer – ett område i fokus

44 QUALITY PHARMA
MiniQ förhindrar felmedicinering

45 MALVACOM
Överlägsen app-upplevelse med Malvacom

46 INNOVATIONSCASE
Fler case inom innovation

48 SAMMANSLAGNING
Ett större och starkare GävleDala

50 EVENTS

52 KOMMUNIKATION
Framgång inspirerar

54 ALMI I MEDIA

56 MEDARBETARE
Ett starkt varumärke som arbetsgivare

59 ALMIS ORGANISATION

60 DOTTERBOLAGEN

69 Förvaltningsberättelse

74 Koncernens resultaträkning

75 Koncernens balansräkning

77 Koncernens sammanställning av förändringar i eget kapital

78 Koncernens kassaflödesanalys

79 Moderbolagets resultaträkning

80 Moderbolagets balansräkning

82 Moderbolagets sammanställning av förändringar i eget kapital

83 Moderbolagets kassaflödesanalys

84 Noter

92 Revisionsberättelse

93 Bestyrkanderapport

94 ORDFÖRANDE HAR ORDET
Jobb och välstånd

96 Styrelsen

98 Ledningen

100 HÅLLBARHETSREDOVISNING
Hållbarhetsredovisning och case

Om Almi

Sverige behöver fler djärva idéer och fler framgångsrika företag. Inom alla branscher. Men för att starta och driva ett företag behövs det mer än en bra idé. Det behövs också kapital och i många fall även stöd från erfarna rådgivare. Almis verksamhet omfattar lån, riskkapital och rådgivning i företagandets alla faser – från idéer till framgångsrika företag.

LÅN

Almi kompletterar marknaden genom att erbjuda riskvilliga lån när ingen annan gör det. Almis roll att är ta lite större risk. Bärkraften i idén och företagets framtidspotential har större betydelse än de reala tillgångarna. Viktig är också entreprenörens och företagets förmåga att utveckla och ta tillvara idén eller investeringen.

För att kompensera för den högre risken och för att inte konkurrera med den privata marknaden tar Almi ut en ränta som är högre än en genomsnittlig bankränta. Almi erbjuder Företagslån, Mikrolån, finansiering för företag som verkar på internationella marknader samt särskilt anpassade finansieringsformer för innovatörer. Kreditgivning sker i samverkan med andra kreditgivare och bankerna är en viktig samarbetspartner.

RISKKAPITAL

Almi Invest är Almis riskkapitalbolag som investerar i svenska företag som står inför en tillväxtfas. Investeringsobjekt är ofta företag i tidiga utvecklingsskeden med skalbara affärsmodeller och möjlighet till långsiktig värdetillväxt. Investeringarna görs alltid tillsammans med en partner. Almi Invest består av sex regionalt baserade riskkapitalfonder som förvaltar totalt över en miljard kronor.

RÅDGIVNING

Rådgivning utförs av Almis rådgivare eller av externa underkonsulter. Utgångspunkten är att kunderna ska erbjudas bästa möjliga tjänst och kompetens utifrån sina behov. Kontaktförmedling är en viktig del av rådgivningsverksamheten. Almis verksamhet är regionalt baserad. Utifrån de regionala förutsättningarna och efter bolagets egna resurser varierar erbjudandena inom rådgivning från region till region.

Innovation

Innovationsrådgivningen ges i tre faser, den första är att beskriva idén, den andra att utveckla idén och den tredje att kommersialisera idén. Ytterligare ett erbjudande inom Innovationsrådgivningen, produktutveckling, riktas mot befintliga företag som önskar vidareutveckla existerande eller nya varor och tjänster.

Nyföretagande

Nyföretagarrådgivningen riktar sig till personer som är på väg att bli företagare. En del av verksamheten är IFS Rådgivning som vänder sig till företagare med utländsk bakgrund. Här finns också Företagarskolan som är ett utbildningsprogram för den som funderar på att starta eller nyss har startat eget företag.

Mentor

Mentor är ett komplement till ordinarie rådgivning för nya företag och företag i tidiga skeden. Genom Almi får en adept tillgång till en mentor som ställer upp ideellt.

Övrig rådgivning

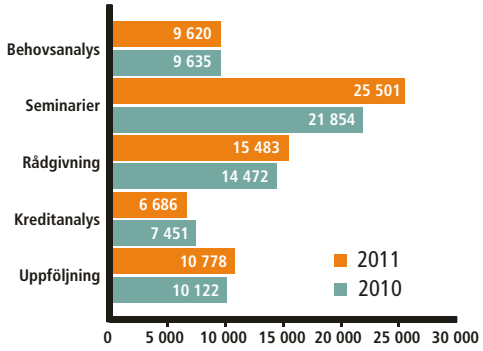
Bland övrig rådgivning finns erbjudanden såsom Lönsamhetsstyrning, Framtidsdialog, Marknadsutveckling och Företagscoach som riktar sig till etablerade företag. I samband med ägarskiften erbjuder Almi rådgivning där fokus ligger på köparen av företag. Dessutom arrangerar Almi seminarier och nätverksträffar, ofta i samarbete med externa aktörer.

Almi Företagspartner AB ägs av staten och är moderbolag i en koncern med 18 dotterbolag – 16 regionala dotterbolag plus Almi Invest AB och IFS Rådgivning AB. De regionala dotterbolagen ägs till 51 procent av moderbolaget och till 49 procent av regionala ägare såsom landsting eller regionförbund.

Almi är kanalen för näringspolitiska insatser med syfte att främja näringslivets utveckling. Förståelse för företagarens verklighet och regionala förutsättningar är viktiga komponenter för Almis verksamhet. Ofta krävs också både ett nationellt och globalt perspektiv för att bidra till företagens framgång. Almi har en marknadskompletterande roll vilket innebär att verksamheten inte ska konkurrera med den privata marknadens utbud av tjänster.

2011 i KORTHET

ANTAL KUNDER PER AKTIVITET 2011



3331

FÖRETAG BEVILJADES LÅN PÅ TOTALT 2 023 MILJONER KRONOR

I riskkapitalverksamheten togs beslut om 44 nya investeringar.

15 483 kunder fick rådgivning.

9/10

Kundundersökningen visar på en fortsatt hög kundnöjdhet, nio av tio kunder kan tänka sig att rekommendera Almi till andra.

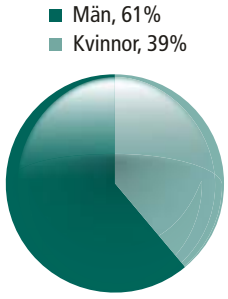
4 949

nya företag startades med hjälp från Almi.

25 501 personer deltog i seminarier.

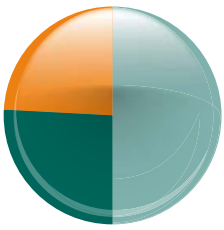
572 innovationer kommersialiserades.

731 mentorpar sammanfördes i mentorverksamheten.

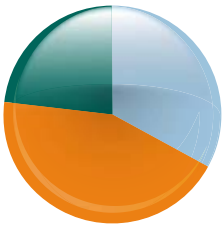


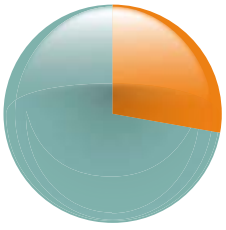
I DE NYA FÖRETAGEN VAR ANDELEN KVINNOR 39 PROCENT OCH ANDELEN INVANDRARE 28 PROCENT

FÖRDELNING AV ANTAL KUNDERBJUDANDEN



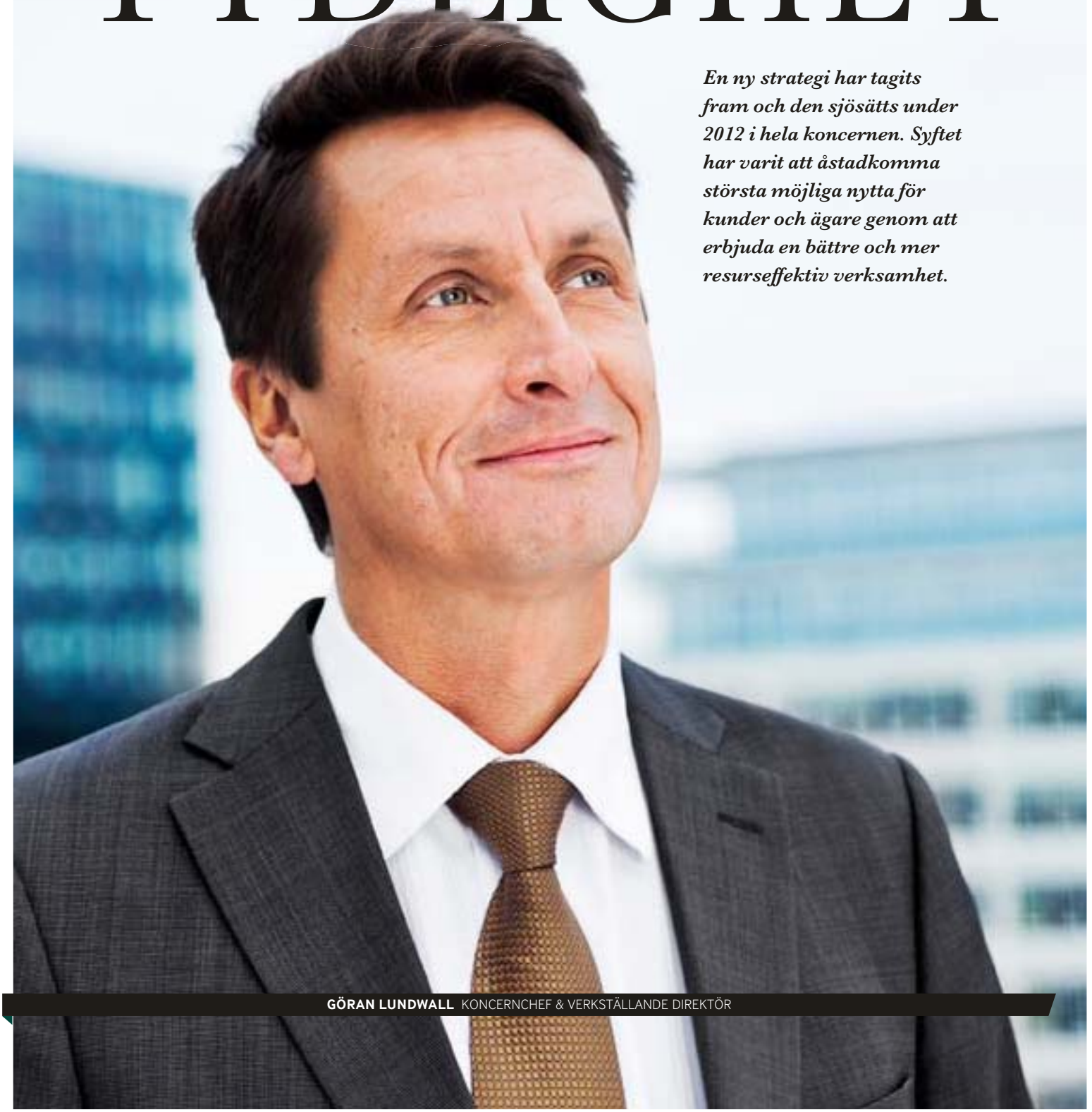
FÖRDELNING AV RÅDGIVNINGSTID INTERNT/EXTERNT 2011





NY STRATEGI SKAPAR TYDLIGHET

En ny strategi har tagits fram och den sjösätts under 2012 i hela koncernen. Syftet har varit att åstadkomma största möjliga nytta för kunder och ägare genom att erbjuda en bättre och mer resurseffektiv verksamhet.



GÖRAN LUNDWALL KONCERNCHEF & VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR

FÖRETAGANDE OCH ENTREPRENÖRSKAP får allt större uppmärksamhet, både i den mediala och den politiska debatten. Vi märker en attitydförändring där inställningen till företagande blir alltmer positiv. I skolorna blir det allt vanligare att entreprenörskap blir till en del av utbildningen. Och det är glädjande att kunna konstatera att nyföretagandet ökar i Sverige. Nya och innovativa företag utgör framtiden. De skapar tillväxt och ökad konkurrenskraft, och där skapas den framtida sysselsättningen i landet. Det är dessa företag som ska ta en allt större del av svensk export. Det finns starka skäl för att skapa en bra grogrund för företag att starta och utvecklas i Sverige; till exempel ett bra företagsklimat, ett effektivt skattesystem, en väl fungerande kapitalmarknad, kompetensförsörjning och infrastruktur. Almis roll i allt detta är att med lån, riskkapital och rådgivning skapa förutsättningar så att alla idéer och företag med bärkraft får möjlighet att utvecklas. Och det finns en viktig utgångspunkt – att Almi erbjuder sina tjänster som ett komplement till den kommersiella marknaden.

ATT KOMPLETTERA MARKNADEN

För att långsiktigt säkerställa svensk konkurrenskraft och tillväxt har Sverige, precis som andra utvecklade länder, valt att komplettera marknadsprocesserna med offentliga insatser i form av finansiering och rådgivning till företag eftersom marknaden inte fullt ut förmår svara mot de behov som finns när företag ska starta och utvecklas. Det kan gälla riskfylld finansiering i tidiga skeden, till exempel innovationsprojekt och företagsstart, utveckling av företag, eller rådgivningsinsatser till enskilda personer och mindre företag. Ur ett samhällsperspektiv kan det också vara motiverat att nå olika målgrupper eller branscher med olika former av riktade insatser. I ett normalläge är behovet av att komplettera marknaden med statliga insatser tydligast i tidiga skeden. Under finanskrisen förändrades dock marknaden och därmed Almis marknadskompletterande roll. Allt fler medelstora företag med större kapitalbehov vände sig till Almi. Almi kunde tack vare egen lånefond agera tvärt emot marknaden och möta företagens efterfrågan genom att fördubbla nyutlåningen. Sammanlagt finansierade vi över 10 000 företag under 2008 – 2009. På så sätt räddades många välskötta företag från akuta likviditetsproblem.

> »På många håll möter jag en stor uppskattning för Almis verksamhet och på det sätt som arbetet utförs.«

RUSTADE FÖR ÖKAD EFTERFRÅGAN

Sedan dess har situationen normaliserats och Almis utlåning har sjunkit tillbaka, men ligger fortfarande väsentligt högre än före finanskrisen. Under 2011 har företagens efterfrågan på krediter minskat rent allmänt. Även bankernas utlåning till små och medelstora företag har successivt minskat, dels för att företagen väljer att avvakta med investeringar som en följd av oron på de finansiella marknaderna, dels har bankerna blivit mer restriktiva. Hur utvecklingen kommer att se ut de närmaste åren är svårt att bedöma, men det kan finnas anledning att noga följa utvecklingen och vara förberedda på att efterfrågan på Almis marknadskompletterande finansiering kommer att öka igen. Det ökade intresset för företagande märks på rådgivningssidan, som ökat till följd av ägarskiften och strukturförändringar, till exempel avknoppningar från stora företag samt till företag som uppstår i samband med privatiseringen av offentlig verksamhet. Vi ser också en ökad efterfrågan bland kvinnor och företagare med utländsk bakgrund. Även efterfrågan på innovationsrådgivning ligger på en mycket hög nivå. Arbetet med hållbar utveckling har hög prioritet. Almi ska bidra till en hållbar utveckling i samhället. Dels genom att integrera hållbarhet i alla delar av den egna organisationen, dels genom att arbeta för att kundföretagen tar ansvar för en hållbar utveckling. Ett led i detta är att kompetensutveckla Almis medarbetare och att utveckla ett kunderbjudande inom området. Almi har successivt utvecklats och förändrats de senaste åren. Vi når idag väsentligt många fler kunder genom en tydligare, effektivare och mer affärsmässig verksamhet. En ny strategi har tagits fram och den sjösätts under 2012 i hela koncernen. Syftet har varit att åstadkomma största möjliga nytta för kunder och ägare genom att erbjuda en bättre och mer resurseffektiv verksamhet.

EN EFFEKTIV VERKSAMHET

Vår vision är att skapa möjligheter för alla bärkraftiga idéer och företag att utvecklas. Visionen är utmanande och kräver ett rationellt arbetssätt och en bred kompetens hos Almis medarbetare. Vi måste kunna arbeta med stora volymer företag, i olika utvecklingsfaser och i alla branscher. Vi måste möta och leva upp till kundernas förväntningar i form av erbjudanden, kompetens, tillgänglighet, genom att vara affärsmässiga och effektiva. Målet är att dotterbolagen ska vara helt operativa och inriktade på kunderna. Alla administrativa och verksamhetsstödjande funktioner ska samordnas. Därmed kan vi lägga så mycket tid som möjligt där de gör störst nytta, hos kunderna. Almis strategi har skapat en tydlighet, både intern och externt. Många företag och samarbetspartners uppfattar oss som mer tydliga idag, men också som mer aktiva. På många håll möter jag en stor uppskattning för Almis verksamhet och på det sätt som arbetet utförs. Det finns en stolthet i organisationen, över utvecklingen som hittills skett, som vi tar med oss i det fortsatta arbetet – i vår strategi för fler framgångsrika företag.

Göran Lundwall,
koncernchef & vd

Almis

VISION

Almis vision är att skapa möjligheter för alla bärkraftiga idéer och företag att utvecklas. Målet är att fler innovativa idéer kommersialiseras framgångsrikt, att fler livskraftiga företag startas och utvecklas samt att fler företag ökar sin konkurrenskraft och tillväxt.

BÄRKRAFTIGA IDÉER OCH FÖRETAG

Tillväxt förutsätter att företagandet ständigt utvecklas och förnyas. Men det är inte självklart att den fria marknaden på egen hand skapar alla förutsättningar. Här riskerar Sverige att gå miste om en stor potential. Därför finns det anledning att med offentliga resurser komplettera marknaden så att alla bärkraftiga idéer och företag med potential ges en chans att utvecklas framgångsrikt.

UNIKA MÖJLIGHETER

Tillväxt genom utveckling och förnyelse baseras på framgångsrika företag. Med framgångsrika företag menar vi nya livskraftiga företag som bildas, företag som ökar sin konkurrenskraft och lönsamhet samt företag som växer – lokalt, nationellt eller på internationella marknader. Almi erbjuder kunder, som har potential att bli framgångsrika, unika möjligheter genom vår marknadskompletterande finansiering och rådgivning.

I FÖRETAGANDETS ALLA SKEDEN

Almi är verksamt i företagandets alla skeden med erbjudanden vid etablering av nya företag och för utveckling av befintliga företag. Vi är en regional företagspartner som finns nära kunden, med ett rikstäckande nätverk och ett globalt perspektiv. Våra kunder finns i alla branscher och kan vara såväl enskilda individer som små och medelstora företag. Almi – från idéer till framgångsrika företag.

Effekt på tillväxten

Almis övergripande uppgift är att skapa tillväxt och förnyelse i näringslivet. Effekterna som Almis verksamhet ger på tillväxt och förnyelse i näringslivet följs upp årligen genom mätningar av:

1. Hur många innovativa idéer som kommersialiseras framgångsrikt.
2. Hur många livskraftiga företag som startas med hjälp från Almi och överlevnadsgraden tre år efter start.
3. Kundföretagens utveckling i omsättning och antal anställda i förhållande till en jämförbar referensgrupp av företag.

UTFALL 2011

Under 2011 kommersialiserades 572 innovativa idéer. En idé betraktas som kommersialiserad när idén är omsatt till en vara, tjänst eller ny process som har sålts till kund. Den kan även ha sålts på licens.

Under 2011 startade 4 949 nya företag med hjälp av finansiering och rådgivning från Almi. 1 374 av dess fick hjälp med finansiering. 3 575 fick hjälp med rådgivning.

Varje år genomför SCB (Statistiska Centralbyrån) på Almis uppdrag en effektmätning. Efter den inledande kontakten med Almi följer SCB upp kunderna under fyra år. Mätningen innebär att de nya företagens överlevnadsgrad följs upp och samtliga företags utveckling i omsättning och antal anställda följs upp och jämförs med en kontrollgrupp. I årets undersökning ingår företag som blev kunder till Almi under 2007. För att kunna jämföra utvecklingen med andra företag tar SCB fram en kontrollgrupp där företag som liknar Almi vad gäller storlek, juridisk form, bransch, län och starttidpunkt ingår.

Årets mätning avser en period (2006–2010) som präglades av kraftiga konjunktursvängningar, från högkonjunktur till en häftig inbromsning andra halvåret 2008, följt av en dramatisk minskning av produktionen under 2009 och en återhämtning under 2010. Effekten av detta syns tydligt i siffrorna, och även när jämförelser görs med föregående års mätning som avsåg perioden 2005–2009.

Almis kundföretag utvecklades bättre, mätt både i antal anställda och i omsättning, i förhållande till en kontrollgrupp bestående av jämförbara företag. Undersökningen 2011 visar att kundföretagen ökade sin omsättning med, 4,7 miljarder kronor vilket motsvarar 17 procent under perioden 2006 till 2010. I genomsnitt ökade omsättningen 0,9 miljoner kronor per kundföretag. I den jämförbara kontrollgruppen hade företagen en omsättningsökning på 15 procent.

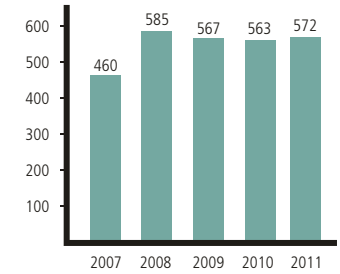
Antalet anställda i kundföretagen ökade med 2 267 personer, vilket motsvarar 12 procent. I genomsnitt ökade antalet anställda med 0,4 personer per kundföretag. I den jämförbara kontrollgruppen ökade antalet anställda endast med 7 procent.

De första tre åren är de mest kritiska för ett företags överlevnad. Därför är det intressant att mäta överlevnadsgraden. Överlevnadsgraden för nya företag uppgick till 65 procent, i 2010 års undersökning var överlevnadsgraden 66 procent.

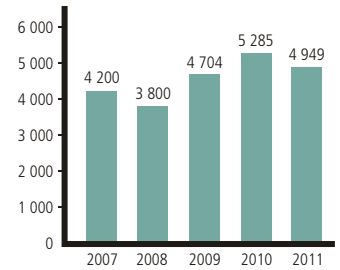
ALMIS KUNDFÖRETAG 2011

- **Antalet anställda ökade 0,4 personer per kundföretag.**
- **Omsättningen ökade med 0,9 miljoner kronor per företag.**
- **4 949 nya företag startades.**
- **572 innovativa idéer kommersialiserades.**

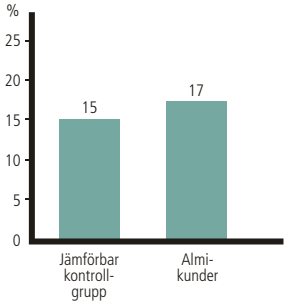
1 ANTAL KOMMERSIALISERADE INNOVATIONER



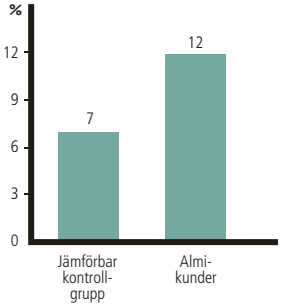
2 ANTAL NYA FÖRETAG



3 FÖRÄNDRING I OMSÄTTNING ENLIGT EFFEKTMÄTNING 2011



FÖRÄNDRING AV ANTAL ANSTÄLLDA ENLIGT EFFEKTMÄTNING



Almi ska nå *alla* företag

Turbulensen på finansmarknaderna skapade en stor osäkerhet för de svenska små och medelstora företagen, särskilt under andra halvåret 2011.

ANNA HALLBERG VICE VD & FINANSDIREKTÖR

Ett svårbedömt läge om vart konjunkturen var på väg gjorde att många avvaktade med investeringar. Även bankerna blev mer försiktiga och i ett sådant läge blir Almis marknadskompletterande roll allt viktigare.

– När bankerna blir mer försiktiga i sin kreditgivning är Almi ofta det enda alternativet för många små och medelstora företag. Men vi konkurrerar inte med bankerna, det normala är att banken tar en del av lånet till kunden. Bankerna ser mycket positivt på Almi och vi möjliggör hela finansieringen vilket gagnar både banken och företaget, säger Anna Hallberg.

»Vi vill bli ännu vassare på att nå ut och ”sälja in” de fantastiska möjligheter som Almi erbjuder alla entreprenörer, innovatörer och företag.«

En av Almis främsta styrkor är den regionala närvaron över hela landet. Det finns många aktörer, men det är få som har en sådan närhet till företagen som Almi har.

– Vår målgrupp är företag i alla branscher, i alla regioner och i alla skeden – från det tidiga idéstadiet till etablerade företag som varit verksamma i generationer. Det finns ingen annan aktör med samma bredd i verksamheten, säger Anna.

Samtidigt innebär detta ett ansvar, ett ansvar att nå ut till alla små och medelstora företag över hela landet och att marknadsföra Almis erbjudande.

– Under 2011 har vi lagt mycket fokus på att skapa ett ännu mer kundorienterat Almi. Vi vill bli ännu vassare på att nå ut och ”sälja in” de fantastiska möjligheter som Almi erbjuder alla entreprenörer, innovatörer och företag, säger Anna.

ÖKAD MARKNADSBEARBETNING

Almi samlar nu all administration till enheten i Östersund. Därigenom skapas möjligheter för medarbetarna på Almis kontor att ägna sig helhjärtat åt kunderna. Något som är nödvändigt för att nå den tuffa och sporrande visionen att skapa möjligheter för alla bärkraftiga idéer och företag att bli framgångsrika.

– Det är så tydligt att medarbetarna som finns på våra kontor runt om i landet verkligen brinner för sina kunder och viljan är så stark att få lägga mer tid och resurser på att leverera ännu större kundnytta, säger Anna.

STORT INTRESSE FÖR ALMI

Intresset för företagande och entreprenörskap ökar i samhället. Även intresset för Almis verksamhet ökar kontinuerligt. Det gäller media, politiker och andra aktörer.

– Vi är örat mot marken vad gäller små och medelstora företag. Och våra åsikter är efterfrågade. Ytterligare en

»Jag tror jag talar för alla mina kollegor när jag säger att vi är väldigt stolta att få arbeta i en organisation som är så viktig för det svenska näringslivet.«

effekt är att vi attraherar riktigt kompetent personal. Det är viktigt att en statlig aktör som Almi har samma attraktionskraft på arbetsmarknaden som privata aktörer. Det har vi idag, säger Anna.

Under 2011 diskuterades det offentliga riskkapitalet flitigt. Till stor del pådrivet av en politisk ambition att göra statligt riskkapital tillgängligt i de skeden där det gör störst nytta.

– Vi har en viktig roll att fylla och vi tar ansvar genom att fylla de luckor som finns på marknaden. Samtidigt tycker jag att det är bra att offentligt finansierad verksamhet ifrågasätts. Vi och andra offentliga aktörer måste hela tiden stå på tå för att utvecklas med vår omvärld, säger Anna.

I tidiga utvecklingsfaser av nya produkter och tjänster, där riskerna är för stora för att attrahera privat riskkapital, finns det en viktig roll för staten att tillhandahålla offentligt kapital och även rådgivning. Här fyller Almis tidiga innovationsfinansiering en viktig funktion. Det finns även ett stort behov av offentligt riskkapital för företag i tidiga expansionsskeden, här har Almi Invest en viktig roll.

– Vi agerar där ingen tidigare fanns, och behovet av kapital i tidiga skeden är mycket stort. Almi Invest finns och gör nytta i hela landet, och gör det även möjligt för det privata kapitalet att hitta fram till intressanta investeringsobjekt, säger Anna.

Almi Invest riktar sig mot mindre företag i expansionsfaser. Det är här som kapitalet oftast kommer till bäst nytta. Mindre företag som annars på egen hand kan ha svårt att hitta till det privata kapitalet.

– Vi ser nu att det var helt rätt att bygga en egen rikstäckande organisation. Och det är fantastiskt positivt att se vilken kompetens vi har lyckats rekrytera till Almi Invest. Det är med en egen professionell investeringsprocess som vi bäst kan förvalta kapitalet.

Sammantaget kan man säga att Almi är ett smörjmedel för näringslivet och har en viktig funktion att fylla. Nu ska vi bli ännu bättre och vi siktar ännu högre under 2012. Jag tror jag talar för alla mina kollegor när jag säger att vi är väldigt stolta att få arbeta i en organisation som är så viktig för det svenska näringslivet, avslutar Anna.

ETT SVÄNGIGT ÅR på finansmarknaderna

Vi hade en positiv start på året men under sommaren ökade oroligheterna på finansmarknaderna.

CARINA NORDSTRÖM AFFÄRSOMRÅDESCHEF LÅNEVERKSAMHETEN

DETTA PÅVERKADE VÅRA kunder, de små och medelstora företagen. Osäkerheten bredde ut sig under hösten i takt med att medias rapportering om insolventa europeiska länder ökade. Almis utlåning landade totalt på drygt 2 miljarder kronor, en minskning med 4 procent.

– Vår utlåning minskade under 2011, men inte i samma omfattning som bankernas. När det blir oroligt och konjunkturen börjar vackla ökar vår andel av den totala utlåningen till företag, säger Carina Nordström, affärsområdeschef på Almi.

Antalet konkurser bland kunderna ökade med 8 procent under 2011. Särskilt detaljhandeln har haft ett tufft år där konkurserna ökat mer än snittet.

– Handel är något överrepresenterat i vår kundstock, och det påverkar negativt. Vid årets ingång räknade vi med att antalet konkurser skulle öka betydligt mer än det faktiskt gjorde. I början av året märkte vi av efterdyningar från krisen under 2008/2009, men under andra halvåret 2011 avtog konkurserna återigen, säger Carina.

Almis samarbete med bankerna är något som Carina gärna framhåller. De flesta av Almis krediter sker i samarbete med någon av de större bankerna. Under 2011 var Almis genomsnittliga finansieringsandel 25 procent.

– Ett gott samarbete med bankerna är en förutsättning för oss men det är också viktigt för bankerna. Genom att samarbeta med Almi möjliggörs krediter för banken som annars inte hade blivit av. Tillsammans möjliggör vi en utlåning om 8,1 miljarder kronor, säger Carina.

Vår vision är att skapa möjlighet för alla bärkraftiga idéer och företag att utvecklas. Därför är det viktigt att kännedomen om Almi och vad vi kan erbjuda är så stor som möjligt bland små och medelstora företag.

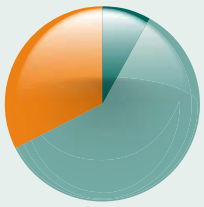
– Vi vill hinna träffa så många som möjligt och vara så effektiva som möjligt, så att ännu fler får nytta av oss. Det är också viktigt att fler kunder får del av vårt totala utbud, både rådgivning och finansiering, säger Carina.

Under 2011 har Almi satsat på att öka kreditkvaliteten genom att vidareutbilda och certifiera finansieringsrådgivare. Genom en satsning på säljutbildning ska rådgivarna också bli mer aktiva på marknaden och få fler företag att ta del av Almis erbjudanden.

– Vi har blivit bättre på att nå ut till lite större

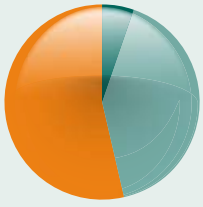
FÖRDELNING I LÅNESTOCKEN

FÖRDELNING I ANTAL



- Innovation 1 223 st
- Företag 0-3 år 8 749 st
- Företag äldre än 3 år 4 809 st

FÖRDELNING I KRONOR



- Innovation 275 Mkr
- Företag 0-3 år 2 109 Mkr
- Företag äldre än 3 år 2 835 Mkr

»När det blir oroligt och konjunkturen börjar vackla så ökar vår andel av den totala utlåningen till företag.«

företag under 2011. Utlåningen till företag med mellan 10 och 50 anställda ökade med 18 procent, säger Carina.

Almi har ett särskilt uppdrag att nå ut till kvinnor och invandrare. Målet är att andelen utlåning till dessa grupper ska överstiga målgruppens andel i den totala företagspopulationen. Detta klarar Almi av med marginal och under 2011 hamnade andelen lån till kvinnor på en oförändrad nivå om 33 procent. Utlåningen till invandrarföretagare ökade från 21 till 22 procent.

Under året ökade antalet innovationslån med 25 procent. Detta möjliggjordes av utökad tilldelning av förlusttäckningsmedel som regeringen beslutade om under 2011.

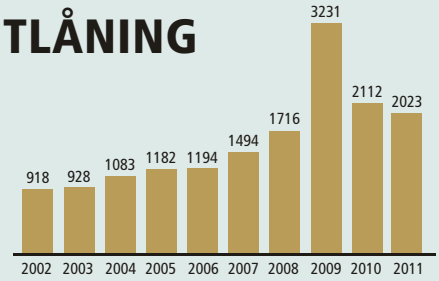
– Det finns många bra idéer därute. Men som det ser ut idag måste vi tyvärr prioritera och säga nej till kunder som borde vara berättigade till innovationslån. Det finns ett större behov på marknaden än vi idag kan tillgodose med befintlig nivå på förlusttäckningsmedlen, säger Carina.

En förändring som kan medföra att Almis roll blir än viktigare är de nya Basel 3-reglerna. Dessa ställer högre krav på bankernas egna kapital och kan komma att begränsa bankernas utlåningsmöjligheter till små och medelstora företag.

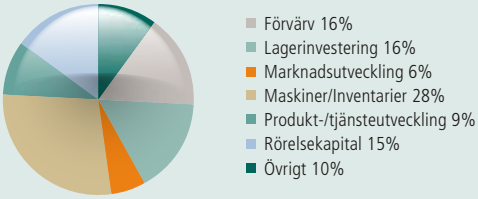
– De svenska bankerna är välkapitaliserade i en internationell jämförelse och uppfyller säkert de krav som Baselkommittén har satt upp. Men det är svårt att nu bedöma de fullständiga konsekvenserna. Det finns en risk att bankerna

blir mer försiktiga mot de lite mer riskfyllda företagen. Då blir vår roll som marknadskompletterande, riskvillig finansiär ännu viktigare, avslutar Carina.

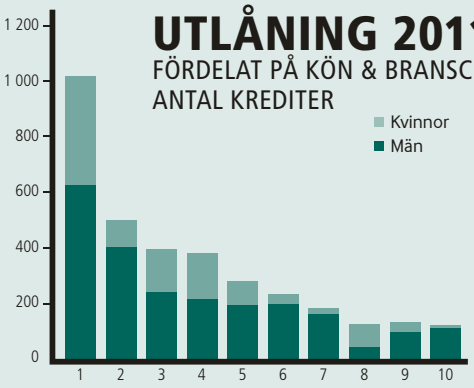
NYUTLÅNING
Mkr



SYFTE MED LÅNET
PROCENT AV ANTAL KREDITER 2011



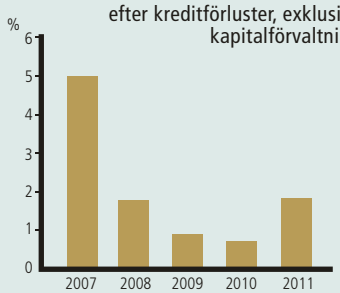
UTLÅNING 2011
FÖRDELAT PÅ KÖN & BRANSCH
ANTAL KREDITER



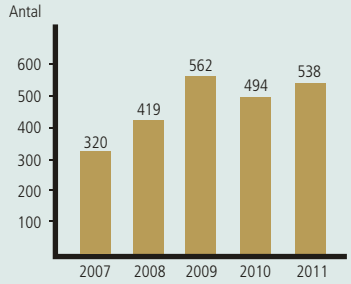
1. Handel
2. Tillverkning
3. Övrigt
4. Hotell & restaurang
5. Juridik & ekonomi
6. Information & kommunikation
7. Byggverksamhet
8. Annan serviceverksamhet
9. Uthyrning & fastighetsservice
10. Transport & magasinering

3 331
FÖRETAG BEVILJADES LÅN

AVKASTNING I LÅNESTOCKEN
efter kreditförluster, exklusive kapitalförvaltning



KONKURSER I KUNDSTOCKEN

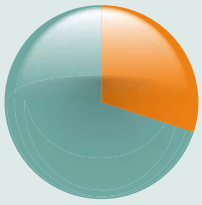


NYUTLÅNING
FÖRDELAT PÅ LÅNEFORM, Mkr

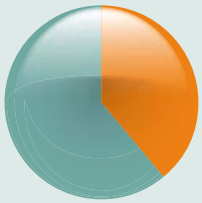
	2011	2010	2009
Företagslån	1 926	1 961	2 984
Mikrolån	17	50	108
Exportlån	20	52	77
Innovationslån	60	49	62

2
MILJARDER KRONOR LÅNADES UT TILL SMÅ OCH MEDELSTORA FÖRETAG

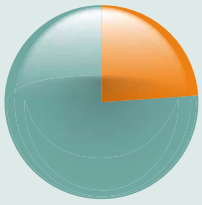
KÖNSFÖRDELNING
ANDEL KVINNOR AV ANTAL KREDITER 2011



INNOVATION 30% (30)



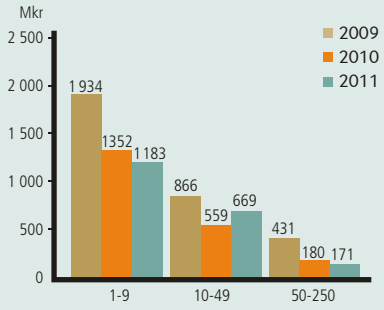
FÖRETAG 0-3 ÅR 39% (38)



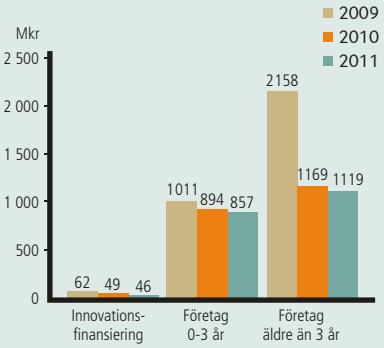
FÖRETAG ÄLDRE ÄN 3 ÅR 24% (24)

NYUTLÅNING

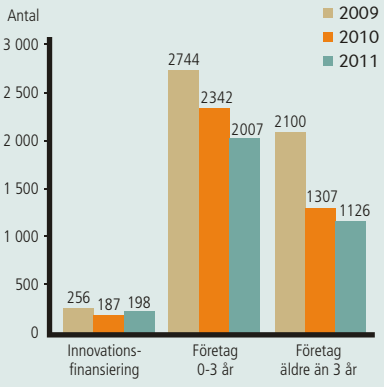
FÖRDELAT PÅ ANTAL ANSTÄLLDA



FÖRDELAT PÅ MÅLGRUPP



FÖRDELAT PÅ MÅLGRUPP, ANTAL KREDITER



WESC

Växer med stark identitet

Den överlägsna sammansvärjningen fortsätter sitt segertåg över världen. We International AB, som äger varumärket WeSC (We are the Superlative Conspiracy) grundades år 2000 av ett gäng skejtare. De såg en lucka på marknaden, myntade begreppet streetfashion och bestämde sig för att göra det oförutsägbara. We blev snabbt ett av Sveriges snabbast växande modebolag.

– Vi tyckte att vi hade en unik idé. Vi såg att vi skulle bli världsbäst, men långivarna hade svårt att förstå oss, säger Greger Hagelin, vd och den enda av grundarna som är kvar i företaget.

För att få ihop aktiekapitalet fick Greger sälja sommarstugan och nästan allt annat han hade, kompanjonerna likaså. Resten tiggde de ihop av kompisar och enskilda entreprenörer som litade på skateboardkillarna.

– Sammanlagt ett 50-tal personer från vitt skilda bakgrunder ställde upp med 50 000 var och fick 17 procent i bolaget. Alla som satsade då har blivit miljonärer på den där investeringen och det känns skönt, säger Greger.

Efter ett år omsatte bolaget 18 miljoner kronor. I det läget kom Almi och banken in som finansiärer.

– Almi har en jätteviktig roll. Det är svårt som ett litet företag att gå till banken. Och det har inte blivit lättare nu. Jag skulle gärna se att Almi var lite mer riskbenägna när de väl gjort en analys av människorna bakom företaget, säger Greger.

Marknadsstrategin för We är att bara synas i rätt sammanhang med hjälp av ett antal aktivister – en utvald skara människor som sponsras med företagets kläder, skor eller hörlurar. Bland aktivisterna finns till exempel skådespelarna Peter Stormare och Jason Lee, skateboardåkaren Sarah Meurle, artisten Timbuktu och vinodlaren Carlo Mondavi.

– En We-aktivist behöver inte vara kändis, bara någon som är extremt duktig på det hon eller han gör och med lite punkig mentalitet fast ändå väldigt ödmjuk. Lite som vi delägare ser på oss själva. Det handlar om konspiration av bra människor som gör bra saker ihop. Det ger en skön We-känsla.

En annan del av marknadsstrategin är att om och om igen hamra in historien bakom företaget. Hur Greger som 14-åring skejtade genom köpcentrumet Gallerian i Stockholm. Blev elitskateboardåkare i Kalifornien, surfade och hängde omkring. Grundade postorderföretaget Backside Airmail och senare skateboard- och snowboardkedjan GSpot.

WeSC fick sitt internationella genombrott 2004, då bolaget för första gången sålde mer utomlands än i Sverige. I dag går drygt 85 procent av försäljningen på export. Bland ägarna finns flera riskkapitalbolag. Pengarna har aldrig varit den största drivkraften hos Greger. Att ha de bästa och mest nöjda kunderna smäller högre. Ambitionen är att fortsätta vara världsbäst på streetfashion. Konceptet kallar han för ”life after skate”.

– Streetfashion är vårt påhitt. Därför kan vi bestämma vad som menas med begreppet. Vi är fria att lägga till vilka produkter vi vill. Just nu gör vi kläder, sneakers, italienska läderskor och headphones. Det blir nog fler produkter i framtiden, säger Greger.

Företaget grundades: 2000

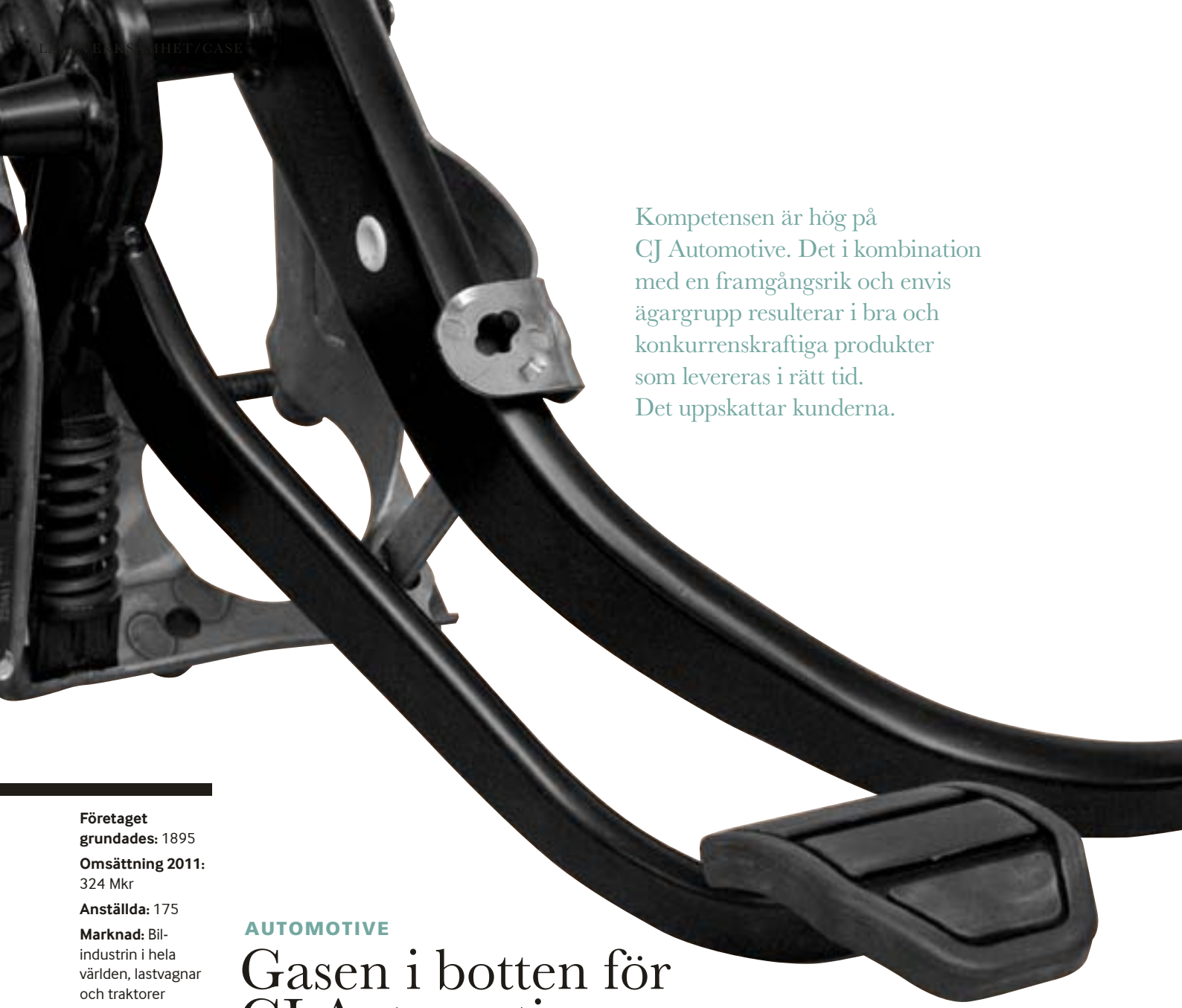
Omsättning 2011: Ca 430 Mkr

Anställda: 70 (kontor i Stockholm och New York, 29 konceptbutiker i egen regi)

Försäljning i 24 länder med över 2 600 återförsäljare, varav 80 i Sverige och 600 i USA

Marknad: Streetfashion för den europeiska och amerikanska marknaden

Almis insats: Företagslån



Kompetensen är hög på CJ Automotive. Det i kombination med en framgångsrik och envis ägargrupp resulterar i bra och konkurrenskraftiga produkter som levereras i rätt tid. Det uppskattar kunderna.

Företaget grundades: 1895

Omsättning 2011: 324 Mkr

Anställda: 175

Marknad: Bilindustrin i hela världen, lastvagnar och traktorer

Almis insats: Företagslån 10 miljoner kronor

AUTOMOTIVE

Gasen i botten för CJ Automotive

CJ Automotive har fått upp farten ordentligt. Runt två miljoner fordon om året får nu sina broms- och kopplingspedaler från fabriken i Dalstorp. I början på 2012 levereras de första pedalställen från den splitternya anläggningen i Kina. Nedläggningshotet för snart tre år sedan känns högst inaktuellt.

– Den nya ägargruppen som kom in 2009 har varit riktigt framgångrik. Det är imponerande hur de lyckades vända utvecklingen med starkt stöd från sina kunder, säger Jörgen Njord, finansieringsrådgivare på Almi.

Det amerikanska riskkapitalbolaget som ägde företaget i Dalstorp (då under namnet Drivesol) hade bestämt sig för att lägga ner eller sälja. Hans Trogen och Thore Anderson med lång erfarenhet från ledande befattningar i bilbranschen kände väl till företaget och visste att där fanns ett enormt tekniskt kunnande. Balansräkningen var ”hyfsad”, men kassan tom och papprena i oordning. Företaget hade inga svenska bankkrediter och det gick varken att övertyga någon bank eller Almi om överbryggningslån. Nedläggning och flera förlorade arbetstillfällen var ytterst nära. I det skedet gick de fem största kunderna, Volvo, Ford, GM, Porsche och Land Rover, ihop och lånade ut det rörelsekapital som var nödvändigt.

– När även Tranemo kommun accepterade att köpa fastigheten för tio miljoner kronor vågade vi med ytterligare fyra ur företagsledningen satsa egna pengar för att ta över bolaget, säger Hans.

Under 2009, som Hans kallar för ”städåret” ägnades mycket tid åt att reda upp administrationen och skaffa förtroende hos leverantörerna. För att höja effektiviteten och sänka kostnaderna tvingades de också dra ner på arbetsstyrkan från 250 till 175.

– Vi kom överens med de flesta leverantörerna

CJ står för Claes Johansson som grundade företaget 1895. Då med bleckplåtsprodukter och reparationer av jordbruksredskap som grund. Under första halvan av 1900-talet tillverkade bolaget detaljer i tunnplåt för lokala kunder, allt från byxknappar till husgeråd.

På 1950-talet kom företaget in i bilbranschen, först som leverantör av kundutvecklade detaljer för att sedan, på 80-talet, starta egen produktutveckling med tillhörande test- och prototypavdelningar. Detta bidrog starkt till bolagets ökade volymer, både nationellt och internationellt, under 1990-talet. Det möjliggjorde också att en övergång till mer kompletta pedalsystem kunde inledas.

Bolaget, som fram till början av 90-talet även tillverkade tunnplåtsprodukter för apparatindustrin, beslöt då att fokusera verksamheten helt på fordonsindustrin. Den del av företaget som producerade för apparatindustrin avyttrades.

Den ökade volymen från fordonskunderna, och mer kompletta produkter, bidrog till att bolaget under 1990 och 2000-talen kunde välja en produktionsinriktning med hög automation.

Företagets produkter har utvecklats från enbart plåtbaserade till att idag innehålla varierande materialslag och underkomponenter i bland annat plåt, plast och gjutna legeringar.

om att gå från förtidsbetalning till normala krediter. Kunderna gick med på att betala sina fakturor i princip omgående. Relativt snabbt kom vi in på rätt spår och vid årsskiftet växlade siffrorna över från rött till svart.

Kontakterna med banken och Almi hade pågått hela tiden och när nu CJ Automotive började visa lönsamhet var det dags att återuppta förhandlingarna. Almi omprövade sitt ställningstagande och då följde banken med.

– Ända från början hade vi en väldigt bra dialog med Almi och upplevde att vi hade att göra med väldigt kunniga personer, säger Hans.

Ungefär samtidigt hade företagsledningen i CJ Automotive fått propåer från kunderna i Europa som ville att de skulle starta verksamhet i Kina för att förse den asiatiska marknaden med pedaler. Problemet var att banken hade villkorat sitt lån till att bara gälla för verksamheten i Dalstorp. Avtalet hindrade dem också från att använda kassaflödet till investeringar utomlands.

I Dalstorpsfabriken fanns ett kunnande sedan tidigare när det gällde att etablera sig i Kina. Med den vetskapen vågade ägarna sätta igång bygget. Och när ytterligare 12 månader hade gått med stigande resultat i den svenska verksamheten lyckades Hans och Thore skriva nya finansieringsavtal med banken. Därmed kunde kassaflödet användas till att bygga klart fabriken i Kina.

– Vi fick loss mer krediter från banken, men har inte behövt utnyttja möjligheten. Vi har kunnat betala tillbaka lånen till våra kunder och håller som bäst på att återgå till normala betalningsvillkor. Hittills har vi fått betalt på generösa två till tre veckor istället för 45-60 dagar som är vanligt i bilbranschen.

CJ Automotive driver redan ett projekt i Indien och har stora förhoppningar om att kunna göra samma resa där som i Kina. Även USA finns med i diskussionerna om en framtida expansion.

– I nuläget förser vi USA och Sydamerika via våra europeiska kanaler. Behovet finns och kunderna trycker på från hela världen. Det är ett angenämt läge, säger Hans.

Orsaken till att CJ Automotive anses vara en attraktiv partner är många, framhåller han.

– Vi är kostnadseffektiva och har ett enormt tekniskt kunnande uppbyggt i fabriken. Vårt pedalställ har också en viktfördel. Bilbranschen jagar ständigt vikt och vårt pedalställ väger cirka ett kilo mindre än konkurrenternas.

NOVELLIX

Bra litteratur på kort tid

Två unga kvinnor tyckte att det saknades något i den svenska bokbranschen. Nämligen lätttillgänglig kvalitetslitteratur som kan läsas klart under resan till jobbet. Så föddes idén till Novellix, som ger ut noveller styckvis i fickformat. Som Pixiböcker för vuxna. Novellerna är nyskrivna av kända svenska författare, skådespelare och musiker som till exempel Jens Lapidus, Amanda Svensson, Wille Crafoord och Helena Granström. De finns i bokhandeln, tidningskiosken eller på nätet.

Almi fanns med i bilden redan innan företaget startade i januari 2011 med innovationsrådgivning och som bollplank i processen att ta fram en prototyp.

Lena och Erika gav ut 16 stycken novellixer år 2011.

– Almi peppade oss att ställa upp i affärsidétävlingen Venture Cup. Vi gick inte till final men våra böcker delades ut till vinnarna, berättar Lena Hammargren, en av initiativtagarna bakom Novellix.

I början på 2011 fick Novellix ett företagslån av Almi där Monica Åhlenius är finansieringsrådgivare.

– Vi tror starkt både på affärskonceptet och på tjejerna. De har kompetens och erfarenhet från branschen, är kreativa och duktiga på marknadsföring.

Lena som äger och driver Novellix tillsammans med Erika Palmquist har ett förflutet i förlagsvärlden.

Företagets affärsidé är att släppa fyra små böcker fyra gånger om året. Den första kom i maj 2011 och fick stor uppmärksamhet, texterna fick positiva omdömen i de stora, rikstäckande tidningarna. Andra ”fyran” kom i september och samtidigt släpptes några tyska noveller, lagom till bokmässan där temat var tyskspråkig litteratur.

– Fördelen med att vara ett litet förlag är att vi har kort produktionstid och snabba beslutsvägar.

Vi ser oss inte som konkurrenter till de etablerade förlagen. Vi hjälper snarare till att sprida bra, nyskriven litteratur. Någon som aldrig skulle läsa Khemiri kanske vågar prova en liten novell. Gillar man novellen läser man romanen också. På pärmens insida får man tips om fler av hans böcker.

Nyligen lanserades också ljudnoveller, inlästa av författarna själva och som e-böcker. Den som önskar kan prenumerera på Novellixerna och företag har upptäckt att ett Novellixpaket passar perfekt att ge till sina medarbetare och kunder. Novellix har hittat en paketering som köparen verkar vilja ha.

Ett säljbolag ska få bättre fart på försäljningen ute i landet så att Lena och Erika ska få tid att redigera texter, sköta kontakten med författarna och vidareutveckla produkten. På förfrågan av en lärare tog de nyligen fram en lärarhandledning till skådespelaren Jonas Karlssons novell. Flera skolor har visat intresse. Lena får allt oftare förslag om att föreläsa om sin entreprenörsresa.

– Då berättar jag alltid om vilken fantastisk hjälp vi har fått från Almi.

UMLAX

Fiskeindustri med lokal prägel

Umlax AB är just nu inne i ett expansivt skede. Man har byggt upp en fiskförädlingsindustri med allt vad det innebär från ägg och sättfisk till slakt och förädling. Idag har man anläggningar i Umgransele, Arjeplog, Slussfors och Vilhelmina samt den nya satsningen i Malgomaj. I dessa anläggningar finns möjlighet att producera upp till 2 700 ton röding, regnbåge och öring. Josef Nygren startade företaget tillsammans med en kompanjon redan 1987. Nu är han hälftenägare tillsammans med en norsk ägargrupp i Röding A/S.

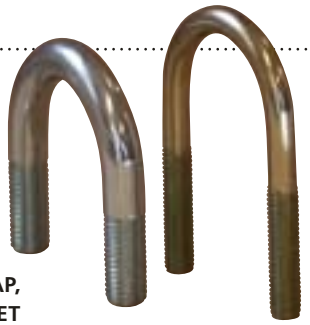
– Det är viktigt med kompetens och kunniga producenter i ägarledet, säger Josef. Den expansion vi nu påbörjat beror naturligtvis mycket på det industriella kunnande som våra norska ägare har tillfört företaget.

Det har inte varit något problem att sälja det man producerar. En relativt stor del ligger utanför Sverige, vilket är viktigt för att få spridning på kunderna och bättre lönsamhet.

– Egentligen finns det ingen riktig begränsning, konstaterar Josef. Livsmedel ska alla ha och med rätt produkt och pris finns alltid en marknad. Nu växer verksamheten och vi får se vad framtiden för med sig. Kompetent personal är det viktigaste men vi har också den lokala prägeln och miljömässiga förutsättningar. Att finansiera en sådan här satsning är naturligtvis lite utanför det vanliga, men med en bra dialog mellan ägarna, banken, Almi och andra finansiärer går det att lösa, avslutar Josef.

GNOSJÖ GÄNGTEKNIK

GÄNGOR SOM PASSAR



FÖRETAGANDE HANDLAR OM ATT VILJA, BUDSKAP, TÅLAMOD OCH AFFÄRSSINNE SKA SAMVERKA. DET HANDLAR OCKSÅ OM ATT VARA PÅ RÄTT PLATS VID RÄTT TILLFÄLLE. DET VET MARIE JOHNSSON PÅ GNOSJÖ GÄNGTEKNIK.

Vi börjar med gängor. En detalj som gör att saker kan skruvas fast, som vi förutsätter bara finns. Det krävs precision och kvalitetstänkande utöver det vanliga för att få gängorna på plats. Marie har arbetat med gängteknik i många år. Men det företag som hon arbetade på bestämde sig för att skära ner.

– De såg inte möjligheterna, men det gjorde jag, berättar Marie. Jag tyckte de tänkte fel, jag visste att det fanns en stor efterfrågan på gängor i Gnosjöregionen.

Manlig bransch

Finns det efterfrågan finns det företagande. Marie funderade och beslutade sig för att satsa.

– Jag bestämde mig för att tillsammans med en kollega starta Gnosjö Gängteknik AB.

Ett tufft beslut, i en exceptionellt manlig bransch. Och visst sticker hon ut i den egna montern på Elmia Subcontractormässan i Jönköping. Hon

möter nya kunder, och det är många som söker sig till hennes monter.

Mentor gav stöd och råd

Marie fick hjälp av Almi Jönköping när hon startade sitt företag, både med finansiering och med goda råd och tips.

– Jag blev också erbjuden att delta i mentorprogrammet. Möjligheten att prata med en erfaren företagare om allt kring företagande är värdefullt. Att jag dessutom fick en kvinna som arbetar i en mansdominerad bransch gjorde det ännu bättre.

GÖTENE CONSTRUCTIONS

Lyhördhet i grävbranschen

GÖTENE CONSTRUCTION EQUIPMENT SÄLJER UTRUSNING FÖR GRÄVMASKINER, HJULLASTARE OCH TRAKTORER.

Catarina Karlsson är vd i en mansdominerad värld. När hon blev erbjuden jobbet arbetade hon med slipmaskiner på ett större företag så hon var lite tveksam.

– Men jag sa ja, med kravet att jag ville köpa in mig i företaget.

Sedan Catarina började, samarbetar Götene med SSAB. De har nischat sig som kvalitetsleverantör och vänder sig till maskinhandlare och stora återförsäljare.

– Kunderna är med och bestämmer, och det är väldigt viktigt – det är trots allt de som ska använda redskapen, säger Catarina.

Kvinnor är ett sällsynt inslag i den här branschen och Catarina gillar den tydliga jargongen.

– Det är det ingen som glömmer mig eftersom det finns så få kvinnor som sysslar med det här. Om man är trevlig och kunnig försvinner all tvekan, säger hon.

Almi har ställt upp med både investerings- och innovationslån.

– Vi hade inte klarat oss utan Almis hjälp. Fast jag är också envis och ger aldrig upp, avslutar Catarina.

Företaget grundades: 2005

Omsättning 2011: 750 Mkr

Anställda: 550 (varav 80 utomlands på kontor i sex olika länder)

Marknad: Utvecklar betalningslösningar för näthandeln med världen som marknad

Almis insats: Företagslån vid tre tillfällen 2005-2008

Vi har gjort miljoner misstag på vägen. Så länge man lär sig av misstagen, förstår vad man gjorde fel och korrigerar dem så är det ingen fara. Att vi nu har några stora, internationella investerare med oss är väl ett kvitto på att vi också har gjort miljoner saker rätt, säger Victor Jacobsson, en av Klarnas grundare.

KLARNA

Klarna får fart på näthandeln

Det var många som tyckte att de var dumma i huvudet som startade ett faktureringsföretag på 2000-talet. Sex år senare har Klarna en omsättning på 750 miljoner kronor och allt pekar på en fördubbling inom ett år.

– Det har gått fantastiskt bra. Det känns som om vi är en raket som håller på att lyfta, säger Victor Jacobsson, affärsutvecklingschef och en av grundarna bakom det framgångsrika betaltjänstbolaget.

Affärsidén kladdades ner på baksidan av ett kuvert medan de tre kompisarna fortfarande gick på Handelshögskolan. I korthet: E-handlare vill sälja mer och vara säkra på att få betalt. Alltså måste det vara tryggt och enkelt för köparen. Att köpa först, få varan och betala senare. Mot faktura. Det är det absolut tryggaste sättet och redan beprövat i postorderbranschen.

– Vi insåg ganska snabbt att vi hade kommit på en stark affärsidé och en fungerande affärsmodell. De e-handlare som började använda sig av Klarnas betalningstjänster såg i regel försäljningsökningar om 25 procent.

Grundartrion med Sebastian Siemiatkowski, Niklas Adalberth och Victor satte igång med en liten summa från investerare som Almi matchade. De satsade också en egen slant. Vartefter bolaget växte fortsatte Almi att stötta tillsammans med andra finansiärer.

– Det var extra viktigt för oss som entreprenörer att få in Almi som medfinansiär. På så vis kunde vi låta bolaget växa med fortsatt kontroll och det har varit positivt.

Almi stöttade från starten och har sedan dess varit med och finansierat Klarna i tre omgångar.

– En spännande idé, tjänsten att sköta småbetalningar på nätet mot faktura fanns i princip inte tidigare. Vi tyckte också att det var en väldigt stark grupp av entreprenörer. Målmedvetna och kompetenta. Vi är stolta och glada över att vi var med och trodde på dem i ett tidigt skede, säger Håkan Bonander, finansieringschef på Almi.

Efter en första stimulerande fas kunde grundarna stå på egna ben. E-handeln kom igång ordentligt med Klarna som den trygga mellanhanden.

– Om en person är ute i dåligt syfte skulle de kunna lura mängder av handlare, men oss bara en gång. Vi tar risken och vi sköter all administration avseende betalningar, inklusive kundtjänsten, säger Victor och tillägger att Klarna har lägre förluster än vanliga kreditkortsföretag på grund av Klarnas avancerade kreditbedömning.

Med Klarna som garant behöver inte heller kunderna oroa sig för oseriösa handlare.

– Från början tänkte vi mest på att vi skulle vara det trygga betalningsalternativet. Nu vet vi att många också väljer oss för att det är en bekväm lösning. I köpögonblicket är det skönt att slippa leta efter kortet och fylla i massa krångliga siffror, det enda du behöver göra är att trycka på köp. Betalar gör du i efterskott, i lugn och ro.

Från början gällde betalning inom 15 dagar. Numera går det både att delbetala och använda mobilen för köp. Under resans gång har Klarna fått tillstånd av Finansinspektionen att bli ett kreditmarknadsbolag. Tillståndet fungerar också som en kvalitetsstämpel när Klarna växer utomlands.

Det svenska betaltjänstbolaget är redan marknadsledande i Europa, men nöjer sig inte med det. Strax innan jul fick Klarna två nya storägare genom riskkapitalbolagen DST Global och General Atlantic som tillsammans gick in med drygt 1 miljard kronor. Klarna är därmed det svenska internetbolag som har fått in absolut mest pengar under sista kvartalet 2011.

– Det var längesedan vi hörde några gliringar om att det känns 80-tal att starta faktureringsbolag.

Företaget grundades: 2005

Omsättning 2011: Cirka 20 Mkr vilket är mer än en fördubbling från förra året

Anställda: 8

Marknad: Kundanpassad belysning

Almis insats: Riskkaptial från Almi Invest

ALUWAVE

En lysande affärsidé

Aluwaves lysdiodsmoduler kan finnas på kontor, i gatlyktor, i växthus eller i utryckningsfordonens siréner. För att nämna några exempel. Med sina kundanpassade belysningslösningar lyckas företaget bygga broar mellan belysningsindustrin och elektronikkomponentindustrin.

Vi fyller ett tomrum på marknaden. Våra kunder kräver något mer än vad dagens standardlösningar kan erbjuda, säger vd Jonas Stålhandske.

I fjol fick det Mölndalsbaserade företaget ett kapitaltillskott på tio miljoner kronor från bland annat Almi Invest, K-Svets Ventures och Chalmers Innovation Seed Fund. Pengarna ska dels finansiera en pågående marknadsexpansion, dels en produktionsutrustning för prototyper och serieproduktion. Redan idag går mer än hälften av försäljningen på export till länder inom Europa.

– Almi har gett oss modet att våga satsa offensivt. Med hjälp av deras stöd har vi kunnat rekrytera flera, mycket kompetenta personer. Vi har också kunnat ta hem produktionen och det ger oss en enorm styrka. Nu har vi allt inom egen kontroll, vi kan vara ännu snabbare och flexiblare när det gäller att utveckla och erbjuda kunden den ultimata lösningen, säger Jonas.

Håkan Krook är Fund Manager på Almi Invest och sitter numera i Aluwaves styrelse.

– Investeringen i Aluwave är ett mycket bra exempel på vad vi på Almi Invest vill åstadkomma med vår verksamhet. Vi har i Aluwave identifierat ett bolag som funnit en egen nisch och som drar fördel av sin skalbara affärsmodell. Skalbarheten ligger i att man utvecklar och levererar produkter baserade på en egen utvecklingsplattform samtidigt som man agerar systemintegratör på den snabbt växande marknaden för LED-belysning. Detta har visat sig synnerligen framgångsrikt hos kunderna, vilket resulterat i en stark tillväxt för företaget, säger Håkan.

Aluwaves bakgrund är inom kylning av elektronik, något som är kritiskt för lysdioder (LED) som inte tål höga temperaturer. Själva affärsidén föddes när grundarna provade olika sätt för att hitta bortslagna golfbollar. En speciell keramik penslades under skalet på bollen som sedan skulle lokaliseras med en radarpistol. Affärsupplägget höll visserligen inte, men grundarna tog fasta på keramikens egenskaper att leda värme bra, samtidig som den isolerar elektriskt.

Företagets system inkluderar vid behov alla nödvändiga komponenter såsom LED-modul, kraftlösning, optik, värmeavledning och mekanik. Fokus ligger på de fyra segmenten allmänbelysning, gatubelysning, teknisk belysning och fordonsbelysning.

Norska Luxo som tillverkar skrivbordslampor med lysdioder är exempel på Aluwaves kunder. EuroStreet-Led med sina gatlyktor ett annat.

Tandläkare som ställer stora krav på ljusets kvalitet och färgåtergivning i sina operationslampor vänder sig till Aluwave liksom skogsnäringen och gruvindustrin som behöver avancerade arbetsstrålkastare. På den snabbt växande marknaden finns både nya företag som direkt går på den moderna LED-tekniken och etablerade stora aktörer som väljer att göra ett teknikskifte genom att ersätta befintlig ljuskälla med en energisnålare lösning.

– Resultatet blir LED-moduler med rätt funktion, kvalitativt ljus, låg energiförbrukning och lång livslängd, säger Jonas. Eftersom LED-belysning går att styra med mjukvara öppnas en helt ny värld av möjligheter för kunderna att exakt bestämma hur ljuset ska upplevas.

Seriestorlekarna sträcker sig från några hundra till 50 000 enheter per år. Under 2012 är målet att utöka med två nya exportmarknader. Aluwave räknar med en fortsatt kraftig försäljningsökning de kommande åren.

BÄST I NORDEN PÅ INVESTERINGAR

Almi Invest är det riskkapitalbolag som gör flest investeringar i Norden. Under 2011 gjordes 44 nya investeringar och sedan Almi Invest bildades har sammanlagt 114 investeringar genomförts.

JAN BENGTSSON VD ALMI INVEST

Man följer därmed den plan som lades vid riskkapitalbolagets bildande 2009. En ambitiös plan som ställde krav på att nå ut till företag över hela landet. Företag med rätt förutsättningar för tillväxt. Dessutom skulle det privata riskkapitalet attraheras att delta i varje investering. Planen innebar ett högt tempo redan från första stund.

– Vi ligger helt i linje med våra initiala planer och har på kort tid blivit en aktör som värdesätts högt av både företag och andra investerare på riskkapitalmarknaden. Vi har lyft fram en hel del företag och fått det privata riskkapitalbolagen intresserade. Utanför storstadsregionerna har detta haft särskilt stor betydelse eftersom det är glesare med riskkapitalbolag där, säger Jan Bengtsson, vd på Almi Invest.

Sedan starten har man hanterat över 1 600 propåer. I början kom många propåer från företag som inte var potentiella investeringsobjekt för Almi Invest. Tack vare förbättrade informationsinsatser via webb och aktiv mediabearbetning har man blivit tydligare i budskapet och undviker därmed missförstånd och besvikna entreprenörer.

– Vi är en tajt organisation med 20 medarbetare fördelade på sju regioner. Det ställer krav på att vi arbetar effektivt. En högre träffsäkerhet i propåerna gör att vi kan höja kvaliteten i de åtaganden vi går in i, säger Jan.

Oron på de finansiella marknaderna har påverkat Almi Invest under 2011 så tillvida att tillgången på det privata riskvilliga kapitalet minskat.

– Investeringsviljan minskade betydligt under hösten 2011 och det blev svårare att hitta intresserade partners som var villiga att saminvestera. Det har tvingat oss att bli mer aktiva i vårt uppsökande arbete.

För att ytterligare öka antalet partners ska Almi Invest under 2012 marknadsföra sina fonder till europeiska riskkapitalbolag.

– Sverige ses som en intressant marknad att investera i av våra europeiska kollegor, framförallt inom mobil-, IT/data- och Life Science-branscherna. Det goda ryktet baseras på att Sverige ligger i framkant vad gäller ny teknik, säger Jan.

Almi Invest minskar risken i fonderna genom en bra branschspridning och en mindre andel i riskfyllda sektorer.

– Inom branscher såsom industri/transport och IT/telekommunikation bedöms risken vara mindre jämfört med de mer riskfyllda sektorerna Life Science och miljöteknik, säger Jan.

»Sverige ses som en intressant marknad att investera i av våra europeiska kollegor, framförallt inom mobil-, IT/data och Life Science-branscherna.«

Almi Invest får bra betyg

Jan refererar till en utvärdering som analysföretaget Ramböll gjort under året som visar att Almi Invest bidrar med mer än enbart pengar till bolagen.

– Våra portföljbolag är mycket nöjda med den kompetens vi tillför, man tycker att vårt engagemang och vår kun-

skap är minst lika viktig som pengarna vi investerar, säger Jan. Dessutom uttalar sig många mycket positivt om vår regionala närvaro och närheten till kontaktpersonen på Almi Invest. Vi har ju en unik roll genom att vi kan kombinera vår nationella överblick med en regionalt förankrad och företagsnära verksamhet.

Utvärderingen visar också att vart tredje bolag som Almi Invest investerat i har blivit attraktivare för andra investerare.

– Vår roll är kompletterande och det är tydligt att vi fyller ett glapp på marknaden. Jag ser oss som en mäklare som gifter ihop företagets behov av riskkapital med privata investerares behov av att hitta bra objekt, säger Jan.

Enligt Rambölls utvärdering säger nästan hälften av Almi Invests medinvesterare att de inte skulle ha gjort någon investering utan Almi Invest.

– Vi har lyckats rekrytera personal med mycket god kompetens och erfarenhet från riskkapitalbranschen. Vår affärsmodell har visat sig framgångsrik och det är genom egen kompetens vi vinner trovärdighet och kan bli en attraktiv ägare för portföljbolagen och en professionell och trovärdig partner till privata investerare, säger Jan.

Tre goda exit

Under 2011 genomfördes åtta exit. Tre av dem var mycket lyckosamma med en femdubbling av det insatta kapitalet. Det totala utfallet på exit under året innebar att det insatta kapitalet fördubblades.

– Det är ett resultat vi är mycket nöjda med, avslutar Jan.

Almi Invest skapar förutsättningar för entreprenörledda tillväxtföretag att växa genom att investera kapital och kunskap. Almi Invest är organiserat i sju regionalt baserade riskkapitalfonder, alla med lokala kontor och lokalt förankrade investment managers. Totalt förvaltar Almi Invest över en miljard kronor. Investeringar sker alltid tillsammans med en investeringspartner. Det kan vara riskkapitalbolag eller affärsänglar, svenska eller utländska.

Inom loppet av några timmar hade det isländska askmolnet brett ut sig över stora delar av Europa och stoppat nästan all flygtrafik. Plötsligt startade ett massivt flockbeteende på nätet. Mängder av människor ville samtidigt hitta information på ett fåtal sajter. Trots den extrema trafikökningen kunde webbplatserna arlanda.se, swedavia.se och brommaairport.se fortsätta rulla som vanligt. Allt tack vare Apicas nya, molnbaserade prestandatjänst Apica WebOverload™, som Swedavia abonnerade på sedan tidigare.

APICA

Webbexperterna Apica erövrar världen

APICA GRUNDADES 2005 av trion Sven Hammar, vd, Niclas Tollgård, CTO samt Johan Bengtsson, utvecklingsansvarig. Alla tre har omfattande kunskaper och erfarenheter inom IT och entreprenörskap. Affärsidén är att utveckla och tillhandahålla produkter som testar, analyserar, övervakar och förbättrar webbprestanda hos företag, organisationer eller myndigheter. På den digra kundlistan finns namn som Apoteket, SF-bio, SMHI, DN, Expressen, Ving, TV4, Försäkringskassan, Skatteverket, Posten/Strålfors. Kunder utomlands är Greentube i Österrike, Sungard i Storbritannien, Newsday i USA och Gulf News i Dubai.

Sedan 2007 har bland annat KTH Chalmers, Almi Invest och Industrifonden investerat i Apica.

– Vår investering baseras på den starka tro vi har på marknaden för tjänster för hög och säker webbprestanda generellt och på Apica specifikt. Webbsäkerhet och webbkvalitet har blivit en affärskritisk faktor för de flesta organisationer, oavsett om huvudmotivet är att underhålla, informera, sälja, boka eller något annat, säger Mikael Karlsson, fondchef på Almi Invest.

Almi Invest har hittills satsat 7 miljoner kronor i Apica. Det senaste kapitaltillskottet ska bland annat användas för att skynda på företagets internationella expansion och för att förstärka bolagets ställning på den svenska marknaden.

– Företaget har utvecklats väldigt bra. Vi har ett stort förtroende för företagsledningen som har rätt erfarenhet för att driva upp och sälja bolaget vidare, tillägger Mikael.

Almi Invest bidrar också med kompetens genom att tillsätta Björn Schultz, vd Offshore, i Apicas styrelse.

– Vi är väldigt glada att ha Almi Invest som ägare och att få in industrikompetens i styrelsen. Tack vare att de tror på oss kan vi nu erbjuda våra tjänster i större volym och på fler marknader, säger Sven Hammar, vd.

I takt med att internetanvändarna blir fler stiger efterfrågan på Apicas tjänster. För ett resebolag som Thomas Cook Northern Europe, med varumärken som Ving, som säljer allt fler resor över nätet, är det av yttersta vikt att sajten och dess applikationer fungerar felfritt. Flera undersökningar visar att om svarstiderna upplevs som långsamma klickar köparen hellre vidare till en konkurrerande sajt. På motsvarande sätt ökar försäljningen om man har en tydlig och snabb sajt. Apica kan hjälpa till med benchmarking för att få fram vad den gängse svarstiden är i den aktuella branschen.

Sedan ett par år tillbaka genomför Apica bland annat så kallade lasttester inför Vings större releaser två gånger per år. Genom att simulera en kundanstormning och i nästa steg optimera vissa funktioner kan Apicas webbprestandaexperter garantera att sajten klarar ett ökat tryck. Ving använder också Apicas service WebPerformance för kontinuerlig webbövervakning och larm vid driftstörningar.

Företaget grundades: 2005

Omsättning 2011: 24 Mkr proforma (Apica Ab och Apica Inc.)

Anställda: 5 i Sverige, 15 i USA, England, Indien och Tjeckien

Marknad: Internationell med fokus mot USA och Norden

Antal mätagenter worldwide: 350 st via våra partners

Almis insats: Riskkapital från Almi Invest i två omgångar

När det gäller nyhetsmedier på webben är konkurrensen om besökarnas gunst knivskarp. Att hålla hög journalistisk kvalitet räcker inte, sajten måste även vara stabil och snabb. Något som Apica ser till att uppfylla för expressen.se. Sedan samarbetet inleddes och svarstiderna förbättrades har trafiken ökat markant och expressen.se är numera en av Sveriges tio mest besökta sajter, enligt KIA Index.

– Den stora mängden högupplösta bilder och filmer som finns på expressen.se är viktiga för användarupplevelsen, men samtidigt en teknisk utmaning. Sajten måste ständigt övervakas och optimeras för att den inte ska bli långsam och för att den ska klara oförutsedda besökstoppar, förklarar Sven.

Apicas nya, molnbaserade tjänst Apica WebOverload™, är en garanti för att sajten inte ska krascha vid extrem last.

– I korthet går det ut på att vårt högkapacitetsnät och våra optimeringstjänster är förberedda på att ta över kundens trafik med mycket kort varsel. Inbyggt i tjänsten finns också ett skydd mot överlast som innebär att besöksvolymer över sajtens normala kapacitetsmax kan styras om till en ”väntesida” som informerar besökare att komma tillbaka om en liten stund.

Det innebär att man kan garantera webbprestanda för dem som ”släpps in” eftersom de som ”står på kö” är på ett externt nät som inte belastar webbservern. Kunderna kan använda tjänsten bara när de behöver den och utan några som helst investeringar i ny, dyrbar hårdvara.

Utbredningen av komplexa intranätsystem är en annan växande marknad för Apica. Även här är det viktigt att systemet till exempel klarar av att alla på företaget loggar in samtidigt på morgonen.

Apica har numera egna datacenter i Sverige, USA och England samt mätplatser i ett 60-tal olika länder. Företaget har växt från tre till närmare 40 anställda och räknar med att fortsätta anställa en person i månaden under nästa år. Snittåldern är i nuläget 30 år.

– Vi är alla passionerade i vår strävan att utveckla nya lösningar för att optimera och mäta webbprestanda. Vi är också väldigt tävlingsinriktade, och nu med teknikskiftet mot molnbaserade tjänster ser vi en chans att möta de riktigt stora på ett mer jämlikt sätt. Målet är att bli världsledande inom vårt område.

För att erövra världen arbetar Apica efter en utpräglad partnerstrategi, med bland andra EPiServer, Atex Polopoly, RightScale och Amazon. Tack vare välkända teknologipartners kan Apica både fånga in fler kunder och erbjuda allt från diagnos till avancerade lösningar.

Nyligen fick Apica utmärkelsen ”10 Cloud Management companies to watch” från den ansedda Network World i USA. Apica har också hamnat på Deloittes lista över Sveriges 50 mest snabbväxande teknikbolag. Att driva företaget från Sverige innebär viss teknisk fördel, enligt Sven.

– Det är en liten, men avancerad marknad med kräsna användare. Här kan vi relativt snabbt testa nya webbteknologier som vi tror blir dominerande imorgon. Sedan är utmaningen att ta med sig kunskapen ut på den internationella marknaden.

Ett urval av Almi Invests portföljbolag

Almi Invest är det riskkapitalbolag som gör flest investeringar i Norden. Under 2011 gjordes 44 nya investeringar och sedan Almi Invest bildades har sammanlagt 114 investeringar genomförts.

AB HUGES MARINA
Huges erbjuder ett komplett utbud av produkter och tjänster till fritidsbåtskunden och utgår från kundens behov. De har skapat något som man kallar ”Huges helhetskoncept”, vilket innebär att man erbjuder lösningar för hela kundens båt och därmed större delen av båtlivet.

ALUWAVE AB
Aluwave designar och levererar lösningar och intelligenta moduler och belysningssystem, baserat på LED-teknik.

APICA SYSTEM AB
Apica testar, analyserar, övervakar och förbättrar webbprestanda med mottot ”Excellence in Web Performance”.

AXIOMATICS AB
Axiomatics produkt utgör basen i mer avancerade helhetslösningar för accesskontroll.

BAMBUSER AB
Bambuser erbjuder möjligheten att streama livevideo från mobiltelefon eller webbkamera och att interagera med streamen. Videon görs tillgänglig för en begränsad, sluten miljö eller en stor obegränsad publik.

BARISTA FAIR TRADE COFFEE AB
Barista är en coffee shop-kedja med rättvisemärkt och ekologiskt premiumkaffe som nisch.

BJURSÅS RESORT
Bjursås ska bli en trivsam semesterort som har öppet året om med personlig service, härlig natur och kvalitativa produkter och tjänster.

BLUETEST AB
Bluetest är ett Göteborgsbaserat företag som utvecklat en ny teknik för test av trådlösa produkter.

BRA VISION SCANDINAVIA AB
Verksamheten består av utveckling, montering och försäljning av backspeglar och backkamerasystem för säker sikt för tyngre nyttofordon.

BRAINGLASS AB
Brainglass arbetar med att ta fram och leverera en lösning för språkinlärning med mobiltelefonen som plattform.

CALMARK SWEDEN AB
Calmark har utvecklat en enkel metod där man genom blodanalys mäter enzymet, laktat dehydrogenas (LDH). Metoden ger ett snabbt svar med hög tillförlitlighet på om patienten har en allvarlig sjukdom eller skada.

CLIPSOURCE AB
Clipsource har utvecklat en teknisk plattform med tjänster för distribution av internet-video.

COMAI AB
Comai utvecklar och erbjuder mobiltelefonbaserade stöd för människor med kognitiva funktionshinder.

DAPRESY AB
Dapresy är ett IT-bolag nischat mot marknadsundersökningsbranschen och området rapportering och distribution av marknadsundersökningsresultat.

ESMART SCANDINAVIA AB
eSmart Scandinavia utvecklar och marknadsför produkter och tjänster som ger användaren realtidinformation som visar dennes energiförbrukning och energibeteende.

ETERNO SOLUTIONS AB
Utvecklar och säljer Eternowall, världens första våtbarriär där den skyddande fuktspärren och ytskiktet förenas i en och samma produkt.

FORSWAY SCANDINAVIA AB
Forsway tillhandahåller kostnadseffektiva produkter och lösningar för IP- och TV-tjänster över satellit.

GEOINT SYSTEMS AB
GeoInt Systems har genom ett licensavtal med SuperMap inc, Kina, tillgång till det mest kostnadseffektiva systemet för geografisk informationshantering.

IMINT IMAGE INTELLIGENCE AB
Imint har specialiserat sig på att i realtid analysera och förbättra bildkvaliteten på olika videoströmmar från exempelvis övervakningskameror och spaningssystem.

INEXCHANGE FACTORUM AB
InExchange tillhandahåller avancerade, egenutvecklade produkter och tjänster för att förmedla fakturor elektroniskt, så kallad e-fakturering.

IREAD NEW MEDIA AB
iRead tillhandahåller webbportalen www.paperton.com – en handelsplats på internet som tillgängliggör och säljer tidskrifter i digital form.

I-TECH AB
I-Tech är ett forskningsbolag som har tagit fram och patenterat Selektope, en ny biologiskt nedbrytbar biocid för bottenfärger.

KA ELECTRONICS AB
KA Elektroniks huvudsakliga verksamhet utgörs av legoproduktion

av elektronik i framförallt mindre serier samt prototyptillverkning.

KUNGSBERGETS HOTELLFASTIGHET AB

I absolut bästa ski in – ski out läge, i direkt anslutning till backarna, ligger ett sporthotell med 49 lägenheter som attraherar främst familjer som efterfrågar bra hotellstandard.

LANSEN TECHNOLOGY AB

Lansen Technology levererar trådlösa larmsystem både till privatpersoner och proffsmarknaden.

LIVESIDE EVENT AB

Liveside Event levererar evenemangskomponenter till evenemangsbranschen genom att sälja och hyra ut nödvändig utrustning och förbrukningsvaror.

MACKMYRA SVENSK WHISKY AB

Mackmyras affärsidé är att livsnjutare i Sverige, Norden och övriga världen ska erbjudas ett attraktivt utbud av whisky och whiskyrelaterade produkter genom det starka varumärket Mackmyra.

MALWA INTERNATIONAL AB

Malwa utvecklar och säljer effektiva och miljövänliga skogsmaskiner i ett segment under de stora aktörernas maskinpark.

MARSTROM COMPOSITE AB

Marstrom Composites verksamhet bygger på att ersätta etablerade material med kolfiberkompositer för att skapa bättre materialegenskaper, lägre vikt och högre styrka.

METRUM SWEDEN AB

Metrum utvecklar och marknadsför avancerad mätteknik med inriktning på elkvalitet och SmartGrid.

MIPS AB

Mips har utvecklat en unik teknologi för att förbättra skyddsegenskaperna i hjälmar; cykel-, skidrid- och motorcykelhjälmar.

PP7 AFFÄRSSYSTEM AB

PP7 Affärssystem har under 20 år utvecklat affärssystem för nischen Projektföretag; byggare, installatörer, konsulter, serviceföretag, enstyckestillverkare med flera.

PRIFLOAT AB

Prifloat är ett falubaserat konsultföretag vars verksamhet utgörs av konsultationer inom marknadsundersökningar, relationsmätningar samt projekt- och processmätning.

PROMIMIC AB

Promimic är ett biomaterialföretag som arbetar med en ny generation implantatytor baserade på syntetiskt ben.

QUICKOMAT AB

Quickomaten är en automat där allmänheten kan köpa produkter från välkända leverantörer såsom färdbevis till kollektivtrafiken, biljetter till evenemang och bio, parkeringsbevis, presentkort och mobilladdningar.

REDSENSE MEDICAL AB

Redsense Medical har utvecklat en medicinteknisk produkt som erbjuder möjligheten att i samband med dialys larma när blödning uppstår för att nålarna kommit ur sin position.

ROLLERMATE AB

RollerMate tillverkar ett unikt gånghjälpmedel, en så kallad enhandsrollator, att användas som sidostöd för en eller två sidor.

RUTA ETT DVD AB

Sedan sommaren 2008 har bolaget utvecklat ett nytt koncept för barn – Sagoboxen – ett koncept för sampaketerade mervärdesprodukter inom barnunderhållning. Produkterna består av filmer, böcker och leksaker.

SIMATIC AB

Simatic är systemleverantör av AGV-System (Automated Guided Vehicle System) med automatiska truckar.

SPEEDMENT AB

Speedment är ett mjukvarubolag som utvecklar och marknadsför avancerad molnbaserad mjukvara.

SPRINT BIOSCENE AB

Sprint Bioscience fokuserar på den tidiga delen av läkemedelsutvecklingen och är unika genom att fokusera på en "liten" del i den processen, det vill säga på lead generation-steget.

THE LOCAL EUROPE AB

The Local Europe erbjuder dagliga lokaliserade nyheter, bloggar, diskussionsforum, annonseringsplats för events, jobb med mera på engelska i länder där engelska inte är modersmål.

THE LOCAL FIRM AB

The Local Firm är ett svenskt modeföretag som bygger sina kollektioner på en distinkt design-plattform och kombinerar exklusivare modeplagg med jeans-mode.

TRAVEL HEROES

Travel Heroes arbetar med försäljning av ett brett sortiment av resetillbehör, resväskor och reseapotek.

VERSATILE SECURITY AB

Versatile Security utvecklar produkter för IT-säkerhet med hjälp av kryptering, PKI och smarta kort.

VIDEOFY.ME

Videofy.me har tillsammans med utvecklarbolaget Awave designat och utvecklat en plattform för att enkelt hantera videovisningar på bloggar och annonsvisningar kring dessa videor.

WEZUPPORT EUROPE AB

Wezupport stödjer företag och organisationer med att arbeta och utbilda online på ett kostnadseffektivt sätt.

Almis rådgivning skapar möjligheter

Under 2011 har Almi sett en omställning i många företags efterfrågan på rådgivningstjänster. I en turbulent världsekonomi och en avvaktande hemmamarknad har fokus vänts mot stabiliserande faktorer som bland annat lönsamhetsstyrning och översyn av affärsmodeller.

MARIE AHLGREN AFFÄRSOMRÅDESCHEF RÅDGIVNING

MARIE AHLGREN, AFFÄRSOMRÅDESCHEF Rådgivning, ser likheter i de små och medelstora företagens rådgivningsbehov med hur situationen såg ut under 2009.

– I en avvaktande konjunktur har de etablerade företagen större behov av att genomlysa sin egen verksamhet och här har vår rådgivning inom lönsamhetsstyrning varit mycket uppskattad, säger hon. I en osäker situation är det extra viktigt att ha koll på lönsamheten och de faktorer som styr företagets överlevnad. Många företagare har dålig känsla för vad man egentligen tjänar pengar på, säger Marie Ahlgren, chef för affärsrådgivning på Almi.

Under 2011 hade Almi 15 500 kunder i rådgivning och 25 500 deltagare i seminarier vilket är en ökning med 7 procent respektive 17 procent jämfört med 2010.

»I en avvaktande konjunktur har de etablerade företagen större behov av att genomlysa sin egen verksamhet och här har vår rådgivning inom lönsamhetsstyrning varit mycket uppskattad.«

– För många företagare är tiden den mest kritiska resursen, många är operativt engagerade i sina företag och har svårt att få tid till att tänka strategiskt, säger Marie. Här har Almi samlat både egna och externa rådgivare, mentorer och konsulter som erbjuder individuell coachning kombinerat med nätverksträffar.

Drygt 8 000 företag tog del av rådgivningen till nyföretagare under 2011 vilket är en ökning med 10 procent jämfört med 2010, trots en minskad efterfrågan under hösten. I en osäker ekonomisk situation tvekar många att starta nya företag. Antalet nystartade aktiebolag har varit rekordstort under 2011, men det beror, enligt Marie, delvis på ändrade regler för aktiekapital (50 000 kronor mot tidigare 100 000 kronor) och att revisorsplikten har tagits bort för fåmansföretag.

ANDELEN KVINNOR ÖKAR

Almi inledde 2011 en satsning som fått extra stöd av regeringen och pågår i fyra år, där huvudmålet är att få fler kvinnor att köpa och överta befintliga företag.

– Vi har Europas äldsta företagare i Sverige och vi behöver fokusera mer på ägarskiften i vår rådgivning, säger Marie. Vi genomför kunskapsseminarier i flertalet av våra regioner, där vi lyfter fram möjligheterna med att köpa företag och skapar förståelse för hur en köpprocess fungerar.

Glädjande är att andelen kvinnor som startar och driver företag ökar från år till år. Marie ser att riktade initiativ mot kvinnor inom affärsrådgivning ger betydligt fler deltagare än vid mixade sammankomster.

– Vi kommer att fortsätta med särskilda satsningar mot kvinnor inom våra rådgivningsområden; Köpa företag, Styrelsekraft, Mentorer för kvinnor och Kvinnor med invandrarbakgrund.

IT OCH HÅLLBARHET ÄR VIKTIGT

Almi deltar i regeringens expertgrupp runt småföretagens användning och utveckling av IT-tjänster.

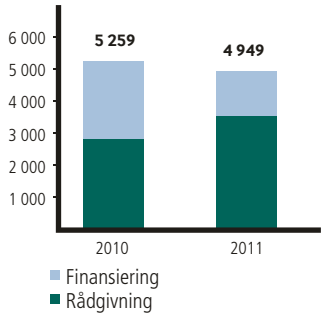
IT är en av de viktigaste enskilda faktorerna för företagens överlevnad, menar Marie. Alla företag oavsett bransch måste se över sina affärsmodeller och ta hänsyn till den snabba utvecklingen inom internet och IT. När Marie ser framåt på projekt under 2012 framhåller hon satsningen på hållbart företagande som ett viktigt konkurrensmedel för små och medelstora företag. En undersökning som genomförts med Almis kunder visar att närmare hälften av alla företagare anser att ett ökat miljö- och socialt engagemang skulle leda till ökad lönsamhet för företaget.

– Vi har inlett ett samarbete med forskningskoncernen Swerea för att utbilda våra rådgivare i hållbart företagande. Med kunskapsseminarier, workshops och expertkonsulter vill vi få företagen att lyfta blicken och se möjligheterna med att jobba för ett hållbart företagande ur flera aspekter; ekologiskt, miljömässigt och inte minst socialt. Samarbetet med Swerea och projektet hållbart företagande är ett lysande exempel på vår roll som rådgivare och kunskapsförmedlare, där vi coachar företagare och skapar levande och utvecklande nätverk, avslutar Marie.

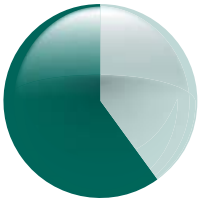
ANTAL NYSTARTADE FÖRETAG GENOM ALMI

FÖRDELNING

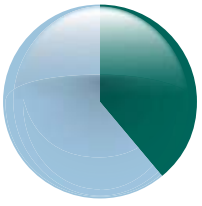
ANTAL



ANDEL KVINNOR

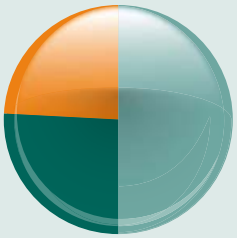


ANDEL MED INVANDRARBAKGRUND



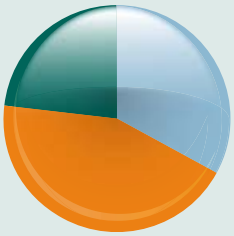
4 949

FÖRETAG STARTADES GENOM ALMI 2011



Fördelning av antal kund-erbjudanden 2011

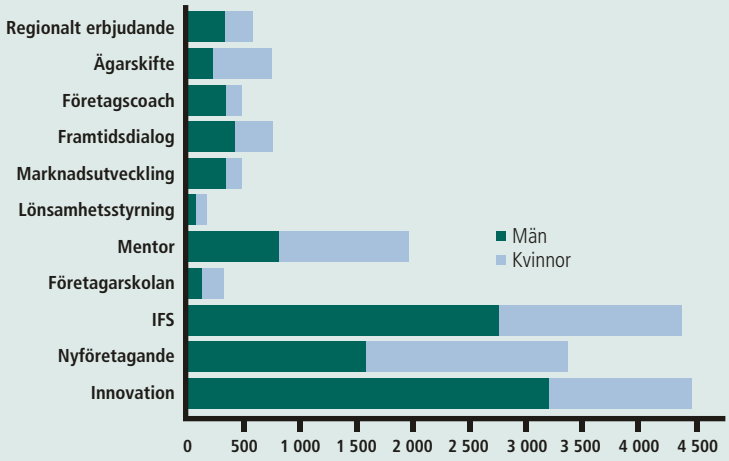
- Innovation, 26%
- Nyföretagande, 50%
- Övrig rådgivning, 24%



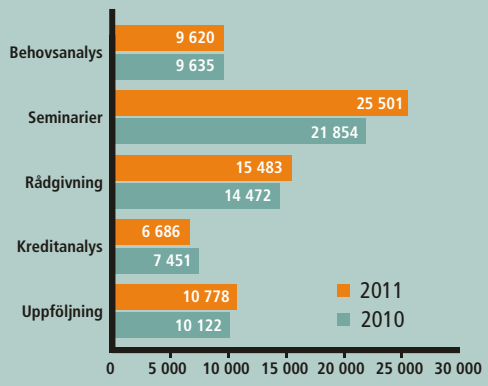
Fördelning av rådgivningstid, internt/externt

- Almi-rådgivare, 44%
- Externa underkonsulter, 23%
- Externa mentorer, 33%

ANTAL KUNDERBJUDANDEN INOM RÅDGIVNING 2011

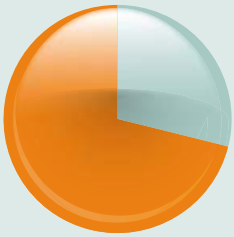


ANTAL KUNDER PER AKTIVITET 2011

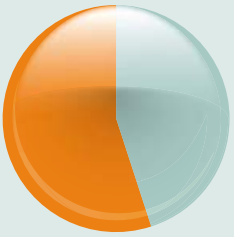


KÖNS-FÖRDELNING

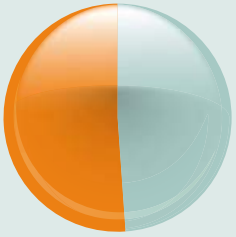
Andel kvinnor som fått rådgivningserbjudanden 2011



INNOVATION 29%



NYFÖRETAGANDE 45%



ÖVRIG RÅDGIVNING 49%

»Drygt 8 000 företag tog del av rådgivningen till nyföretagare under 2011 vilket är en ökning med 10 procent jämfört med 2010.«

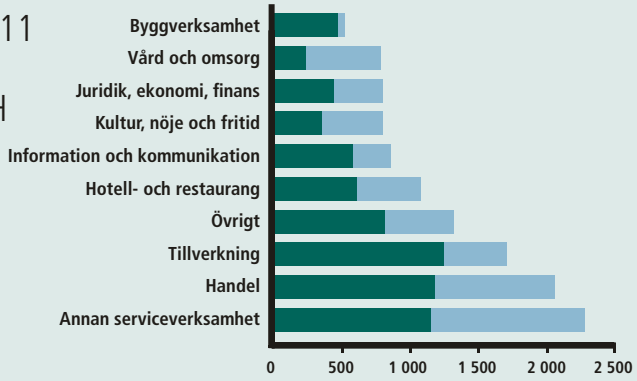
15 483

KUNDER FICK RÅDGIVNING

RÅDGIVNING 2011 FÖRDELAT PÅ KÖN & BRANSCH

ANTAL KUNDER

- Män
- Kvinnor



TINGSRYD JÄRN

Järn- och bygghandel med koll på läget

Syskonen Caroline Liljegren och Sten Nilsson bestämde sig för att deras järnhandel skulle bli minst ett par nummer större. I samband med finansiering från Almi genomförde Tingsryds Järn AB en rejäl genomlysning av verksamheten. Nu ser företaget framtiden an med tillförsikt.

För Caroline och Sten började förändringens vindar blåsa redan 2003, när de bestämde sig för att utöka sin järnhandel till att även erbjuda byggmaterial. Sedan dess har de jobbat målmedvetet och flyttat fram sina positioner för att bli ortens givna val för kunder som efterfrågar byggprodukter, från minsta skruv och den senaste skruvdragaren till största limträbalk.

– Vi stod mellan att fortsätta driva en liten järnhandel eller att bli en stor järn- och bygghandel med ett komplett sortiment. Och vi visste att vi inte ville vara mittemellan, konstaterar Caroline.

En stor pusselbit föll på plats när Tingsryds Järn gick med i bygghandelskedjan XL-bygg 2010. Företaget är även sedan 2009 med i vitvarukedjan Hemexperten.

STOR POTENTIAL

Carolines och Stens förutsättningar att växa såg relativt ljusa ut redan från början, eftersom de sedan många år är kända i Tingsryd med omnejd. En viktig faktor i sin strävan att växa är att kundkretsen, förutom privatpersoner, består av en bra blandning av företag, från hantverkare som driver enskild firma till industriföretag.

De senaste årens utökning av verksamheten från en traditionell bygghandel har inneburit stora förändringar, och har förstås ställt stora krav på Caroline och Sten. När Almi, som representerades av Pontus Sanneus, 2010 frågade om Tingsryds Järn var intresserade av att genomföra en lönsamhetsanalys tackade de ja utan att tveka.

OMFATTANDE GENOMLYSNING

Konkurrenter valdes ut och Almi tog fram bokslut och jobbade enligt benchmarkingprincipen. Almi fortsatte med att betygsätta olika områden i verksamheten. Utbudet av produkter och tjänster fick högt betyg, liksom marknadsföring, försäljning och kundspridning.

Även inköp och leverantörer fick högt betyg. Några områden i behov av förbättring var information till personalen, en kalkylmodell för rättvis fördelning av de fasta kostnaderna samt att skapa en aktiv styrelse. En uppföljning av ekonomin samt en utveckling av systemet med streckkoder som omfattar de flesta varugrupperna gjordes också.

– Utifrån dessa kriterier redovisade vi våra slutsatser, och vi var noga med att påpeka att slutsatserna byggde på vår subjektiva uppfattning om företagets svaga och starka sidor, berättar Pontus.

VÄLBEHÖVLIG INJEKTION

Ett av företagets problem var brister i systematisk lönsamhet. Efter Almis analys följs det numera upp med korrigerande åtgärder. Det hänger förstås ihop med att det krävs tid för Tingsryds Järn att arbeta in ett utökat sortiment på marknaden. Detta trots att företaget är välkänt och har en inarbetad kundkrets.

I nästa steg hjälpte Almi till med en kalkylmodell som visar lönsamheten för de olika produktområdena.

– Vi har bidragit till att de nu har bättre koll på läget och kan följa på ett tydligare sätt än tidigare var de tjänar sina pengar, fortsätter Pontus.

EFTERLÄNGTAT KVITTO

– Samarbetet med Almi har främst gett oss en bekräftelse på att vi är på rätt väg. Det är alltid bra att några opartiska personer utifrån kan titta på verksamheten, konstaterar Caroline.

Hon värdesätter också att Almi ställde frågor som har lett till att företaget måste renodla sin verksamhet och ta tag i delar som kan förbättras.

– Men samtidigt som en person som utför en företagsanalys oftast är teoretiker känner vi till verksamheten i detalj. Vi har kunder med olika behov, vilket vi förstås måste ta hänsyn till. Därför kan vi inte hålla med om precis alla slutsatser som förs fram utifrån, säger Caroline.

Nu väntar uppföljning att titta på lönsamheten för de olika varugrupperna, tillsammans med Almi. Utifrån det kommer olika åtgärder att diskuteras.

Företaget grundades: 1998

Omsättning 2011:
Cirka 25 Mkr

Anställda: 8

Marknad: Privatpersoner, hantverkare med enskild firma och industriföretag

Almis insats: Företagslån och lönsamhetsstyrning

För drygt två år sedan tog Anne-li Blomqvist över dåvarande Karlströms Livs som tillverkade bland annat Ramselekorven. Ramsele Chark är idag ett småskaligt, lokalt företag som vill bevara den gamla matkonsten med handknuten korv, torrsaltat fläsk, syltor och varmrökta charkvaror utan onödiga tillsatser.

RAMSELE CHARK

Kvalitet och hantverk sitter i själen

Vi köper kött så lokalt vi bara kan och levererar inom 25 mil. Det är mathantverk och kvalitetsmedvetenhet som sitter i själen, säger Anne-li. Hon är ekonom och fick redan tidigt under uppväxten ta ansvar för familjens restauranger. Men hon har också haft ett företag som gick i konkurs. Efter det ville hon aldrig mer driva företag men efter en kurs hos Almi fick hon ny kraft.

– Jag jobbade extra på ICA och alla köpte Ramselekorven. Jag hade ingen aning om att den tillverkades på orten, säger hon. Charkuteriet Karlströms Livs ägdes av tre äldre syskon och hade funnits under tre generationer sedan 1923. Efter en nervös första kontakt kunde Anne-li köpa företaget.

»Man blir totalengagerad och går igång på alla cylindrar.«

FLER JOBB OCH NYA LOKALER

Antalet anställda har på de dryga två åren mer än fördubblats och omsättningen mer än tredubblats. Den snabba tillväxten har ansträngt företagets likviditet. De ålderstigna lokalerna och maskinerna har krävt löpande kostsamma underhåll och reparationer. Nu står Ramsele Chark därför inför ett nytt skede och man har långt framskridna planer på att bygga nya lokaler i Ramsele och köpa in mer moderna maskiner.

– Vi vill arbeta för svenskt mathantverk med ett bredare sortiment och använda fler gamla recept. Vi vill försöka skapa fler arbetstillfällen på orten och kanske också gynna den lokala besöksnäringen, säger Anne-li.

Anne-li valde att köpa ett redan befintligt företag istället för att starta en egen verksamhet.

– Det är lättare att ta över när någon redan har skapat en produkt som är ute bland kunder och sedan kunna utveckla den och lägga till sin egen nisch, säger hon. Almi var med redan i början när företaget startade.

– De trodde på oss och utan Almi hade det inte varit mycket, säger hon.

Det är ett tufft jobb att driva företag, inte minst för Anne-li som dessutom har fyra barn att ta hand om. Hon betraktar sig idag som en genuin entreprenör.

– Det som är roligt med entreprenörskapet är att man får vara med i alla bitar. Man blir totalengagerad och går igång på alla cylindrar, säger hon.

Företaget grundades: 1923

Omsättning 2011: 6,5 Mkr

Anställda: 5

Marknad: Närproducerade livsmedelsprodukter

Almis insats: Företagslån och rådgivning vid företagsköp

KÖPA FÖRETAG

– en genväg till kvinnors företagande

Almis projekt Köpa Företag, som vänder sig till kvinnor som vill ta över ett befintligt företag fick en rivstart under hösten 2011. Över tusen intresserade slöt upp vid de seminarier och informationsträffar som anordnades. Över 700 personer har listats av Almi-bolagen som kunder och av dem är sju av tio kvinnor. Projektet, som är flerårigt, genomförs på uppdrag av regeringen. Man befarar att hälften av dagens företag riskerar att läggas ner inom de kommande tio åren. Det kan betyda att runt 200 000 aktiebolag, många med bra lönsamhet, kommer att sakna ägare och ledning.

Från informationsträffar till individuell rådgivning

Almi har i flera år genomfört aktiviteter för att informera och underlätta vid företagsöverlåtelser. Den satsning som påbörjades under hösten 2011 har gett ytterligare kraft åt detta och inte minst fått betydligt fler kvinnor att intressera sig för att ta över företag. Man har använt sig av en bred skala av aktiviteter, alltifrån traditionella informationsträffar till speciella inspirationsseminarier, fördjupande seminarier, internat och individuell rådgivning. Total handlar det om uppåt 50 sådana aktiviteter bara under hösten 2011.

Sju av tio av de intresserade var kvinnor

Fram till årsskiftet hade Almi-bolagen genom olika aktiviteter listat 760 intresserade som kunder med ambitioner att ta över ett befintligt företag. Av dessa var 69 procent, eller 524 personer, kvinnor vilket är något högre än målsättningen.

Externa regionala specialister och företagare

Till de olika aktiviteterna har förutom Almis egna rådgivare och experter, även externa resurser som revisionsföretag, juridisk expertis och företagsförmedlingar knutits. Alla regionalt verksamma. För att ytterligare visa på möjligheterna har man vid flertalet tillfällen också engagerat företagare som under senare år tagit över befintliga verksamheter. De har vittnat om både problem och fördelar med att påbörja sitt företagande med ett övertagande. I många fall handlar det om överlåtelser från personer som närmar sig pensionsåldern.

Lönsamma företag kan komma att läggas ner

Man befarar att ungefär hälften av de svenska småföretagen riskerar att läggas ner inom en tioårsperiod. En orsak är att en hög andel företagare i landet kommer att pensioneras framöver. Många av företagen har god lönsamhet, bra produkter och tjänster, en trogen kundkrets och möjligheter till att expandera på nya marknader med en ny hungrig ledning. Ett övertagande av ett befintligt företag kan alltså vara en god start på ett företagande och många gånger att föredra framför att starta ett nytt företag.

Enligt olika beräkningar riskerar mellan 40 och 60 procent av Sveriges företag att läggas ner inom tio år. Om man begränsar det till aktiebolag skulle det innebära att mellan 160 000 och 240 000 av landets idag drygt 400 000 registrerade aktiebolag läggs ner fram till 2022. Under den senaste tioårsperioden avslutades drygt 130 000 aktiebolag. Om prognoserna infrias kan man befara att antalet nedläggningar kan komma att öka med minst 20 procent och i värsta fall med över 80 procent jämfört med perioden 2002–2011. Projektet Köpa Företag är ett sätt att försöka lindra den ökningen.

Almi lånar ut drygt 400 miljoner kronor till företagsöverlåtelser

Under 2011 gick ungefär en femtedel eller 420 miljoner kronor av Almis totala utlåning till företagsöverlåtelser. Av det står företag som kom att ägas av kvinnor för en fjärdedel eller drygt 100 miljoner kronor. Av de 540 låntagarna som genomförde ett företagsförvärv under förra året står kvinnor för en tredjedel.

ANTAL NYSTARTADE FÖRETAG GENOM IFS RÅDGIVNING

IFS RÅDGIVNING

Insamlingsstiftelsen IFS Rådgivningscentrum startades som Internationella Företagarföreningen i Sverige 1996. Syftet är att hjälpa invandrare att starta och utveckla företag i Sverige. Det som gör IFS unikt är att rådgivarna representerar mångfalden i samhället och motverkar därmed de svårigheter som invandrare kan ha gällande språk, lagar och regler i det svenska samhället.

Under 2004 inleddes ett samarbete med Almi med målsättningen att integrera rådgivningsverksamheten i Almi. Idag är IFS Rådgivning ett särskilt kompetensområde inom Almi Företagspartner med ett 30-tal rådgivare över hela landet som erbjuder rådgivning på 20 olika språk.

Invandrarföretagande i Sverige

I Sverige lever cirka idag 1,8 miljoner människor med rötter i andra delar av världen. Vart femte företag som startas är ett invandrarföretag.

MAROUN AOUN VD, IFS RÅDGIVNING

Trots svårigheter såsom språk, sedvänjor och kultur finns det idag cirka 75 000 invandrarägda företag i Sverige. Vart femte nytt företag som startas, startas av en person med invandrarbakgrund, och sammanlagt omsätter dessa företag mer än 110 miljarder kronor och bidrar till att sysselsätta runt 250 000 människor. Invandrarföretagare har stor betydelse för tillväxt och välstånd i Sverige.

– Invandrarföretagare har större svårigheter än andra företagare. Undersökningar som genomförts på uppdrag av stiftelsen IFS visar att språk och kulturella skillnader utgör en barriär. Det gäller dels entreprenörens svårigheter att förstå regelverk och företagandets villkor, dels bemötandet från myndigheter, finansiärer och andra aktörer som är nödvändiga för att driva företag i Sverige, säger Maroun Aoun, vd för IFS Rådgivning.

Genom IFS Rådgivning startades förra året 1 807 företag. Det är en ökning med 18 procent jämfört med föregående år. Antalet nya företag som startas genom IFS Rådgivning har ökat stadigt sedan IFS införlivades i Almi.

– En anledning till den kraftiga ökningen under 2011 är att kännedomen om oss ökar i målgruppen. En annan anledning är oron på finansmarknaderna under 2011. Bankerna blev mer försiktiga och det drabbar vår målgrupp hårdare, då ökar också tillströmningen till våra rådgivare, säger Maroun.

Maroun berättar att antalet invandrarledda företag har fördubblats sedan år 2000, och andelen fortsätter att öka. Almi har en stadigt ökad utlåning till målgruppen.

– Fler invandrarledda företag startas också utanför de traditionella service- och handelsbranscherna, bland annat import- och exportföretag inom IT och healthcare, men även byggsektorn finns representerad. Tjänsteexport till gamla hemländer blir en värdefull och viktig marknad på sikt.

ÖKAD SATSNING PÅ KVINNLIGA FÖRETAGARE MED INVANDRARBAKGRUND

Under året startade IFS Rådgivning ett stort projekt som ska underlätta för och stödja kvinnor med invandrarbakgrund att starta och utveckla företag. Ett omfattande arbete har lagts ner på att identifiera målgruppen och få kontakt med intresserade kvinnor. Det har skett via nätverk bland invandrarföreningar och genom särskilda ”kvinnoagenter”, som fungerat som länk mellan kvinnorna och IFS rådgivare. Under hösten har det arrangerats en rad seminarier runt om i landet.

– Vi ser en tydlig positiv feedback från deltagarna och det har varit ett stort intresse att delta, säger Maroun. Under seminarierna har vi berättat om våra finansieringsprodukter och rådgivning. Kvinnliga företagare har delgett sina erfarenheter och berättat om sina egna första steg som företagare.

Satsning på kvinnor med utländsk bakgrund

UNDER HÖSTEN **2011** tilldelade Näringsdepartementet Almi Företagspartner ett fyraårigt uppdrag som går ut på att få fler kvinnor med utländsk bakgrund att våga starta och utveckla företag i Sverige.

– Under satsningens första år ska det genomföras 17 seminarier, ett i varje region. Vår ”turné” började redan i höstas och det genomfördes då seminarier i Borlänge (Dalarna), Linköping (Östergötland), Sundsvall (Mitt), Kalmar (Kalmar) och Göteborg (Väst). Sammanlagt deltog 140 kvinnor och vi har fått reaktioner som ”det här har varit det bästa jag varit på”, ”så kul att äntligen få träffa andra likasinnade och känna samhörighet”, ”tack för att ni gjorde detta för oss”, ”jag skulle kunnat lyssna till det här en hel dag” och ”mycket inspirerande och nu ska jag verkligen satsa på min idé”, för att bara nämna några, säger Maroun.

Turnén fortsätter under våren 2012 och då kommer följande orter att besökas: Karlstad 6 februari, Västerås 29 februari, Jönköping 21 mars, Växjö 29 mars, Uppsala 11 april, Eskilstuna 19 april, Malmö 25 april, Karlskrona 3 maj, Gävle 8 maj, Stockholm 21 maj och i region Nord pågår nu diskussioner om ett seminarium i juni. Halland kommer att anställa en IFS-rådgivare under våren och har också de bestämt att ha ett seminarium till hösten 2012.

– Seminarierna har i regionerna setts som startskott för iK-satsningen (investera i invandrarkvinnor), och de har varit otroligt väl mottagna av alla kvinnor som deltagit. Det har skapats en härlig stämning vid varje tillfälle och vi erbjuder inte bara kvinnorna information och inspiration utan även ett tillfälle att nätverka och sprida sina idéer. Jag hoppas nu att detta genererar ännu flera aktiviteter i samtliga regioner, säger Cassandra Bota, projektsamordnare för iK.

Ytterligare en del av iK-satsningen är att varje region ska utse en så kallad Kvinnoagent. Det är en kvinna som med hjälp av Almi lyckats starta upp sitt företag och har en lokal anknytning. Hon är ett bevis på att det går att lyckas, och att det går att göra det i just den regionen som hon befinner sig i. Hon ska vara ett gott exempel och en förebild. Hon får tillfälle att föreläsa om sin entreprenörsresa vid seminariet men även vid framtida event. Just nu har åtta regioner anlitat Kvinnoagenter.

– De kvantitativa målen för denna satsning är att fram till 2014 ska andelen kvinnor med invandrarbakgrund inom rådgivning och finansiering öka så att den motsvarar andelen kvinnor med svensk bakgrund, säger Maroun Aoun, vd IFS Rådgivning.

SORTIFY

Ökad återvinning med Sortify

Affärsidén är att alla ska kunna källsortera var de än befinner sig. Inne på gallerian, flygplatsen eller ute på torget och på stranden. När de första beställningarna kom hade Victoria och Stefan Strömbäck inte ens hunnit starta sitt företag Återvinningslösningar i Norr. I dagsläget har 75 kommuner över hela landet köpt in sopkärlet Sortify för att underlätta för allmänheten att sortera skräp även när de inte är hemma. Ett källsorteringssystem för inomhusmiljöer har också utvecklats efter kundernas önskemål.

Företaget grundades: 2009

Omsättning juli 2010/juni 2011: 2,5 Mkr

Anställda: 2

Almis insats: Innovationsrådgivning, IFS

I fjol fick Victoria, som är uppvuxen i Ryssland, utmärkelsen Årets Nybyggare. Drömmen om att bli egenföretagare och ekonomiskt oberoende har hon med sig från unga år. Under företagsekonomistudierna vid Umeå universitet träffade hon sin blivande man Stefan.

– Vi bestämde oss för att vi ville driva eget på temat miljö och satt varje morgon och knådade olika idéer. När vi kom på idén till Sortify kunde vi inte längre hitta några motargument. För att testa idén byggde vi en prototyp av en hink och ett lock till mikrovågsugnen, säger Victoria.

Nu var det dags att be om hjälp. Ingen av dem hade erfarenhet av att driva företag.

– Vi kontaktade Almi och den lokala inkubatorn Uminova Innovation och fick proffsig hjälp med rådgivning från bägge ställena.

Genom att följa rådet om att sätta ihop en affärsplan fick de snabbt ett grepp om att idén bar sig. De hade skaffat sig en tydlig bild av potentiella kunder, eventuella konkurrenter och att det skulle gå att tjäna pengar.

Claudia Esberg är IFS-rådgivare på Almi. Hon är övertygad om att Återvinningslösningar i Norr har potential att bli lönsamt på lång sikt, samtidigt som företaget bidrar till hållbar utveckling i samhället.

– Victoria är en otroligt driven företagare som ger sig den på att lyckas med allt hon företar sig. En värdig vinnare av Årets Nybyggare, summerar Claudia.

Den numera patenterade källsorteringslösningen är en papperskorg med maximalt fyra sektioner. Antal sektioner, färg och design av grafiken kan anpassas så att sorteringskärlet passar in i den tänkta miljön. Kärlen utvecklas i nära samarbete med kunderna för att säkerställa att de är lätta att använda, hantera, tömma och underhålla.

Med Sortify, som står för sortera i fyra, går det att källsortera var du än befinner dig.

– Man får inte ge upp om man möter motstånd. Det finns alltid en väg, det gäller bara att hitta den. Tjurskallighet lönar sig, säger Victoria.

Försäljning och produktutveckling görs på Återvinningslösningar i Norr medan produktionen har lagts ut på andra i företag i Norrland. Visionen är att produkterna inom en snar framtid ska finnas i de 15 största städerna i Europa. Vinstsumman från Årets Nybyggare kommer väl till pass när det nu är dags att leta efter potentiella återförsäljare i andra länder. Priset, som instiftats av IFS, Insamlingsstiftelsen IFS Rådgivningscentrum, är på 100 000 kronor och finansieras av SEB, Investor och Almi.

– Man kan säga att pengarna går rakt ner i nya soptunnor, säger Victoria.

Genom Almis mentorprogram blir fler företag framgångsrika. Det är ett unikt och effektivt sätt att överföra kompetens. Under 2011 genomförde 731 mentorpar programmet.

Mentorprogram

JIMMY PERVIK NATIONELL PROJEKTLEDARE

Almi driver världens största mentorprogram för företagare per capita. Programmet har uppmärksammats av EU och lyfts numera fram som en förebild i Europa. Olika mentorprogram har drivits av Almi sedan 90-talet, men starten för den nuvarande framgångsrika, nationella modellen startade 2006. Idag har man flera olika samarbetspartners, bland annat Nyföretagarcentrum och Handelskammaren.

– Under 2012 tillkommer en del särskilda satsningar som sker på politiskt initiativ. Det medför att mentorprogrammet växer ytterligare och vi kommer att engagera över 2 000 par. Det motsvarar en hävstång som genererar omkring 100 000 rådgivningstimmar från mentorer till adepter, säger Jimmy Pervik, som är nationell projektledare för mentorprogrammet.

Det var i början av 2003, när Jimmy var doktorand på Örebro universitet, som diskussionerna om ett nationellt mentorprogram startade. Almi samarbetade då med professor Clas M. Hultman inom entreprenörskap för att hitta en väg att dra fördel av erfarenheterna hos alla de 40-talister som skulle gå i pension. Ett mentorprogram framtaget i USA som kallas SCORE blev förebild. Det hela resulterade i ett flertal forskningsrapporter där den första publicerades 2004. Av rapporterna framgick att nästan 50 procent av näringslivet kunde tänka sig att ställa upp ideellt som mentorer och att 80 procent av företagen skulle vilja ha en mentor.

Därpå följde ett pilotprojekt under 2005 som drevs av Almi i Örebro. Almis långa erfarenhet av att arbeta med mentorskap och nya inhämtade kunskaper från forskning och undersökningar låg som grund för den nya modellen i den pilot som gjordes. Resultaten lät inte vänta på sig och diskussioner inleddes med Näringsdepartementet om möjligheterna med ett mentorprogram.

Våren 2006 kom ett regeringsbeslut om att driva ett nationellt mentorprogram där Almi blev projektägare. Beslutet innebar att Nyföretagarcentrum skulle vara samarbetspartner och driva mentorprogrammet för nystartade företag. Samarbetet pågick fram till och med 2011, då nya direktiv medförde att de delar av mentorprogrammet som inte drivs av Almis egna rådgivare ska upphandlas regionalt. I praktiken innebär detta dock att Nyföretagarcentrum är samarbetspartner i de allra flesta regioner även i fortsättningen.

Under 2011 tillkom en ny samarbetspartner i programmet Exportmentor.

– Vi samarbetar här både med regionala Handelskamrar i Sverige och i de länder som våra adepter vill exportera till, säger Jimmy. Det är ett komplicerat förfarande att säkerställa rätt behov och se rätt egenskaper hos mentorerna. För det handlar inte om att ge konkreta exportråd utan om att överföra tankar och idéer om affärskulturer med mera i det nya landet.

Inför 2012 tillkom även Exportrådet som en ny samarbetspartner i ett projekt inom ”Matlandet Sverige” och ”Food from Sweden”. Almis roll är där att ge exportmentorer till livsmedelsföretag.

– Vi har hittat en modell som är flexibel och går att tillämpa inom många olika områden och med olika samarbetspartners. Möjligheterna är obegränsade, avslutar Jimmy.

MENTORPROGRAMMET DELAS UPP I TRE OMRÅDEN:
- Mentor – Starta företag
- Mentor – Utveckla företag
- Mentor – Export

UNDER 2012 SKER DESSUTOM SÄRSKILDA SATSNINGAR INOM:
- Skola, vård och omsorg
- Kreativa näringar
- Företagare med utländsk bakgrund
- Företag som drivs av kvinnor
- Exportmentor med inriktning mot livsmedel

NYA TANKAR

för Mediabruket

Göran Eks senaste mentorskap gav honom utmärkelsen årets mentor 2011. Uppdraget, som inleddes våren 2010 och avslutades ett år senare i april 2011, gick i korthet ut på att lotsa ett nystartat mediaproduktionsbolag in i företagandets värld.

Görans adept, Lisa Wahlbom, var tillsammans med sina fem kollegor i uppstartsfasen av företaget Mediabruket, som främst jobbar med tv-produktioner och läromedel.

– När vi skulle bilda bolag 2010 saknade vi kunskap och erfarenhet om företagande. För att få struktur på företaget insåg vi att vi måste få hjälp från någon kunnig person, säger Lisa Wahlbom, styrelseordförande i Mediabruket.

Därför letade hon efter en mentor som hade stor erfarenhet av företagande, marknadsföring och sälj. Lisa hittade Göran Ek.

– Vi hade några konkreta mål, som jag beskrev för Göran första gången vi träffades. Det handlade främst om att vi ville ha hjälp med att bli professionella företagare. Hur skulle vi bygga ett stabilt företag från grunden och bredda oss för att tänka i nya banor med målet att hitta nya kunder? fortsätter Lisa Wahlbom.

Osäkra på närmandet

Mediabruket förstod i stora drag vilka företag och organisationer som var deras potentiella kunder, men de visste inte hur de skulle närma sig dem. Tidigare hade de mest haft Sveriges Television som kund där de var välkända och kände till vägarna. Lisas företag ville också ha hjälp med att skapa en stabil grund för företaget genom att skapa ett aktieägaravtal med sex delägare, ett kompanjonsavtal och göra en långsiktig affärsplan.

– Lisa och hennes kollegor är duktiga i sitt yrke, men de kunde inte så mycket om hur man driver företag. De behövde bland annat hjälp med etableringen av företaget, säger Göran Ek.

Han tycker att en anledning till att samarbetet fungerade bra mellan honom och Lisa är att hon var inriktad på en mentor som hade helt olika bakgrund mot vad hon själv har.

– Att hon är väldigt öppen och positiv till att lära sig nya saker spelar förstås också in, fyller Göran i.

I mentorskapet har Göran och Lisa jobbat med ett helt koncept. Det innehåller både abstrakta och konkreta frågeställningar, inklusive dagliga uppdrag och delmål. För det mesta syns inte resultatet så snabbt som det gjort i arbetet med Mediabruket, det beror främst på att det är ett mycket konkret uppdrag. I Lisas och Mediabrukets fall blev nyckeln till framgång att de nu vet att det finns behov av deras produkter och tjänster, och att de kan visa att deras produkter kan lösa kundernas behov och problem. För det räcker som bekant inte med att ha världens bästa produkt.

Vägen mot självsäkra företagare

– Göran öppnade våra ögon och fick oss att tänka på företagande på ett nytt sätt. Jag har tänkt företagande som något tråkigt och stelt med siffror och säljmöten, men Göran förde in de mjuka värdena i tänket, som möten mellan människor, förtroende och varumärkesbyggandet – ett sätt att tänka på företagandet som passade oss bra. Han gav oss verktyg att skapa en framtidsvision och hjälpte oss att bli mer självsäkra som företagare. Men vi jobbade också mycket konkret då han satt med och gav oss feedback när vi övade på säljmöten, berättar Lisa.

Hon värdesätter att Göran är intresserad av människor, är ödmjuk och bra på att dela med sig av sina kunskaper och stora erfarenhet – på ett bra och konkret sätt.

Göran Eks mentorskap har framför allt gett Mediabruket mod att söka upp nya kunder, tro på sig själva och våga satsa, vilket har ökat företagets omsättning rejält.

– Det har vi lyckats med genom att tänka i synergier utanför kända kundkretsar. Nu har vi till exempel museer, organisationer och reklambyråer bland våra kunder, fortsätter Lisa.

Vägen dit har gått via konkreta mål och abstrakt tänkande till Görans ifrågasättande säljutbildning.

– Om vi inte hade varit med i mentorprogrammet tror jag inte att vi hade lagt den nödvändiga tiden som krävts för att komma dit vi är i dag. Göran finns nu med som en svävande ande i vårt företag. Och det händer att vi ställer oss frågan när problem dyker upp; hur skulle Göran ha tänkt i den här frågan?

INNOVATIONER

– ett område i fokus

ANDREAS UHMEIER CHEF INNOVATIONSRÅDGIVNING

Almi spelar en viktig roll för att ta tillvara innovationskraften i befintliga svenska företag och hos innovatörer som vill starta nya. Under 2011 har innovationer varit ett prioriterat område vilket än mer förstärks genom regeringens kommande satsning på en nationell innovationsstrategi.

UNDER VÅREN 2011 tillträdde Andreas Uhmeier som ny chef inom affärsområdet Innovation. Han är doktorsutbildad på KTH och har varit verksam i näringslivet som egenföretagare, projektledare och linjechef.

– Tillväxten i Sverige kommer sannolikt till stor del att skapas i små och medelstora företag och en utmaning blir därför att få fler innovativa och konkurrenskraftiga företag att startas och växa i landet, säger han. Innovationer är en av våra stora konkurrensfördelar i en global ekonomi och en nödvändighet för att behålla och utveckla vårt välstånd.

I Almis underlag till regeringspropositionen för en nationell innovationsstrategi poängterar man betydelsen av att stimulera till innovationer i små och medelstora företag.

– Innovationsbegreppet har vidgats och omfattar förutom den traditionella uppfinnaren med en unik produkt, numera även tjänsteinriktade och organisatoriska innovationer, där nya sätt att marknadsföra eller distribuera tjänster kan vara startpunkten för nya företag eller bidra till att befintliga företag växer på marknaden, säger Andreas.

KUNDORIENTERAT SYSTEM

Almi ser också vikten av att skapa ett effektivare och mer kundorienterat innovationssystem så att landets små och medelstora företag lättare ska kunna orientera sig bland utbudet från myndigheter och andra offentliga aktörer.

– Vi vill skapa ett sammanhängande stöd, från idé hela vägen fram till att framgångsrika företag utvecklas, säger Andreas. Här har Almi en unik och viktig position i och med vår regionala närvaro, samt våra 45 innovatörsrådgivare på dotterbolagen som i sitt dagliga arbete möter innovatörer och bidrar till att utveckla deras idéer till kommersiella produkter och tjänster.

»Vi har ojämförligt flest kundkontakter och fångar upp nya innovationer i nystartade och befintliga företag. Vårt erbjudande täcker också in hela spektrat av en innovations utveckling.«

Almi har arbetat fram en projektmodell där man identifierat en rad viktiga faser som en innovation genomgår. En liten kursändring i innovationsprogrammet under året är den ökade satsningen på innovationer bland befintliga små och medelstora företag.

– Genom projektmodellen kan vi i samverkan med andra aktörer på ett systematiskt sätt avgöra var både rådgivning och finansieringsinsatser ska sättas in.

ÖKAD INSATS I TIDIGA SKEDEN

Almis innovationsstrategi innebär också att man vill skapa en varaktig och tydlig struktur för offentlig innovationsfinansiering.

– Därigenom minskar man beroendet av öronmärkta temporära program som tenderat att vara otydliga och med bristande kontinuitet, säger Andreas som också ser vikten av att omallokera offentliga resurser från senare skeden till tidigare faser för innovationer hos små och medelstora företag. Det ska gälla i alla branscher och över hela landet.

Under sommaren 2011 fick Almi ett extra tillskott om 10 miljoner kronor från Näringsdepartement för sitt innovationsprogram.

– Den tilldelningen gick direkt ut till landets innovatörer, säger Andreas. Det visar vilken stor efterfrågan det finns på våra olika rådgivnings- och finansieringstjänster inom innovationsområdet.

Som ett led i att utveckla innovationsrådgivningen planerar Almi en stor satsning tillsammans med Vinnova och Patentverket på hur man hanterar immateriella tillgångar i ett affärsstrategiskt perspektiv.

Andreas ser att Almi kommer ta en tydligare roll och vara en viktig aktör i Sveriges nya nationella innovationsstrategi.

– Vi har ojämförligt flest kundkontakter och fångar upp nya innovationer i nystartade och befintliga företag. Vårt erbjudande täcker också in hela spektrat av en innovations utveckling.

ANTAL KOMMERSIALISERADE IDÉER 2011

ALMIS INNOVATIONVERKSAMHET

Almis innovationsverksamhet vänder sig till både små och medelstora företag samt privatpersoner och erbjuder finansiering och rådgivning anpassad till såväl projekt i mycket tidiga skeden som produktutveckling i etablerade företag.

Rådgivarna är specialiserade på att hantera idéer på ett tidigt stadium. Med kompetens inom marknadsföring, affärsmannaskap, ekonomi, teknik och immaterialrätt ges kommersialiserbara idéer hos företag och enskilda uppfinnare möjlighet att utvecklas. Verksamheten är bred och sätter inga begränsningar i form av idéernas ursprung eller sort. Den innefattar alla branscher och utveckling av både innovativa varor och tjänster inom industri såväl som offentlig sektor.

QUALITY PHARMA

MiniQ förhindrar felmedicinering

Företaget grundades: 2004

Omsättning 2011: 3,2 Mkr

Anställda: 2

Marknad: Landsting, kommuner och privata utförare för dessa huvudmän

Almis insats: Företagslån och innovationsrådgivning

Genom att ha bättre koll på vilka mediciner en patient använder och hur de samverkar kan landstingen spara flera hundra miljoner kronor om året, visare en färsk studie. Det västeråsbaserade företaget Quality Pharma har utvecklat ett verktyg, datorprogrammet miniQ, som snabbt och kvalitetssäkert ger svar på om patienten får olämpliga mediciner, olämpliga läkemedelskombinationer eller felaktiga doser.

Uppfinnare är Johan Fastbom, professor i geriatrisk farmakologi vid Karolinska Institutet. Han är ansvarig för de nationella rekommendationerna för äldres läkemedelsanvändning och har i många år varnat för överanvändning av läkemedel bland äldre. Under en semester föddes den första prototypen till miniQ.

Att övertyga läkarna om detta var svårare än väntat. Landstinget i Västmanland var först med att införa Quality Pharmas system mot felmedicinering av äldre. Carema blev kund 2009. Nu har även Västernorrlands landsting och Region Gotland beslutat att göra läkemedelsgenomgångar med hjälp av programmet miniQ. I köpet ingår också projektledning och verksamhetsstöd.

Erik Hennerdal, innovationsrådgivare på Almi, har stort förtroende för ledningen i företaget.

– De har rätt kompetens och gedigen erfarenhet som omfattar allt från läkemedelskunnande till teknik och marknadsföring. När läkarnas acceptans dröjde var vi bollplank och tog fram en gratisversion till Pensionärernas Riksorganisation, PRO.

Med SeniorminiQ kan den som är 65 år eller äldre, på bara några minuter och utan kostnad testa om läkemedlen som används är lämpliga för äldre och hur de fungerar. Användaren anger också de besvär som upplevs i samband med medicineringen. SeniorminiQ sammanfattar informationen till relevanta frågor att ta med till läkarbesöket.

– Allt fler tog med sig underlaget. Och plötsligt var läkarna beroende av betalversionen miniQ. Där fanns informationen och lösningen på problemet. Så började resan mot ett positivt kassaflöde, säger Erik.

Quality Pharmas vd, Micael Larsson, var tidigare verksamhetschef på en vårdcentral. Under hans ledning deltog vårdcentralen i ett projekt i SKLs regi, i syfte att ta reda på om patienternas läkemedelsanvändning var adekvat.

– Vi letade manuellt upp alla uppgifter som behövdes. Det tog ungefär två timmar per patient. Efter en studie och genomgång på ett servicehus kunde vi ta bort ett flertal mediciner eller minska doseringen. Resultatet var slående. Förutom en upplevd förbättrad hälsa så minskade fallolyckorna med 70 procent. Den totala besparingen för landstinget blev betydligt större än bara minskade läkemedelskostnader.

Det kändes klockrent att tacka ja till Quality Pharmas jobberbjudande, säger Micael.

– Jag kunde bidra med min kunskap om hur läkarna tänker och hur komplicerat det är att veta vem som fattar beslut inom den offentliga verksamheten. Vi började bearbeta marknaden och sakta men säkert lossnade det. Vartefter insåg läkarna att miniQ underlättar deras arbete.

Samtidigt hade marknaden blivit mer mogen. Socialstyrelsen har kommit med flera rapporter om övermedicinering och biverkningar hos äldre. Det blev fokus på frågan från flera håll.

– Almis stöd har varit ovärderligt. Både ekonomiskt och för att vidareutveckla såväl produkten som kompetensen hos oss i ledningen, säger Micael. Nu har vi tagit de stora kostnaderna och varje ny kund ger bara plus i kassan.

Quality Pharma är idag den ledande leverantören av beslutsstödssystem inom området äldre och läkemedel i Sverige. Siktet är nu inställt på övriga länder i Norden.

MALVACOM

Överlägsen app-upplevelse med Malvacom

Vem har inte suckat över den snurrande symbolen som visar att data håller på att laddas ner? Med mAppBridge, Ronneby-företagets Malvacoms patentsökta programvara för datahantering i mobila applikationer (appar), är det slut på väntandet.

Företaget grundades: 2009

Huvudägare: Grundarna, Innovationsbron

Omsättning 2010/11: cirka 4 Mkr

Anställda: 11

Almis insats: Innovationslån och rådgivning

MAppBridge ökar flexibiliteten, möjliggör en bättre kommunikation mellan internet och mobiltelefonen samt minskar kostnaden för underhåll.

I fjol utnämndes Malvacom till ett av Sveriges hetaste och mest innovativa teknikföretag, på en gala anordnad av tidningarna Affärsvärlden och Ny Teknik.

Malvacom grundades 2009 av nuvarande vd Peter Molin och företagets tekniske chef Johan Nohave, båda med lång erfarenhet i ledande befattningar i telekombranschen. I ett tidigt skede anställdes en tredje partner, Mikael Kluge med gedigen bakgrund inom försäljning och marknadsföring.

Tack vare Almi och inkubatorverksamheten i Blekinge fick grundarna möjlighet att testa ett antal olika affärsidéer innan valet föll på mAppBridge.

– Vi har fått innovationslån, rådgivning och hjälp med produktutvecklingsbidrag och det är vi väldigt glada för, säger Peter.

Första appen som utnyttjade Malvacoms lösning lanserades på marknaden i november 2010. Sedan dess har 25 appar utvecklats i samarbete med olika applikationsproducenter, exempelvis danska Responsfabrikken och de svenska företagen Appanero och Mobile Loyalty.

Mats Melander är finansieringsrådgivare på Almi, som utsåg Malvacom till Blekinges SKAPA-vinnare 2011.

– Företaget har en produkt som kan slå i hela världen. De använder en ny teknik som marknaden förr eller senare kommer att behöva. Det stora intresset från externt kapital verifierar vår starka tilltro till bolaget.

Med mAppBridges kan data lagras lokalt i telefonen så att den finns tillgänglig oavsett täckning. Användaren blir inte beroende av att hämta hem data från nätet. Ju fler företagstjänster som lanseras som applikationer, desto viktigare blir det att datatunga appar fungerar snabbt och smidigt i mobiltelefonen.

– För app-producenterna är det komplext att själva lösa den frågan. Med vår teknik går det fortare för dem att utveckla en avancerad app, plus att de slipper utvecklingskostnaden, förklarar Peter.

För användaren är det inte bara tillgängligheten och snabbheten som förbättras med mAppBridge, utan också tryggheten eftersom systemet optimerar vilka kanaler som används. Exempelvis kan 3G minimeras eller stängas av om användaren roamar utomlands.

Malvacoms ambition är att bli en världsledande leverantör av datahantering mellan mobiltelefon och internet, samt att mAppBridge ska bli en ”måste-komponent” för mobila tjänster. Företaget har redan tagit första klivit ut på exportmarknaden.

ZENICOR MEDICAL SYSTEMS AB

SNABBARE DIAGNOS

DET FINNS ETT TYDLIGT SAMBAND MELLAN HJÄRTARYTMIER (OREGELBUNDEN HJÄRTRYTM) OCH RISKEN ATT DRABBAS AV STROKE. ZENICOR MEDICAL SYSTEMS AB HAR UTVECKLAT EN EKG-UTRUSTNING SOM ÄR ANPASSAD FÖR DIAGNOSTIK AV PATIENTER MED HJÄRTARYTMIER OCH SOM GER SNABBARE DIAGNOS.

Företaget räknar med att utrustningen kan halvera antal stroke där orsaken är hjärtarytmier, eftersom snabbare diagnos innebär snabbare behandling.

– Vår lösning är cirka fem gånger effektivare än traditionella metoder. Det betyder förutom minskat mänskligt lidande att sjukvården spar många miljoner kronor om året genom vår lösning, säger Mats Palerius, vd, Zenicor Medical Systems.

Lösningen, som döpts till Zenicor-EKG, består av en liten apparat som möjliggör enkel distansdiagnos. I stället för att placera elektroder på kroppen lägger patienten tummarna på apparatens mätytor. Informationen skickas sedan till sjukhusen via en inbyggd mobiltelefon, där läkarna läser av patientens EKG.

Zenicor är i dag etablerat på 150 sjukhus i Skandinavien och har nyligen inlett en exportsatsning i övriga Europa. Företaget har sedan starten 2003 samarbetat med Almi i Stockholm – från innovationslån till rådgivning och finansiering.

ISOTIMBER

SMART HUSBYGGE

EN AV DE SENASTE INNOVATIONERNA I BYGGBRANSCHEN ÄR EN PATENTERAD BYGGTEKNIK FÖR HUSBYGGE. INNOVATIONEN BESTÅR AV BYGGKLOSSAR TILLVERKADE AV LÅGKVALITATIVT GRANVIRKE.

– Klossarna fräses ur och luftkanalerna inuti klossarna isolerar mycket bra, berättar innovatören Mikael Östling.

En stor vinst med innovationen är enkelheten som ger snabbare byggtid.

Och råvaran, det vill säga granvirket, är förstås ett miljövänligt material. I början av 2012 låg försäljningssiffran på tolv hus. Men efterfrågan ökar successivt och Iso Timber sysselsätter i dag elva personer.

Almi Mitt tillsammans med Business Incubator har varit delaktig i projektet och arbetat länge tillsammans med innovatören.

– Vi har fått stöd i form av förstudiemedel, lån och en bra miljö att husera i, säger Mikael.

CAPEE GROUP

Problemlösare till processindustrin

Capee Groups innovation kan sammanfattas som en problemlösningsmjukvara. Bolagets produkt ger driftspersonal vid processindustrier ett IT-system för beslutsstöd som, enligt Capee Groups vd Peter Nilsson, tidigare varit otänkbart.

Mjukvaran tolkar den enorma mängd med data som flödar i tunga industrier och som är spridd på flera ställen. Det gör det möjligt att snabbare hitta orsaker till driftproblem och lösa dem.

– Vi använder befintliga produktionsdata och gör den användbar genom att förpacka och visualisera den, säger Peter.

Vattenfall och M-real är några av Capee Groups kunder.

– Eftersom många av våra kunder är utlandsägda är det mycket som talar för att vår innovation kommer att bli en exportframgång. Stödet från Almi Väst har varit mycket viktigt för att kunna bygga upp det som nu är ett lönsamt företag med stor exportpotential.

AIRWATERGREEN

Luft blir vatten

AIRWATERGREEN HAR UTVECKLAT EN TEKNIK SOM TILLVERKAR VATTEN UR LUFT, UTAN BEHOV AV ELEKTRICITET. FÖR SIN UPPFINNING UTSÅGS NYLIGEN JONAS WAMSTAD OCH FREDRIK EDSTRÖM TILL VINNARE AV STIPENDIET SKAPA FRAMTIDENS INNOVATÖR.

– Eftersom el kommer bli ännu dyrare i framtiden ligger vår lösning rätt i tiden. Om vi kopplar ihop vår burk med en solfångare kan vi tillverka 2–3 liter vatten per kvadratmeter och dygn, konstaterar Jonas, vd Airwatergreen.

Den relativt enkla tekniken bakom lösningen ger låg tillverkningskostnad, lång livslängd och låga underhållskostnader. Vatten produceras genom att ett material i uppfinningen absorberar fukten i luften. Genom tryckskillnader pressas vattnet sedan ur materialet med hjälp av värme.

Uppfinningen har även ett annat högintressant användningsområde eftersom den går att använda som avfuktare inom till exempel industrin, där den kan ge stora energibesparingar.

– Vår ursprungliga idé gick ut på att tillverka vatten åt människor i länder där det är ont om vatten. Men vi har ännu inte hittat investerare som är villiga att försöka slå sig in på den marknaden. Därför kommer vi initialt att prioritera området avfuktning. Vårt mål är att exportera lösningen till andra länder. Almi Uppsala har bistått med både rådgivning och finansiering.

Ellinor Eineren på Agricam i Linköping vann Stipendiet SKAPA Framtidens Innovatör

Ellinor har uppfunnit ett värmekamerasystem som gör det möjligt att övervaka och analysera juverhälsan hos mjölkkor. Tack vare uppfinningen kan man snabbt upptäcka inflammationer hos korna.

Juryns motivering: Genom att identifiera masiter i ett tidigt skede kan bonden öka kons mjölkningsfrekvens och därmed häva en framtida allvarlig inflammation. På så sätt undviks kostsamma antibiotikabehandlingar och risk för resistenta bakterier.

SVENSKA AEROGEL

EFFEKTIV ISOLERING

Svenska Aerogel har tagit fram och patenterat en ny metod för att producera ett högeffektivt isoleringsmaterial. I fast form liknar materialet ett ogenomskinligt glas och är oerhört lätt. Det kallas för aerogel och har alla förutsättningar att revolutionera värmeisoleringen i byggnader. Genom att blanda aerogeler med exempelvis mineralull får man ett material med extremt bra värmeisoleringsförmåga.

”Vårt mål är att bidra till ett teknikskifte inom isoleringsindustrin där etablerade produktionsmetoder och material ersätts av högeffektiv isolering producerad till låg kostnad” säger Anders Lundström, vd på Svenska Aerogel.

SAMMANSLAGNING AV ALMI GÄVLEBORG OCH ALMI DALARNA

Ett större och starkare GävleDala

Från och med 1 januari 2012 förenades Almi Gävleborg och Almi Dalarna i det nya gemensamma bolaget Almi Företagspartner GävleDala AB. Vd Hans Astorin ser bara fördelar med sammanslagningen. Framför allt blir det mer resurser över till verksamheten och det kommer att gynna såväl ägare, som kunder och bolaget, framhåller han.

Förutom att två styrelser blir en och två vd:ar blir en så kommer vi att minska våra overheadkostnader för bland annat marknadsföring, inköp och administration, säger Hans.

Den lokala förankringen är Almis signum och därför blir de tre kontoren i Borlänge, Mora och Gävle kvar som tidigare. Bolagets säte är i Dalarna medan styrelsens ordförande rekryteras från Gävleborg. Hans kommer att dela sin tid mellan de olika kontoren. En viktig uppgift är att hålla regelbunden kontakt med bankerna, kommunerna, olika regionala företrädare och andra organisationer och aktörer som Almi har gemenskap med.

– Vi ska fortsätta att vara starka lokalt och kommer nu att få ännu bättre möjligheter att hjälpa blivande och befintliga företag i hela regionen.

Ekonomi- och löneservice för Almi GävleDala kommer att skötas av Almi Affärsservice i Östersund. Även det blir en effektivisering som i slutändan leder till mer pengar till kund, framhåller Hans. Telefon- och videomöten ska ersätta vanliga möten i de fall det lämpar sig i enlighet med Almis miljöpolicy.

– Det är stora avstånd i den nya storregionen, men vi ska inte resa upp de pengar som vi tjänar på sammanslagningen, lovar Hans.

Diskussionerna om att slå ihop de båda bolagen väcktes i samband med att Åke Ericsson, tidigare vd för Almi Gävleborg, gick i pension i maj 2011. Det formella beslutet om sammanslagning fattades under hösten av respektive regionförbund. När Hans tillträdde som vd för GävleDala hade han hunnit basa för Almi Dalarna i drygt sju år, och för Almi Gävleborg i sju månader. Under det senaste halvåret har han arbetat mycket för att personalgrupperna på de tre kontoren ska lära känna varandra och jobba bra tillsammans.

– Sammanslagningen ger många positiva effekter för personalen. Det blir värdefullt att få fler kollegor som du kan dela jobb och tankar med. Man kan hjälpas åt i arbetstoppar och vid semestrar. Och dessutom skapas det en annan dynamik i en större organisation.

Almi Företagspartner GävleDala har koncernens tredje största lånestock efter Stockholm Sörmland och Väst. Den totala utlåningen är cirka 550 miljoner kronor.

– Det är en styrka att sitta med stor lånestock. Vi får större intäkter och kan agera på ett effektivare och mer kraftfullt sätt, säger Hans.

Dalarnas län och Gävleborgs län, med totalt 25 kommuner, är geografiskt och befolkningsmässigt ungefär lika stora. De har också en liknande struktur på näringslivet.

– Det är fakta som gör oss ännu mer övertygade om att

LEIF NILSSON, ORDFÖRANDE I REGION DALARNA

HANS ASTORIN, VD ALMI GÄVLEDALA

MATS TÖRNQUIST, ORDFÖRANDE I REGION GÄVLEBORG

Almi Företagspartner GävleDala har koncernens tredje största lånestock efter Stockholm Sörmland och Väst. Den totala utlåningen är cirka 550 miljoner kronor.

den här sammanslagningen kommer att lyckas väl, säger Hans.

Leif Nilsson, ordförande i Region Dalarna och kommunalråd i Smedjebacken har varit positiv till sammanslagningen sedan han hörde talas om den första gången.

– Vi skär ner på de administrativa kostnaderna och får loss pengar som vi kan satsa i verksamheten. Det är förstås förståndigt.

Mats Törnquist, regiondirektör Region Gävleborg, lyfter också fram fördelarna med en breddad kompetens inom rådgivning och långivning.

– Det känns överhuvudtaget högst naturligt att vi gör den här sammanslagningen. De båda regionerna har flera nära samarbeten sedan tidigare, som exempelvis inom energiområdet genom Gävle Dala Energikontor, på miljöområdet med Green Business Region och dessutom löser vi flera infrastrukturfrågor gemensamt.

2011 EVENTS

Fr.v. Anna Hallberg, Almi, Elisabeth Svantesson (M), Tommy Waidelich (S), Annika Winsth, Nordea.

Maria Ahlsten, Pensionat Grå Gåsen, Marie Ahlgren, Almi, Gunilla Thorstensson, Tillväxtverket Susanne Liljenberg, LEVA husfabrik och Lise Tormod, Cordial.

Elisabeth Svantesson (M), Tommy Waidelich (S).

Mingel i Donnerska trädgården.

ALMEDALEN

Almedalsveckan är ett utmärkt forum för att nå ut till opinionsbildare och för att nätverka. Därför arrangerar och deltar Almi i flera aktiviteter under veckan. I Donnerska huset höll Almi ett välbesökt seminarium på temat ”Kapitalförsörjning till små och medelstora företag”. Frågeställningen var om bristen på kapital är ett tillväxtproblem. En paneldiskussion varvades med presentationer från de medverkande. Seminariet avslutades med mingel i trädgården.

I LEVA Kungslador strax söder om Visby arrangerades ett seminarium om ”Innovativa affärsmodeller – en möjlighet för fler framgångsrika ägarskiften”.

Jakob Svärdström, KTH & Annika Winsth, Nordea.

DAVID MOT GOLIAT-PRISET

Petra Abrahamsson och Camilla Erlandsson med företaget Arbrå Ångbageri vann David-mot-Goliat-priset 2011. Priset delas ut av tidningen Driva Eget i samarbete med Almi. På bilden tar Petra Abrahamsson emot priset av Chefredaktör Anders Andersson.

BALTIC BUSINESS ARENA

Baltic Business Arena lockade många deltagare på ICSB konferensen på Waterfront i Stockholm. Här möttes cirka 70 företag och organisationer från 11 länder i förbokade affärsmöten för att diskutera nya affärer och innovativa idéer. Fokus ligger på länderna kring Östersjön och det var över 250 schemalagda möten under två dagar.

MÄSSA: ALMI DELTOG BÅDE PÅ TEKNISKA MÄSSAN OCH PÅ DRIVA EGET-MÄSSAN PÅ ÄLVSJÖMÄSSAN I OKTOBER.

Martina Lago, Almi, Joakim Axelsson, Innovationsservice och Marita Webeklint, Almi.

Match-makingen sjuder av kreativitet och nyfikenhet när samtalen sätter igång, säger Carina Lahall på Almi Mälardalen här tillsammans med Johan Crona, Almi Invest.

Paneldiskussion med Mikael Törnwall (moderator), Pär Hedberg, Sting, Magnus Breidne, IVA, Göran Lundwall, Almi och Peter Strömbäck, Innovationsbron.

DI INNOVATION

Almi var medarrangör till Dagens Industris uppskattade innovationskonferens. Tänk stort och våga satsa på vansinniga idéer, var slutsatsen från dagen. Almi deltog både i debatt och temaspår.

Workshop med Andreas Uhmeier, Almi, Edvard Kälvesten, Silex och Patrik Jönsson från DI.

Jimmy Pervik, Almi tillsammans med adepten Elisabeth Wahlbom och Årets mentor Göran Ek.

ÅRETS MENTOR

Årets mentor 2011 blev Göran Ek. Görans adept, Lisa Wahlbom, var tillsammans med sina fem kollegor i uppstartsfasen av företaget Mediabruket, som främst jobbar med tv-produktioner och läromedel.

– Göran öppnade våra ögon och fick oss att tänka på företagande på ett nytt sätt. Jag har tänkt företagande som något tråkigt och stelt med siffror och säljmöten, men Göran förde in de mjuka värdena i tänket, som möten mellan människor, förtroende och varumärkesbyggandet – ett sätt att tänka på företagandet som passade oss bra. Han gav oss verktyg att skapa en framtidsvision och hjälpte oss att bli mer självsäkra som företagare. Men vi jobbade också mycket konkret då han satt med och gav oss feedback när vi övade på säljmöten, berättar Lisa.

Victoria Soudavnaya, Återvinningslösningar i Norr AB, vinnare kategori A och Vasilios Zoupounidis, Sales Competence Sweden AB, vinnare kategori B.

Victoria Soudavnaya, Återvinningslösningar i Norr AB tar emot priset.

ÅRETS NYBYGGARE

H.M. Konung Carl XVI Gustaf delade ut priset till Årets Nybyggare 2011 vid en ceremoni på slottet. Priset delas ut i två olika kategorier. Kategori A delas ut till en person med utländsk bakgrund som bor i Sverige och som under kort tid och med små resurser har startat ett företag. Kategori B går till en person med utländsk bakgrund som bott i Sverige under en längre tid och som genom hårt arbete har lyckats skapa ett tillväxtföretag som står för nytänkande i sin bransch.

Peter Fellman, DI samtalar med finansminister Anders Borg.

Per Stenström, ordförande Almi Halland samtalar med Lotta Edling, DI.

GASELL

Finalen i Gasell-tävlingen drog 1 500 personer till Konserthuset i Stockholm. En lång rad höjdare, både politiker och näringslivsprofiler, var där för att hylla de företag som skapar nya jobb i Sverige. Bland talarna fanns Anders Borg och Prins Daniel. Finalen föregicks av ett antal regionala konferenser. Almi är sponsor till Gasell-tävlingen.

På Gasellträffen i Malmö representerades Almi av Cecilia Elofsson och Pernilla Nählstedt.

FRAMGÅNG INSPIRERAR

LARS MÅRDBRANT KOMMUNIKATIONSDIREKTÖR

Framgång är ett centralt ord för Almi – kundernas framgång är syftet med hela verksamheten. Därför är det naturligt att berätta om framgångsrika kundföretag, både som inspiration för andra och ett sätt att informera om Almis verksamhet.

Till Almi kommer innovatörer, entreprenörer och företagare inom vitt skilda branscher. De har alla olika ambitioner och målsättningar. Men de har oftast en sak gemensamt – en ambition att bli framgångsrika.

– Vi använder alla kanaler för att berätta om våra framgångsrika kundföretag. Både tryckta och digitala. Under 2011 gjorde vi dessutom en särskild kampanjaktivitet där vi lyfte fram ett antal kundföretag. Man kan kalla det en form av storytelling där vi berättar historien om våra kunders framgång, berättar Lars Mårdbrant, kommunikationsdirektör.

Kampanjen gick i både i tryckt och digital media, med annonser och banners i Dagens Industri, affärstidningar och regional media. På Almis webb fanns en särskild kampanjsida med exempel från hela landet på Almis framgångsrika företag. Även Facebook användes i kampanjen i syfte att starta en dialog kring framgång genom uppmaningen ”Dela med dig av dina bästa recept för framgångsrikt företagande”. Antalet ”Gilla” mångdubblades under kampanjperioden.

Under 2011 inleddes en satsning på att göra filmer om kundföretagen, avsett i första hand för webben.

– För många är det lättare att ta till sig en historia som berättas genom en film som tar två till tre minuter, än ett skrivet reportage. Film som kommunikationsmedium växer snabbt och filmklipp blir allt vanligare när vi surfar på webben. På Almi ligger vi långt fram inom det här området, säger Lars.

På webben delas filmerna in i olika kategorier, till exempel lån, riskkapital och rådgivning. De är tillgängliga både i Almis egen webbspelare, mobilt och på Youtube.

– Filmerna har blivit mycket uppskattade bland våra kunder. Vi märker att de sprids mycket snabbt och de marknadsför både kunden och Almi på ett positivt sätt, säger Lars.

Ett långsiktigt mål med kommunikationen är att Almi på ett naturligt sätt associeras med framgångsrika företag. Om man googlar på framgångsrika företag så hamnar Almi på tio i topp-listan. Vad är då egentligen framgång?

– Framgång kan mätas på många olika sätt, inte bara i marknadsandelar eller lönsamhet. På Almi menar vi att framgång är att uppnå sina egna målsättningar, oavsett om det är att erövra en världsmarknad eller att bli bäst i en begränsad nisch eller ett geografisk område. För oss kan framgångsrika företag vara såväl stora som små. De kan finns i alla branscher. De kan vara lokala eller internationella, säger Lars.

Almi syns ofta i redaktionell media, över 2 000 inslag under 2011. På webben har Almi ett stort antal besökare, cirka 10 000 per vecka. Man syns också ofta i aktiviteter, seminarier och mässor över hela landet. Det finns ett stort intresse för Almi och vad Almi kan erbjuda.

– Vi måste på ett tydligt sätt informera om vårt erbjudande. Samtidigt är det många som söker sig till Almi då man fortfarande funderar, har olika idéer och står inför vägval. Då är det inspirerande att lyssna och ta del av framgångshistorier om andra fantastiska företag, avslutar Lars.

Intresset för Almi är stort i media. Under 2011 förekom Almi i över 2 000 inslag i tryckta tidningar, etermedia och nyhetsmedia på webben.

USA-affär gör f
forskare storm

Helena söker styrelsevänner

Mentorprogram ska hjälpa fler kvinnor till styrelserna

Dagens industri

SVENSKA FÖRETAG VÅGAR INTE INVESTERA

Bankernas utlåning till företag dyker

Sysselsättningen steg oväntat i USA

Solen skiner på pensionsbolag

Nio hus du får för under 100 000 kronor

Joha
årets

ENTREPRENÖR

Almi lockar kvinnor till företagsköp

Haggis på menyn

Skotska tar över anrikt värdshus i Ångermanland

Riksbankens höjningar börjar bita

Framtidstron faller

Var tredje bankchef tror på konjunkturnedgång

Företag kan få miljoner för att växa

Han kan satsa mi

Almi Invest letar växande företag: "De får hårligt bränsle, men o

Företagslån ökar bankers marginaler

Bankernas utlåning till företag fortsätter att öka.

Närmare hälften av Sveriges bankkontor har ökat sin utlåning under det första kvartalet.

Trots det ljusare läget ökar bankernas räntemarginaler.

45 procent av 150 tillfrågade bankkontor uppger att utlåningen till företagen har ökat under årets första kvartal. Det visar statliga Almis Låneindikator, som har gjorts varje kvartal sedan 2004 och är en måttstock på hur det går för små och medelstora svenska företag.

Men det är ändå långt kvar till utlåningsnivåerna under 2005–2007. Då angav över 65 procent av bankkontoren att de hade ökat utlåningen till företagen.

Bankkontoren ser också fortsatt ljust på framtiden.

Bedömningen är mer positiv på ett år sikt, jämfört med det närmaste kvartalet där något färre, hälften av de tillfrågade, tror att konjunkturen stärks ytterligare. Men resultatet från Låneindikatorn ger utrymme för olika tolkningar om framtiden.

"Vi börjar se toppen"

"Det går bra för svenska små och medelstora företag men man kan misstänka att det finns utrymme för konjunkturen att fortsätta uppåt eftersom låneniåerna inte är i nivå med hur det var innan finanskrisen. Samtidigt är det något färre som ser positivt på konjunkturen nu än vid förra mätningen. Det kan vara en antydan om att vi börjar se toppen", säger Lars Mårdbrant, kommunikationsdirektör på Almi Företagspartner.

Närmare åtta av tio företag uppger att lånen går till rörelsekapital, medan sex av tio uppger investeringar i fastigheter. Nästan lika många, 56 procent, uppger investeringar i maskiner och inventarier.

Höjd räntemarginal förvånar

Trots den positiva konjunkturutvecklingen har inte räntemarginalen minskat.

Fyra av tio bankkontor uppger att räntemarginalen ökade. Endast ett kontor av tio uppger att utlåningsmarginalen minskar.

"Det är lite förvånande. Man kan förstå att bankernas marginaler ökar i ett krisläge men i en fungerande marknad med sund konkurrens borde vi ha börjat se att bankernas marginaler minskar", säger Lars Mårdbrant.

Bankerna lånar framför allt ut till små och medelstora företag.

Åtta av tio kontor uppger att mellan 80 och 100 procent av utlåningen går till företag med mindre än 250 anställda.

MARIA OTTOSON
maria.ottoson@di.se
08-573 650 59

Di FAKTA

Låneindikatorn

Almis Låneindikator görs varje kvartal och baseras på telefonintervjuer med 150 bankkontorschefer i hela landet. De flesta arbetar på de fyra storbankerna Handelsbanken, Swedbank, Nordea eller SEB, och har både företags- och privatkunder.

Fler företag med mer råd till invandrare

12 HALMSTAD

Miljoner att satsa

n Dahl utsågs till s företagarmentor

SvD I MORGON

En patentportfölj är liktydigt med pengar

SHOPPINGTURISM LYFTER SVERIGE

MARIE AHLGREN, affärsområdeschef på Almi Företagspartner, berättar att ytterligare CEO kommer sitta delta i regeringens program för fler kvinnor i bolagsstyrelser. Men än så länge är det oklart vad projektet ska ge.

Hur gick det med de förra deltagarna i styrelseprojektet?

5 frågor

Miljonregn över östgötaföretag

A14 EKONOMI

ALMI – ETT PÅRÄTTAT ORD

FLER NYHETER OM ÖSTERGÖTLANDS NÄRINGSLIV

Årets mentorer i Norrbotten

Ett starkt varumärke som arbetsgivare

INGRID KALDERÉN PERSONALCHEF

Arbetsgivare som vill vara säkra på att locka till sig de bästa medarbetarna måste synliggöra vad de kan erbjuda och vad de står för.

FÖR DE FLESTA är det inte lön och förmåner som gör en anställning attraktiv. Vad som krävs är spännande arbetsuppgifter, inspirerande kollegor och en företagskultur med tydliga värderingar. Det gäller att kommunicera detta på ett effektivt sätt.

– Det handlar inte bara om marknadsföring. Vi ska genom alla kanaler synliggöra Almis identitet, vad vi står för och vad vi kan erbjuda. Almi är en attraktiv arbetsgivare som erbjuder bra förutsättningar för medarbetare att utvecklas och att vara engagerade. Vi har en miljö där vi möter intressanta, innovativa och driftiga människor. Samtidigt är vi tydliga med vad som förväntas av våra medarbetare. Vi har en hög ambitionsnivå. Vårt mål är att rankas som en av Sveriges mest attraktiva arbetsgivare, säger Ingrid Kalderén, personalchef.

Almi behöver medarbetare i alla åldrar. Men för att fylla på underifrån är en viktig målgrupp ”young professionals”. Det vill säga personer i åldern 25 – 35 som har hunnit skaffa sig några års yrkeserfarenhet eller egen erfarenhet av entreprenörskap.

– Vi vill att organisationen ska spegla hur det ser ut hos företagen, det vill säga våra kunder. Vi vill ha en jämn åldersfördelning och jämn könsfördelning både avseende medarbetare och styrelse. Vi eftersträvar etnisk mångfald som speglar vårt samhälle, säger Ingrid.

En viktig insikt är att medarbetarna själva är den yttersta bäraren av varumärket såväl internt som externt, medarbetarna är ambassadörer för varumärket.

– Ingen Employer Branding-kampanj i världen kan långsiktigt ersätta eller påverka en organisations varumärke som arbetsgivare om inte majoriteten av dem som jobbar där håller med om att det är en bra arbetsplats. Organisationen måste kunna leva upp till de löften man ger till framtida medarbetare, säger Ingrid.

VÄRDERINGAR

I Almis geografiskt spridda organisation är värdegrunden en bärande del för att skapa samsyn och en gemensam företagskultur. Under 2011 genomfördes en översyn av Almis värdegrund. Arbetet bedrevs i flera arbetsgrupper som bestod av representanter från Almis dotterbolag. I ett antal workshops utarbetades förslag som sedan förankrades i koncernledningen.

– Tillsammans omsatte vi värdeorden i praktiken och stämde av mot strategin. Skulle de leda oss mot våra uppsatta mål? När den nya värdegrunden beslutades var den redan, mer eller mindre, förankrad i organisationen, säger personalchef Ingrid Kalderén.

Almis värdegrund

Glädje i arbetet

Flexibla i tanke och handling

Affärsmässiga i utförandet

Under 2011 har personalavdelningen utvecklat nya modeller för både medarbetarutveckling och ledarutvärdering.

Modellen för medarbetarutveckling innebär att chefer i en dialog med medarbetare fastställer individuella utvecklingsplaner, där korta och långa mål fastställs. I dialogen ska specifik kompetens och utvecklingsbehov identifieras. Almis rådgivare är generalister som ska vara duktiga på att möta kunderna i många olika situationer. Almis vision, att skapa möjlighet för alla bärkraftiga företag och idéer att utvecklas, ställer stora krav på flexibilitet hos rådgivarna.

Ledarutvärdering innebär att chefer inom Almi utvärderas utifrån koncernmål, medarbetarundersökning och ledaregenskaper.

– Genom utvärderingen skapar vi en kartbild över ledarkvaliteten inom koncernen. Den ger oss kunskap om hur våra chefer på alla nivåer presterar och deras potential. Vi får ett underlag både för chefsutveckling och att identifiera framtidens ledare, säger Ingrid.

MEDARBETARE BERÄTTAR:

CHRISTINA NYSTRÖM
FINANSIERINGS- OCH AFFÄRSRÅDGIVARE, ALMI VÄRMLAND

Dörren står alltid öppen

Christina Nyströms drivkraft är att utvecklas genom att träffa företagare och vara med på deras resa. Hon värdesätter dialogen med kunderna och möjligheten att koppla på Almis övriga erbjudanden, till exempel mentorskap och att förmedla kontakter.

– Det är en stimulerande process att vi har ett brett perspektiv och erbjuder mycket mer än finansiering, menar finansierings- och affärsrådgivaren Christina.

Hon tycker att Almi är en bra arbetsgivare som ger henne goda möjligheter till utveckling och vidareutbildning.

– Jag får bra stöd från mina kollegor och jag upplever att de alltid lämnar dörren öppen för mig. Möjligheten att utvecklas inom Almi är stor, bland annat genom interna utbildningar. Det är också ett mervärde att jag får träffa andra Almi-medarbetare och byta erfarenheter med dem.

Christina uppskattar den stora graden av frihet och att det finns stort utrymme att ta egna initiativ inom Almi.

– Men det är inget som görs automatiskt, utan det handlar om vad du själv gör det till som medarbetare på Almi.

DAVID LENGSTRÖM
FINANSIERINGSANSVARIG, ALMI KALMAR

Gott om handlingsfrihet

David Lengström reflekterar över Almi-medarbetarnas prestigelösa förhållningssätt till sina kunder.

– Vår definition på framgång hänger tätt ihop med att se kunderna lyckas. Det har jag inte sett så tydligt någon annanstans, tycker David.

Han anser också att det inom Almi finns gott om handlingsfrihet när det gäller att utforma sitt dagliga arbete.

– Det häftigaste med att jobba på Almi är att karaktären på kunderna är oerhört olika, vilket ger ett brett spektra av intryck. Och det finns gott om utvecklingsmöjligheter, både internt och externt, som Almi ger oss för att vi ska hantera det på ett bra sätt.

Att lyckas med det arbetet ställer, enligt David, stora krav på att Almi-medarbetarna och Almi som organisation är förändringsbenägen.

– Min drivkraft ligger i att utvecklas i takt med kunderna, så vi fortsätter att ha ett bra erbjudande.

LOUISE OSCARSON
INNOVATIONSRÅDGIVARE, ALMI KRONOBERG

Nära näringslivet

Enligt Louise Oscarson finns innovationsrådgivare till för alla – och alla ska kunna komma till Almi om de har en idé som kan bli en innovation.

– I dag händer allt så fort så man kan egentligen förverkliga vad som helst – men kravet är då att hitta rätt fokus. Vårt fokus ligger alltid på nyhetsvärdet och att det finns en tydlig marknadspotential för produkten eller tjänsten, konstaterar innovationsrådgivaren Louise Oscarson.

Det ställer krav på att innovationsrådgivarna måste ha koll på omvärlden och de får aldrig stanna upp i sitt tänkande, utan måste vara öppna för nya idéer.

– Som innovationsrådgivare inom Almi får jag möjlighet att jobba med olika frågeställningar för att förändra innovationsstrategier. Om vi inte blir bättre i vår dialog med våra kunder kan vi ju inte heller förvänta oss att vårt arbete leder till fler innovationer.

Det finns mycket som Louise brinner för i sitt arbete – från att vara delaktig i att få en region att blomstra genom sin roll som innovationsrådgivare, till att uppleva när en enstaka kund får uppmärksamhet för sin innovation.

FARUK MUHIC
IFS-RÅDGIVARE, ALMI ÖSTERGÖTLAND

Mer tid åt kunderna

IFS-rådgivaren Faruk Muhic uppskattar arbetsmiljön på Almi, och att han har mycket att erbjuda kunderna, både finansiering och rådgivning.

– Utan de faktorerna skulle våra kunder inte få den service och de möjligheter som de får, säger Faruk Muhic.

IFS erbjuder rådgivning till invandrare som vill starta eget och är ett komplement till rådgivningen som finns på Almi och Nyföretagarcentrum.

– Folk som kommer till oss är ofta otillfredsställda med de svar de fått på andra ställen men blir ofta tacksamma efter vårt möte. Det beror främst på att vi, på ”lätt svenska” eller på deras eget språk, ger dem raka svar på deras frågor samt hjälper dem med olika papper.

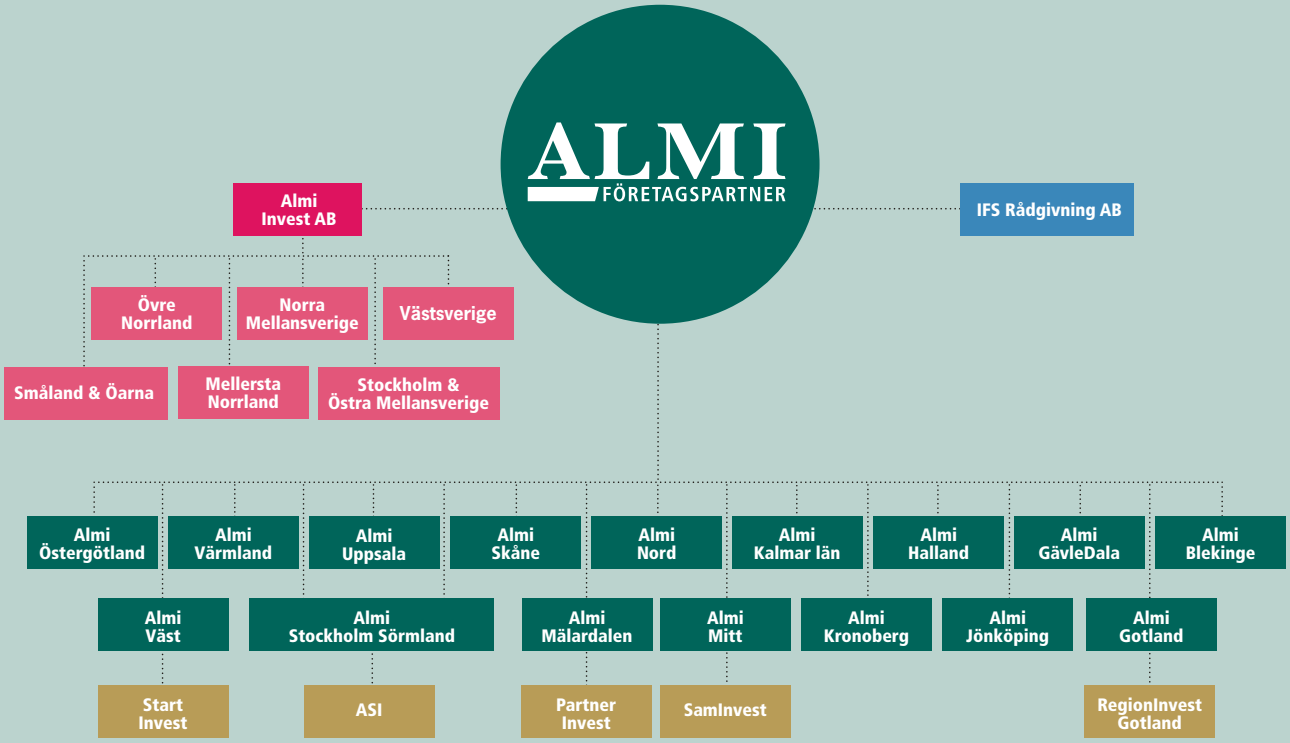
Efter sammanslagningen med Almi 2006 har Faruk Muhic mer tid att fokusera på sitt arbete. Att han som IFS-rådgivare har tillgång till Almis kurser och har utökat sitt kontaktnät genom andra medarbetare på Almi, värdesätter han högt.

– Det gör att jag känner mig som en i laget. Min drivkraft är att träffa människor som kommer från olika världsdelar, personer som har glöd och är entusiastiska över att starta och driva företag. Och det är verkligen uppmuntrande att se resultat.

ALMIS ORGANISATION

Almi Företagspartner AB ägs av staten och är moderbolag i en koncern med 18 dotterbolag – 16 regionala dotterbolag plus Almi Invest AB och IFS Rådgivning AB. De regionala dotterbolagen ägs till 51 procent av moderbolaget och till 49 procent av regionala ägare såsom landsting eller regionförbund.

Almi är kanalen för näringspolitiska insatser med syfte att främja näringslivets utveckling. Förståelse för företagarens verklighet och regionala förutsättningar är viktiga komponenter för Almis verksamhet. Ofta krävs också både ett nationellt och globalt perspektiv för att bidra till företagens framgång. Almi har en marknadskompletterande roll vilket innebär att verksamheten inte ska konkurrera med den privata marknadens utbud av tjänster.



Den 1 januari 2012 slogs Almi Dalarna och Almi Gävleborg samman och bildade Almi GävleDala AB.

VERKSAMHETEN *i dotterbolagen*

ALMI SKÅNE

Stark närvaro i näringslivet

Det har varit ett avvaktande år vad gäller investeringar bland Skånes företagare, och Almis utlåning i regionen har inte nått den nivå man hoppats på under 2011. Beslutsprocesserna har tenderat att bli längre och en viss osäkerhet kring framtiden har smugit sig in i företagens medvetande. Den minskande aktiviteten märks även bland bankerna. Under årets sista månader har dock en ökad aktivitet märkts.

Almi Skåne har haft ett bra inflöde av nya företagare och både lån och rådgivning till företag i tidiga skeden har ökat under året. Det är framförallt de etablerade företagen som haft en avvaktande hållning till att investera. Rådgivningsverksamheten har haft en hög aktivitet under året med ett flertal seminarier. Varumärket har stärkts ytterligare tack vare en ökad marknadsbearbetning och Almi Skåne ses som en viktig aktör i regionen vilket lett till delaktighet i många projekt.

Under året har Almi Skåne engagerat sig i en rad olika projekt tillsammans med andra organisationer. Uppstart Malmö syftar till att få entreprenörer att starta företag och till att ge fler arbetstillfällen. Privata riskkapitalister har gått in med både investeringar och engagemang och stöttat entreprenörer. Tillsammans med Connect Skåne erbjuds en ”företagsaccelerator” till etablerade företag. PUSS (produktutveckling i små skånska företag) ska med finansiering stimulera till produktutveckling. Detta görs i samarbete med Region Skåne.

Region Skåne har som vision att vara Europas mest innovativa region år 2020. I det arbetet deltar Almi Skåne genom att bidra till att skapa ett entreprenörsinriktat klimat för att kunna vaska fram och kommersialisera de innovativa företagsidéer som finns i regionen.

I Lund har det skapats ett dynamiskt Medical Village i Astra Zenecas tidigare anläggning. Här skapas en möjlighet för Life Science-företag att bedriva tillverkning och forskning men även att få tillgång till en unik mötesplats. Även byggande av ESS-anläggningen, den mångvetenskapliga forskningsanläggningen, kommer att skapa stora affärsmöjligheter för företagande i regionen.

Vd:	**Anders Norman**
Nyutlåning Mkr:	**163**
Nyutlåning, antal:	**300**
Antal nystartade företag:	**567**
Antal kommersialiserade innovationer:	**79**
Antal rådgivnings-kunder:	**1 851**

ALMI BLEKINGE

Rekord i tidiga investeringar

Under 2011 har de riktigt stora företagen i Blekinge visat bra resultat. Volvo i Olofström går starkt och ABB i Karlskrona har fått stora order under 2011. Detta ger positiva effekter till regionens underleverantörer och företag som generellt sett haft ett tufft år. Återhämtningen från 2009 har varit relativt långsam och framförallt har verkstadsindustrin i regionen haft problem.

För Almi Blekinges del har året präglats av företagskonjunkturen. Utlåningen visar en lägre efterfrågan än de senaste två åren och det har varit en försiktighet kring nyinvesteringar. Trots det är utlåningen ur ett längre historiskt perspektiv nu på en högre nivå, vilket visar att Almi mer och mer etablerar sig som en naturlig finansiell partner.

Däremot har efterfrågan på rådgivningsverksamheten ökat mer än förväntat. Företagen visar ett tydligt behov av att diskutera affärsverksamheten i något sämre tider och både mentorprogrammet och övrig rådgivning har ökat under året.

Den verksamhet som enskilt ökat mest under året är finansiering och rådgivning till investeringar i tidiga skeden både vad gäller produktutveckling och innovationer. Sammantaget har innovationslånen och de förmedlade produktutvecklingsbidragen i år slagit rekord. Totalt sett har Almi Blekinge medverkat med investeringar på cirka fem miljoner kronor under 2011. I sammanhanget är det viktigt att konstatera att dessa investeringar dessutom växlats upp med privata investeringar och utgjort en viktig del av utvecklingen i det innovativa Blekinge.

Under 2011 och fortsatt under 2012 har det regionala samarbetsprojektet med att utveckla intäktsbasen getts stort fokus. Syftet är att Almi och övriga offentliga aktörer ska bistå företag som säljer produkter och tjänster utanför regionen. Få dem att växa och även locka fler företag till regionen.

Almi har under året också stärkt samarbetet med Blekinge Tekniska Högskola och Blekinge Business Incubator i gemensamt syfte att kommersialisera nya idéer och skapa fler framgångsrika företag.

Vd:	Martin Åkesson
Nyutlåning Mkr:	45
Nyutlåning, antal:	82
Antal nystartade företag:	90
Antal kommersialiserade innovationer:	25
Antal rådgivningskunder:	361

ALMI KRONOBERG

Positivt företagsklimat

De tillverkande företagen i regionens västra delar har kommit ur lågkonjunkturen fantastiskt bra, det har varit få konkurser och lönsamheten har varit god under 2011. I den östra delen, runt Växjö, domineras näringslivet av tjänsteproducerande företag med bland annat en stark IT-bransch. Även här har företagen varit framgångsrika det senaste året och några av de större internationellt verksamma IT-företagen har aktivt bidragit till det positiva företagsklimatet och en rad företag inom branschen har startats.

Almi Kronoberg hade förväntat sig en högre utlåningsaktivitet under året, men de stora investeringarna har uteblivit och de etablerade företagen är lite avvaktande. Dock är utlåningen i stort sett oförändrad sedan föregående år och det är nyföretagare som har ökat.

Nyföretagarrådgivningen har haft en nedgång jämfört med 2010, men då hade man å andra sidan en riktig topp. Almi inriktade sin rådgivning mot etablerade företag och deltog i två stora EU-projekt. Det ena, Enterprise Europe Network, handlade om internationell handel och bestod av en rad seminarier och program samt personliga kontakter. Där ingick också en speciell programpunkt som enbart tog upp handel med Kina. Det andra projektet, F4, innehåller bland annat ”Framtidsdialog med lönsamhetsfokus” vilket är ett erbjudande som syftar till att förbättra konkurrenskraften och innehöll enskilda träffar med företagare där man tog fram konkreta handlingsplaner.

Under året har det varit ett starkt intresse för frågor kring ägarskiften då regionen har landets äldsta företagare och Almi har arrangerat fler olika aktiviteter och informationsträffar. Även mentorsverksamheten och rådgivningen inom IFS har haft ett framgångsrikt år.

I samarbete med Växjö kommun och Linnéuniversitetet i Växjö har Almi aktivt arbetat med att utveckla ett nytt nätverk för IT-företag. Ett lyckat projekt som visat att det finns mycket goda utvecklingsmöjligheter för branschen i regionen.

Vd:	Catharina Värendh Boson
Nyutlåning Mkr:	42
Nyutlåning, antal:	118
Antal nystartade företag:	236
Antal kommersialiserade innovationer:	11
Antal rådgivningskunder:	776

ALMI KALMAR

Större volym till etablerade företag

Vd:	Lars Limseth
Nyutlåning Mkr:	40
Nyutlåning, antal:	78
Antal nystartade företag:	189
Antal kommersialiserade innovationer:	18
Antal rådgivnings-kunder:	584

99 procent av företagen i Kalmar län är småföretag och många är underleverantörer till bland annat fordons- och träindustrin. Efter finanskrisen 2009 kom länets företag ut bättre än väntat, färre konkurser och företagsnedläggelser samt med relativt låg arbetslöshet. Under 2011 har det varit ett avvaktande industri- och näringsliv. Företagsledarna i regionen är kloka – men försiktiga.

Hösten 2011 gav en viss återhämtning inom finansieringsverksamheten. Årsvolymen är i nivå med 2010, mycket tack vare ökat intresse för Almis lån till finansiering av maskin- och anläggningsinvesteringar och företagsförvärv, samtidigt som trenden är tydlig med större volym till etablerade företag. Antalet konkurser i länet har fortsatt att minska, och detta gäller speciellt Almis kunder.

Nyföretagandet i länet hade en stark start på året med kraftig ökning, men ett mycket svagt andra halvår, som slutade på 40 procent minskning i december. Almi har dock hjälpt lika många nyföretagare som tidigare år. Inom affärsrådgivningen har det varit många aktiviteter, framförallt inom utbildning, seminarier och rådgivning inom speciellt ägarskiften. Almi Kalmar har tydliggjort de rådgivningstjänster som erbjuds, vilket lett till att fler etablerade företag fått en större andel.

Under året har Almi Kalmar län både avslutat och startat ett nytt Innovationsprojekt. Bägge projekten är delfinansierade av Regionförbundet och EU. Det avslutade enmansprojektet, ”Innovationer för förnyelse och tillväxt”, nådde över 2 300 deltagare vid inspirationsmöten och djupare seminarier. Av dessa har 134 gått vidare med konkreta produktutvecklingsprojekt, 42 nya företag har startats och 30 projekt har nått kommersialisering. Ett viktigt syfte med projektet var att stärka insatserna till kvinno- och invandrardominerade branscher och företag.

ALMI GOTLAND

Ökad samordning i regionen

Under 2011 har Almis verksamhet till viss del präglats av ett stort regionalt samordningsprojekt med syfte att förbättra och effektivisera möjligheten för företagandet på ön. Det har bland annat bildats två nya servicebolag med fokus på turistnäringen samt etableringsservice åt företag.

Gotlands varumärke som turistmål har en fortsatt stark attraktionskraft vilket visar sig gynnsamt när tiderna blir sämre. Turistsektorn byggs successivt upp på ön, det blir fler hotell i Visby och det har varit en ökning av antalet besökare under året.

Gotland är det mest företagstäta länet per invånare med många mikroföretag. Både inom turistsektorn och inom den övriga näringen har 2011 varit ett relativt normalt år. Det har inte varit fler uppsägningar eller konkurser än tidigare år och ingen större avmattning i konjunkturen har märkts.

Investeringsviljan har dock sjunkit och Almi Gotland har sett en avvaktande tendens bland gotländska företagare. Både finansiering och rådgivning har haft en jämn tillströmning av nyföretagare och befintliga företag under året. Utlåningstakten var större under våren och mer avvaktande under hösten.

År 2011 var det 350 år sedan Christoffer Polhem föddes och det har varit upptakten till en rad aktiviteter med fokus på innovation, där Almi varit inblandade. Projektet Kulturella och Kreativa näringar har tilldelats medel för att ta fram en utvecklingsstrategi för den branschen. Uppdraget att genomföra projektet har lagts på Almi.

Almi Gotland har varit delaktiga i flera nya projekt; Närproducerat Gotland där småskaliga livsmedelsproducenter ska undersöka förutsättningarna att sälja till offentliga kök, projektet Primörhelger som ska utveckla varumärket Primörpremiären samt Qatalysator som fått medel av Tillväxtverket för att öka andelen kvinnor som företagare.

Mot etablerade företag har Almi under året ökat rådgivningen inom exportfrågor och lönsamhetsstyrning samt bland annat genomfört kunskapsseminarier inom innovationsfrågor.

Vd:	Elisabeth Kalkhäll
Nyutlåning Mkr:	22
Nyutlåning, antal:	28
Antal nystartade företag:	118
Antal kommersialiserade innovationer:	10
Antal rådgivnings-kunder:	775

ALMI HALLAND

Ökat fokus på rådgivning

Företagskonjunkturen i Halland har haft ett fortsatt bra år under 2011. Visserligen ökade antalet konkurser något, men det var från en mycket låg nivå. Handeln, och då framförallt småbutiker, har haft ett tufft år, men det är inget specifikt för regionen.

Utlåningen hade en bra fart under våren men under hösten har företagen varit mer avvaktande med sina investeringar. Under årets sista månad ökade det något och nivån på utlåningen var lägre 2011 än 2010 och kan karakteriseras som normal för Almi Halland. Det finns utrymme för ökad utlåning om bankerna börjar avvakta under 2012.

Arbetet inom Almi Halland har under året präglats av planering för utökad rådgivning inom företagarutveckling, dels i samarbete med den nybildade Region Halland, dels med rådgivningsprojekt i egen regi. Region Halland är ett resultat av sammanslagningen av Länsstyrelsen och regionförbundet, där strategier tagits fram för flera olika projekt.

Det mest positiva under året är att Almi, från Region Halland har fått mandat att anställa en IFS rådgivare som kan ge nyföretagarrådgivning till personer med utländsk bakgrund. I och med denna rekrytering finns IFS nu representerat i alla län.

Almi Halland har inlett ett projekt tillsammans med Coompanion som heter Våga växa och syftar till att ge små företag i Halland stöd i att växa efter företagsstart genom att utveckla företagsstödet till en mer efterfrågestyrd modell. Modellen kommer att fokusera på affärsutveckling för företag under uppstartsskedet 0 – 3 år, en viktig period där det saknas stöd idag.

Mentorverksamheten har utökats och en extra satsning har gjorts i Laholms kommun för att rekrytera både adepter och mentorer. Det är en lyckad satsning som medfört flertalet nya mentorpar, och som kommer att fortsätta bland regionens övriga fem kommuner under 2012.

Vd:	Magdalena Johansson
Nyutlåning Mkr:	91
Nyutlåning, antal:	144
Antal nystartade företag:	99
Antal kommersialiserade innovationer:	18
Antal rådgivnings-kunder:	361

ALMI VÄST

Offensivt marknadsarbete

Trots ett turbulent år med ostadigt ekonomiskt läge har länets näringsliv som helhet haft en bra utveckling. Både efterfrågan på förvärvslån och investeringskrediter har ökat och Almi Västs nyutlåning har ökat med 20 procent under året. Almi har lagt stort fokus på finansieringsverksamheten under året.

Almi Väst har bedrivit ett offensivt marknadsarbete, både tillsammans med samarbetspartners, regionens banker och med egen uppsökande verksamhet mot regionens företag. Framförallt har man varit aktiv inom sociala medier, och tillhör de regioner inom Almi som kommit längst i användandet av nya medier för att nå ut till och föra dialoger med sina målgrupper.

Inom rådgivningsdelen har Almi haft en särskild satsning på mentorverksamheten och har därigenom matchat 100 par adepter/mentorer under året. Inom innovationsrådgivning och finansiering har man sett en ökning av antalet nya affärsidéer.

Verksamheten har breddats till att nå allt fler befintliga kunder för att kunna erbjuda dem ett ökat utbud av kundportföljen; man har arrangerat en rad seminarier och genomfört ett antal behovsanalyser. Inom IFS Rådgivnings verksamhet, som vänder sig till företagare med invandrarbakgrund, har man vidgat kompetensen och ökat samarbetet med externa konsulter för att kunna erbjuda rådgivning på fler språk.

I regionen ingår Trollhättan som under året drabbats av turbulensen kring Saab. Det är framförallt företag inom tjänstenäringen som påverkats av osäkerheten som rått, men även detaljhandelsföretag har märkt en nedgång i verksamheten. Almi Väst har därför ökat sitt fokus på rådgivning till och coachning av de företag som verkar i och runt Trollhättan för att få dem att våga se framåt och satsa på nya idéer, trots en negativ stämning i samhället.

Även detta år kan Almi Väst glädja sig åt att Årets Gasellvinnare kommer från regionen. Och flera av toppföretagen i tävlingen är kunder till Almi.

Vd:	Sara Wallin
Nyutlåning Mkr:	353
Nyutlåning, antal:	504
Antal nystartade företag:	612
Antal kommersialiserade innovationer:	61
Antal rådgivnings-kunder:	1 891

ALMI JÖNKÖPING

Hög aktivitetsnivå

Vd:	Eva Sundman
Nyutlåning Mkr:	90
Nyutlåning, antal:	178
Antal nystartade företag:	279
Antal kommersialiserade innovationer:	59
Antal rådgivnings-kunder:	781

Jönköpings län har en stor andel tillverkande industri och tjänsteföretagen svarar för mindre än en tredjedel av regionens samlade ekonomi. Regionen drabbades i sin helhet hårt av lågkonjunkturen som följde efter finanskrisen 2008 och har ännu inte kommit upp till full kapacitet. Men under 2011 har återhämtningen fortsatt och många företag har ökat sin omsättning och lönsamhet. Under hösten skedde en minskning av orderingången hos vissa företag främst beroende på den finansiella oron i omvärlden. Underleverantörer till fordonsindustrin, företag med export samt företag inom byggsektorn drabbades mest.

Trots den avvaktande situationen i regionen har Almi Jönköping sett en hög aktivitet på utlåningssidan. Visserligen är volymerna något lägre än 2010, men antalsmässigt är det samma nivå. Det var framförallt under hösten man märkte en avmattning i efterfrågan.

Rådgivningsverksamheten präglas av ett stort och delvis EU-finansierat projekt under vilket Almi samlat en rad aktiviteter för att främja start och utveckling av företag. Projektet har namnet VVV Framåt (våga, växa, vinna) och drivs i samarbete med en rad lokala aktörer. Aktiviteter för nyföretagande är informationsträffar och inspirationsmöten som ska locka intresserade entreprenörer att våga ta steget mot att starta eget.

Lönsamhetsstyrning och marknadsutveckling har varit aktiviteter riktade mot etablerade företag. För innovatörer och företag som vill satsa på någon ny idé har det under året körts en seminarieserie med fokus på frågor som design, patent, marknad med mera.

Almi har också en stor satsning på ägaröverlåtelser och då speciellt riktat mot kvinnor. Satsningen på seminarier om ”Köpa företag” innebär råd vid köp av en befintlig rörelse. Dessutom erbjuds individuell rådgivning och lånefinansiering. Gensvaret har varit mycket positivt och många av deltagarna har antingen startat eget eller förvärvat företag.

ALMI ÖSTERGÖTLAND

Ett aktivt och framgångsrikt år

Vd:	Mats Philipsson
Nyutlåning Mkr:	147
Nyutlåning, antal:	223
Antal nystartade företag:	202
Antal kommersialiserade innovationer:	46
Antal rådgivnings-kunder:	739

Östergötlands näringsliv är en spegelbild av hur det ser ut i Sverige vad gäller sammansättning av branscher. Det finns inga sektorer som är dominanta, möjligen att andelen högteknologiska företag är större än genomsnittet i landet. Här har Linköpings universitet bidragit till att det drivits fram en rad intressanta företag och innovativa affärsidéer. Jämfört med de tre stora regionerna har Östergötland och Fjärde storstadsregionen en för låg andel nyföretagare, något som Almi uppmärksammat.

Utlåningen ökade även under 2011 för Almi, och nådde upp till nästan 150 miljoner kronor, vilket är glädjande. Det har varit en fortsatt hög efterfrågan från hela spektrat av företag, från små till stora, och det har varit ett oväntat litet antal konkurser under året. Almi Östergötland har beviljat sin största kredit någonsin, 15 miljoner kronor till ett mjukvaruföretag som ska göra en stor exportsatsning.

Rådgivningsverksamheten har haft tre fokusområden under året. I samarbete med Universitetet har Almi analyserat vilka företag som har den största potentialen för tillväxt och gjort riktade insatser mot målgruppen, medelstora bolag med 20-100 anställda. Tillsammans med upphandlade konsulter och Universitetet har man genomfört framtidsdialoger, coachning och seminarier för att bidra till företagens tillväxt.

Det andra området är innovationsverksamheten där rådgivningen till ökad del riktats mot etablerade företag. Tillgången på innovationsfinansiering är knapp, men har underlättats något tack vare finansiella medel från Tillväxtverket. Som tredje område har Almi Östergötland också under året lagt stor kraft på rådgivning till kvinnor som entreprenörer, för att hjälpa dem starta och förvärva företag samt bidra till fler innovationer.

2011 har varit ett framgångsrikt år för Almi Östergötland, med många aktiviteter som utvecklats på ett positivt sätt.

ALMI MÄLARDALEN

En förtroendeingivande aktör

Mälardalen ligger oftast något efter i konjunkturerna, så även 2011. Först mot slutet av året kunde en större medvetenhet och försiktighet märkas bland företagen men småföretagarna har överlag haft ett bra år. Många företag har ett stort behov av att anställa fler medarbetare, men de har ofta svårt att hitta rätt kompetens.

Almi Mälardalen bildades 2010 genom en sammanslagning av bolagen i Örebro och Västerås. Nu är den nya organisationen på plats och har haft sitt första hela verksamhetsår. Och synergieffekterna är mätbara, sammanslagningen har inneburit både effektiviseringar och ett ökat utbud av tjänster.

Utlåningen har ökat, bland annat med ökat antal förvärvskrediter. Efterfrågan på företagscoachning till regionens företagsledningar, små som större företag och organisationer, har haft ett kraftigt uppsving under årets andra halva. Det ses som ytterligare ett tecken på optimism och framtidstro.

Almi upplever en tydlig förändring i förhållande till medaktörerna och deras attityd. Almi Mälardalen räknas som en förtroendeingivande aktör och regionförbund och länsstyrelser med flera söker samarbete. Det har resulterat i förnyat förtroende att fortsätta ”Coachningprojektet” tillsammans med fyra andra Almi-bolag – samt att man startat ett omfattande projekt för företagsamma kvinnor.

Vd:	Billy Bergåker
Nyutlåning Mkr:	102
Nyutlåning, antal:	195
Antal nystartade företag:	345
Antal kommersialiserade innovationer:	14
Antal rådgivningskunder:	1 543

Almi Mälardalen lanserade 2011 framgångsrikt ett nytt koncept, ”Almis Drakar” på Örebro läns största marknadsevent. Temat var ”Tillväxt Tillsammans”, som passade Almis affärsidé som hand i handske. Almis affärsidé och visioner presenterades interaktivt med skarpa kundcase, företag med strålande och unika affärsidéer som vill ta nästa steg i sin företagsutveckling.

ALMI STOCKHOLM SÖRMLAND

Den nya organisationen är klar

Första halvåret 2011 fanns ett gott inflöde av investeringsförfrågningar från regionens företag men det dämpades efter sommaren och hösten kännetecknades av en avvaktande hållning. Även bankerna såg en liknande utveckling. Trots den avvaktande situationen överträffade Almi sina mål för utlåningsverksamheten, och även resultatet från 2010, och man upplever att förfrågningarna från regionens företag tog fart i slutet av året.

Rådgivningsverksamheten har olika fokus i de båda länen, i Stockholm är det mest IFS och innovationsrådgivning och Sörmland domineras av tillverkande industriföretag med ett stort inslag av underleverantörer till fordonsindustrin, med störst fokus på affärsutveckling i projektform

Under året har en rad av Almis projekt fortlöpt enligt plan, bland annat projekt kring coachning av företag med fokus på tillväxtpotential som vänder sig till alla branscher samt kring ägarskiften. 2011 avslutades också ett mångårigt lyckat engagemang mot underleverantör till fordonsindustrin, Underleverantörer Väljer Framtid, som fått mycket gott betyg av deltagande företag. Ett nytt projekt mot samma målgrupp med inriktning mot internationell expansion planeras till 2012.

I februari tillträdde Monica Åsmyr som ny vd, med uppdrag att skapa en ny organisation då Almi Stockholm och Almi Sörmland slagits samman några månader tidigare. Organisationen är nu på plats med nya regionchefer som arbetar med Almis nya strategi, säljutbildningar och kompetensutvecklingsprogram för personalen.

En ny strategi för innovationsverksamheten har lanserats som i stor utsträckning bygger på ökat samarbete med en rad av regionens aktörer, bland annat Universitet, högskolor, Nyföretagarcentrum och Länsstyrelsen. Även mentorverksamhet har startats under året.

Almi har under hösten ökat sin marknadsföring framförallt i Stockholmsregionen, där kännedomen om bolaget är lägre än i Sörmland. Under 2012 fortsätter det proaktiva marknadsföringsarbetet, och att utöka samarbetet med banker och andra samarbetspartners. Detta kommer att leda till en ökad kännedom om Almi och fler nöjda kunder.

Tf vd:	Monica Åsmyr
Nyutlåning Mkr:	411
Nyutlåning, antal:	614
Antal nystartade företag:	877
Antal kommersialiserade innovationer:	82
Antal rådgivningskunder:	1 967

ALMI UPPSALA

Ett händelserikt år

Vd:	Helen Andersson
Nyutlåning Mkr:	69
Nyutlåning, antal:	156
Antal nystartade företag:	195
Antal kommersialiserade innovationer:	26
Antal rådgivnings-kunder:	708

2011 har varit ett händelserikt år för Almi Uppsala. Vd Håkan Dahlgren lämnade bolaget i mars och Helen Andersson varit tillförordnad fram till 1 januari 2012 då Carl-Henrik Koit tillträdde som vd. Samtidigt flyttade bolaget till nya lokaler centralt i Uppsala.

Uppsala län har stor inflyttning och då speciellt Uppsala kommun. Flera branscher, till exempel bygg-, vård- och tjänstesektorn, visar en kraftig tillväxt och en ökad konkurrenssituation. Regionen i helhet har en tyngdpunkt på tjänsteföretag, men det finns en rad verkstadsindustriföretag i norra Uppland och i Enköping. Här finns även många företag av innovationskaraktär, främst inom biomedicinska områden.

Under året har Almi upplevt en viss försiktighet hos kunderna, vilket har lett till att nyutlåningen sjunkit. Företagen avvaktar med investeringarna, därför har uppföljning av krediter varit ett prioriterat område under året.

Almi Uppsala är det Almibolag som haft flest antal lån till personer med utländsk bakgrund under 2011 och IFS Rådgivning har haft en ökad aktivitet. Även inom mentorprogrammet har det varit stark aktivitet och under året har 73 par startat i regionens olika kommuner.

Almi Uppsala deltar i ett både EU-finansierat och regionalt finansierat projekt för att främja export i regionen. Där har under året 20 företag anslutit sig. Almi samarbetar här med externa konsulter som har specifik kompetens inom exportområdet.

Almi Uppsala har av Regionförbundet utsetts till aktör i programmet Främja kvinnors företagande. Programmet har startats under hösten och kommer att pågå hela 2012. Syftet är att fler kvinnor ska välja att driva företag och att företag som drivs av kvinnor ska växa och därmed anställa fler.

Innovationssamarbetet med Akademiska sjukhuset har fortsatt framgångsrikt under året och man har nått målet med att kommersialisera flera idéer.

ALMI GÄVLEBORG

Nytt rekord i utlåning

Vd:	Hans Astorin
Nyutlåning Mkr:	116
Nyutlåning, antal:	82
Antal nystartade företag:	96
Antal kommersialiserade innovationer:	12
Antal rådgivnings-kunder:	422

Den förväntade uppgången inom regionens näringsliv under 2011 har uppfyllts, trots att tillverkningsindustrin drabbades hårt av finanskrisen, med bland annat nedläggning av Ericssons fabrik i Gävle. Investeringsviljan bland de befintliga företagen har varit mycket stark, vilket kan tillskrivas bättre konjunkturer, men även ses som ett resultat av att Almi Gävleborg under året ökat sin närvaro bland regionens företag. Nyföretagandet har ökat, visserligen från en relativt låg nivå, men ökningen är historiskt stark för regionen.

Den ökade efterfrågan har lett till att Almi Gävleborg slagit rekord i nyutlåning under 2011. Den ökade marknadsbearbetningen har gett bra respons och fått ett kraftigt genomslag bland regionens företag. Framförallt hos befintliga företag finns en stark efterfrågan på företagsutvecklande rådgivning.

Under året har Almi Gävleborg startat ett projekt mot kulturella och kreativa näringar för att utveckla potentialen som finns bland blivande företagare inom de sektorerna. Rådgivningen har skett genom seminarier och olika former av utbildningar, men även genom enskild rådgivning till befintliga företagare inom sektorn. Mentorsprogrammet har varit uppskattat bland både adepter och mentorer.

Sammanslagningen med Almi Dalarna, som sker 1 januari 2012, har tagit en hel del kraft från den utåtriktade verksamheten under hösten. Men responsen från personal, kunder och övriga samarbetspartners på det nya bolaget har varit väldigt positiv.

ALMI VÄRMLAND

Stärkta positioner

Närheten till Norge är en framgångsfaktor för Värmland. Det märks tydligt när det gäller handel och turism. Norrmännen tjänar mer än svenskar och är duktiga konsumenter, vilket bidrar till att regionens handelsföretag är relativt välmående.

Almi Värmland har ett brett engagemang i regionens näringsliv och de flesta branscher är representerade bland kunderna. Det går bra för Almis låntagare, förlustnivåerna är rimliga och vi ligger på de avkastningskrav som vår ägare sätter.

Jämfört med föregående år har Almi bidragit till fler framgångsrika företag genom ökad utlåning mätt i antal krediter samt i volym. Tillsammans med bolagens ägare och banker har Almi varit med och möjliggjort investeringar på totalt 525 miljoner kronor i länet. Av lånekunderna är 60 procent nyetableringar och förvärv.

Den ökade utlåningen grundar sig i att Almis roll har blivit mer känd bland företag och samarbetet med bankerna har fördjupats. Almi har tillsammans med andra aktörer i länet tagit ett samlat grepp kring regionens innovationsprocess. Syftet är att kunna ge ett bättre erbjudande till fler kunder som vill utveckla sin idé.

Almi Värmland har blivit projektägare till ett entreprenörsprojekt tillsammans med andra aktörer för att göra Värmland till ”Årets Klättrare” inom entreprenörskap år 2013. Almi har även startat upp ett treårigt projekt med syfte att utveckla fler idéer inom vården.

Generationsskiftesfrågan är högaktuell i länet. Av den anledningen har Almi genomfört, och ska fortsätta genomföra, ett antal seminarier tillsammans med andra aktörer i syfte att fler ska köpa befintliga företag. Utöver det som görs idag kommer satsningar att göras på bland annat innovationscoachprogram för att fler idéer ska kommersialiseras. Rådgivning till invandrarkvinnor, fler mentorpar och bearbetning av de mindre finanskunderna, är andra delar som ska bidra till att fler företag startas och utvecklas.

Vd: Anna Lundmark Lundbergh	
Nyutlåning Mkr:	**100**
Nyutlåning, antal:	**131**
Antal nystartade företag:	**78**
Antal kommersialiserade innovationer:	**9**
Antal rådgivningskunder:	**446**

ALMI DALARNA

Starkt nyföretagande

Dalarnas företagare har generellt sett haft ett bra år. Arbetslösheten i länet är fortsatt låg och aktivitetsgraden bland regionens företag har känts hög. Framförallt byggsektorn har haft en bra utveckling under året, men även tjänstesektorn, med verksamhet mot både privat- och företagskunder, visade att man kunde fortsätta den positiva utvecklingen från 2010. Detta trots att turistnäringen hade en liten svacka, där det framförallt var fjällturismen som stagnerade jämfört med 2010. Nyföretagandet har haft en fortsatt stark utveckling i regionen, en trend som stått sig under flera år.

Almi Dalarnas nyutlåning under 2011 har präglats av en normal efterfrågan bland regionens företag, vilket innebär en måttlig ökning från året innan.

Almis rådgivningsverksamhet är i en utvecklingsfas i Dalarna. Det finns, både från regionala ägare och kunder, ett ökande intresse för företagsnära och affärsutvecklande rådgivning. Under 2011 har Almi Dalarna prioriterat Mentor Eget Företag, vilket varit uppskattat bland både adepter och mentorer. 50 mentorpar har avslutat sitt år tillsammans och lika många nya har startats, vilket också lett till nya och breddade kontaktytor till regionens företagare för Almis del.

Det andra halvåret av 2011 har Almis verksamhet i Dalarna starkt präglats av samgåendet med Almi Gävleborg. Hans Astorin blir från och med 1 januari 2012 även vd för Gävleborgsregionen när verksamheten flyttas över i det nystartade bolaget Almi Företagspartner GävleDala AB. Sammanslagningen ger ett effektivare och starkare Almi i regionen. Mot bakgrund av reducerade overheadkostnader och andra stordriftsfördelar som samgåendet ger, kan man frigöra resurser till den kundinriktade verksamheten, också med bibehållen kontorsstruktur.

Vd:	**Hans Astorin**
Nyutlåning Mkr:	**82**
Nyutlåning, antal:	**120**
Antal nystartade företag:	**144**
Antal kommersialiserade innovationer:	**5**
Antal rådgivningskunder:	**247**

ALMI MITT

Samordnade innovationsinsatser

Vd:	Eva Högdahl
Nyutlåning Mkr:	90
Nyutlåning, antal:	228
Antal nystartade företag:	425
Antal kommersialiserade innovationer:	70
Antal rådgivnings-kunder:	1 837

Efterfrågan på Almi Mitts finansieringsprodukter speglar konjunkturutvecklingen bland regionens företag. Det var en svag efterfrågan under första halvåret, då man kunde se ett ökat intresse från bankerna att ta större del av finansieringen. Trenden bröts under årets sista månader då efterfrågan på finansiering från Almi ökade. Totalt sett för 2011 landar nyutlåningen på 90 miljoner kronor, en minskning med 30 miljoner kronor från 2010.

Antalet nystartade företag i området är högt och då specifikt i Jämtland som återigen placerar sig i topp på listan över län med flest nystartade företag per 1 000 invånare. Almis rådgivning till nyföretagare har under året varit omfattande, 700 personer har fått individuella insatser, huvuddelen genom ett omfattande nyföretagarprojekt i Jämtlands län. Projektet avslutades vid årsskiftet 2011 vilket innebär att rådgivning till nyföretagare i ökad utsträckning kommer att utföras av Nyföretagarcentrum som etablerat sig i länet under året.

I projektet Innovationsalliansen har Almi sedan några år tillbaka ett uppdrag från regionen att i samarbete med inkubatorerna samordna och effektivisera innovationsinsatserna i regionen. För att mäta effekten har man under året lagt extra resurser på att följa upp gjorda insatser och kan för 2011 redovisa cirka 70 kommersialiserade idéer, nästan tre gånger flera än 2010.

Almi Mitt satsar allt mer resurser mot etablerade företag och inom projekt med fokus på marknadsutveckling/internationalisering har man under 2011 haft hög aktivitetsnivå. Från att under 2010 ha inspirerat på bred front – man väckte globaliseringsfrågorna – har man gått till att under 2011 samla grupper av identifierade kunder till mer fördjupade insatser. Cirka 75 företag har deltagit i dessa insatser. En större aktivitet som genomförts under 2011 var att förbereda och ta med ett antal företag inom medicinteknik till Medica-mässan i Düsseldorf.

Satsningen mot etablerade företag intensifieras under 2012 och kompletteras med fördjupade insatser inom lönsamhetsstyrning.

ALMI NORD

Ökad framtidstro

Vd:	Sten Anders Gustafsson
Nyutlåning Mkr:	60
Nyutlåning, antal:	150
Antal nystartade företag:	422
Antal kommersialiserade innovationer:	28
Antal rådgivnings-kunder:	2 675

I både Norrbotten och Västerbotten har en rad händelser haft positiv påverkan på näringslivet i regionen. I Malmfältsområdet, Kiruna, Pajala och Gällivare, har LKAB och Boliden inlett investeringar av nya gruvor samt projektet att flytta citykärnan i Kiruna och Gällivare.

I Luleå har Facebooks etablering av en ny serverhall lett till betydligt ökad aktivitet bland ortens företag och i Umeå har byggnationen av ett nytt kulturhus samt Botniabanans färdigställande bidragit till en ökad framtidstro.

Trots dessa positiva signaler har Almi sett en återhållsamhet i både företagens investeringar och anställningsvilja under året. Det har varit låg efterfrågan på utlåningen, framförallt under sista halvåret, dock något bättre än under 2010. Däremot har Almi en fortsatt hög efterfrågan på rådgivningstjänster, med starta eget-verksamhet och mentorprogram för både etablerade företag och entreprenörer som nyligen startat eget.

Under 2011 har Almi Nord prioriterat att förstärka sin närvaro på marknaden genom en mängd olika aktiviteter, bland annat seminarier. Dessutom har man i samarbete med flera kommuner i regionen fortsatt satsningen mot nyföretagare och innovationsrådgivning genom projekt ”EntreprenörCentrum” Här har man utvecklat satsningen mot entreprenörer inom sektorerna vård och omsorg.

Under året har Almi Nord fortsatt och intensifierat sin satsning på att ta fram klimatverktyg som ska hjälpa företagen att göra fler klimatsmarta insatser och bättre hållbarhetsanalyser.

Roligt och glädjande för både regionen och Almi är att flera företag uppmärksammats nationellt genom prestigefyllda utmärkelser. Sortify blev utsett till Årets nybyggare, en nationell tävling för företagare med utländsk bakgrund. Treehotel, med hotellrummen i träden, utsågs till Årets turistföretag i Sverige och Umlax utnämndes till Region Norrs främsta entreprenör i "Entrepreneur of the Year".

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

ÅRSREDOVISNING FÖR ALMI FÖRETAGSPARTNER AB
ORGANISATIONSNUMMER 556481-6204

STYRELSEN OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN FÖR ALMI FÖRETAGSPARTNER AB FÅR HÄRMED AVGE ÅRSREDOVISNING OCH KONCERNREDOVISNING FÖR VERKSAMHETSÅRET 2011.

ALMI FÖRETAGSPARTNER AB

Almis vision är att skapa möjligheter för alla bärkraftiga idéer och företag att utvecklas. Målet är att fler innovativa idéer kommersialiseras framgångsrikt, att fler livskraftiga företag startas och utvecklas samt att fler företag ökar sin konkurrenskraft och tillväxt.

Almi Företagspartner AB ägs av staten och är moderbolag i en koncern med operativ verksamhet i 16 regionala dotterbolag, Almi Invest AB och IFS Rådgivning AB. De regionala dotterbolagen ägs till 51 procent av moderbolaget och till 49 procent av regionala ägare. Dotterbolagens styrelser består av politiker och företagare från regionen. Almi Invest ägs till 100 procent av moderbolaget och IFS Rådgivning ägs till 51 procent av moderbolaget och 49 procent av stiftelsen IFS Rådgivningscentrum. Moderbolagets uppgift är att svara för ledning, samordning, utveckling av produkter och verksamhet samt service i koncerngemensamma funktioner.

Almi är kanalen för näringspolitiska insatser med syfte att främja näringslivets utveckling. Förståelse för företagarens verklighet och regionala förutsättningar är viktiga komponenter för Almis verksamhet. Ofta krävs också både ett nationellt och globalt perspektiv för att bidra till företagens framgång. Almi har en marknadskompletterande roll vilket innebär att verksamheten inte ska konkurrera med den privata marknadens utbud av tjänster.

Almis verksamhet omfattar lån, riskkapital och rådgivning i företagandets alla faser – från idéer till framgångsrika företag.

Lån

Almi kompletterar marknaden genom att erbjuda riskvilliga lån när ingen annan gör det. Almis roll att är ta en större risk. Bärkraften i idén och företagets framtidspotential har större betydelse än de reala tillgångarna. Viktigt är också entreprenörens och företagets förmåga att utveckla och ta tillvara idén eller investeringen.

För att kompensera för den högre risken och för att inte konkurrera med den privata marknaden tar Almi ut en ränta som är högre än en genomsnittlig bankränta. Almi erbjuder Företagslån, Mikrolån, finansiering för företag som verkar på internationella marknader samt särskilt anpassade finansieringsformer för innovatörer. Kreditgivning sker i samverkan med andra kreditgivare och bankerna är en viktig samarbetspartner.

Riskkapital

Almi Invest är Almis riskkapitalbolag som investerar i svenska företag som står inför en tillväxtfas. Investeringsobjekt är ofta företag i tidiga utvecklingsskeden med skalbara affärsmodeller och möjlighet till långsiktig värdetillväxt. Investeringarna görs alltid tillsammans med en partner. Almi Invest består av sex regionalt baserade riskkapitalfonder som förvaltar totalt över en miljard kronor.

Rådgivning

Rådgivning utförs av Almis rådgivare eller av externa underkonsulter. Utgångspunkten är att kunderna ska erbjudas bästa möjliga tjänst och kompetens utifrån sina behov. Kontaktförmedling är en viktig del av rådgivningsverksamheten. Almis verksamhet är regionalt baserad. Utifrån de regionala förutsättningarna och efter bolagets egna resurser varierar erbjudandena inom rådgivning från region till region.

Innovation

Innovationsrådgivningen ges i tre faser, den första är att beskriva idén, den andra att utveckla idén och den tredje att kommersialisera idén. Ytterligare ett erbjudande inom Innovationsrådgivningen, produktutveckling, riktas mot befintliga företag som önskar vidareutveckla existerande eller nya varor och tjänster.

Nyföretagande

Nyföretagarrådgivningen riktar sig till personer som är på väg att bli företagare. En del av verksamheten är IFS Rådgivning som vänder sig till företagare med utländsk bakgrund. Här finns också Företagarskolan som är ett utbildningsprogram för den som funderar på att starta eller nyss har startat eget företag.

Mentor
Mentor är ett komplement till ordinarie rådgivning för nya företag och företag i tidiga skeden. Genom Almi får en adept tillgång till en mentor som ställer upp ideellt.

Övrig rådgivning
Bland övrig rådgivning finns erbjudanden såsom Lönsamhetsstyrning, Framtidsdialog, Marknadsutveckling och Företagscoach som riktar sig till etablerade företag. I samband med ägarskiften erbjuder Almi rådgivning där fokus ligger på köparen av företag. Dessutom arrangerar Almi seminarier och nätverksträffar, ofta i samarbete med externa aktörer.

VERKSAMHETEN 2011

Lån
Nyutlåningen landade på föregående års nivå, men låg fortfarande väsentligt högre än före finanskrisen. Utlåningen uppgick till totalt 2 023 (2 112) miljoner kronor. Antalet krediter uppgick till 3 331 (3 836).

Inom innovationsverksamheten finns särskilt anpassade lån där låntagaren under vissa förutsättningar har möjlighet till avskrivning av lånet, så kallat innovationslån. Denna låneform förutsätter särskilda förlusttäckningsmedel från staten. Dessa lån uppgick under 2011 till 60 (48) miljoner kronor. Därutöver har 26 miljoner kronor i förstudiemedel tilldelats olika innovationsprojekt för en första utvärdering av idéns kommersialiserbarhet. Efterfrågan på innovationslån och förstudiemedel har varit fortsatt hög, men utlåning och tilldelning begränsas av tillgången på förlusttäckningsmedel.

Antalet beviljade krediter till kvinnor uppgick till 1 103 (1 265). I denna grupp är lånebeloppet i genomsnitt lägre. En förklaring är att här finns fler tjänsteföretag där kapitalbehovet ofta är lägre. Den totala andelen kvinnor var 33 (33) procent. I målgruppen nya företag var andelen kvinnor 39 (38) procent.

Antalet beviljade krediter till målgruppen invandrare uppgick till 727 (811). Den totala andelen företagare med invandrarbakgrund var 22 procent, en ökning jämfört med föregående år då den var 21 procent. I målgruppen nya företag var andelen företagare med invandrarbakgrund 28 (27) procent.

Fördelning av nyutlåningen 2011 per låneprodukt var:

Företagslån	1 926 Mkr
Exportlån	20 Mkr
Mikrolån	17 Mkr
Innovationslån	60 Mkr

Den förvaltade låneportföljen minskade något under 2011 och uppgick vid årets slut till 14 809 (15 084) lån om totalt 5 222 (5 467) miljoner kronor och efter reserveringar för befarade kreditförluster till 4 179 (4 423) miljoner kronor. Antalet konkurser ökade med 8 procent under 2011 jämfört med föregående år.

Fördelningen, låneportfölj:
- 4 822 krediter till etablerade företag om totalt 2 838 Mkr.
- 8 763 krediter till nya företag om totalt 2 109 Mkr.
- 1 224 innovationslån om totalt 275 Mkr.

Almis långivning sker vanligen i nära samarbete med bankerna. Under 2011 har Almis utlåning medfört att banker och andra finansiärer lånat ut ytterligare 5 922 (5 671) miljoner kronor. Det innebär att för varje krona som Almi lånar ut får företagen låna ytterligare 2,9 (2,7) kronor från banker eller andra kreditgivare.

Riskkapital
Det råder fortsatt brist på riskvilligt kapital på marknaden. Antalet ”venture investeringar” sjönk markant under finanskrisen och marknaden för riskvilligt kapital har fortsatt minskat under året. Även aktiviteter från affärsänglar har minskat under perioden främst på grund av det allmänna finansklimatet och utvecklingen på börsen. Under året har beslut fattats om investeringar för 187,8 (135,5) miljoner kronor i 44 (49) företag.

Fördelningen per region var:

Övre Norrland	30,0 (19,0) Mkr i 10 (8) företag
Mellersta Norrland	33,0 (21,5) Mkr i 6 (9) företag
Norra Mellansverige	14,2 (23,8) Mkr i 3 (5) företag
Stockholm	24,6 (23,7) Mkr i 5 (6) företag
Östra Mellansverige	28,8 (17,7) Mkr i 5 (8) företag
Västsverige	40,9 (16,6) Mkr i 7 (7) företag
Småland & Öarna	16,3 (13,2) Mkr i 8 (6) företag

Tillsammans med externa investeringspartners har totalt 720 (326) miljoner kronor tillförts regionerna i form av riskkapital.

Rådgivning
Efterfrågan på rådgivning var stor under hela året. Under 2011 har 15 483 (14 472) kunder tagit del av Almis rådgivning. Därutöver deltog 25 501 (21 854) personer i seminarier.

Totalt 7 729 (6 930) stycken kunderbjudande ”nyföretagarrådgivning” genomfördes, varav 4 364 (3 406) genom IFS rådgivning. Inom innovation genomfördes 4 495 (4 329) kunderbjudanden och inom mentorskap 1 958 (1 974). Övriga kunderbjudanden kan hänföras till målgruppen etablerade företag.

Fördelningen av rådgivningserbjudanden per målgrupp var 50 (44) procent nyföretagande, 26 (26) procent innovation och 24 (30) procent övrig rådgivning.

Under 2011 kommersialiserades 572 (563) innovationer och 4 949 (5 285) nya företag startade med hjälp från Almi.

I ägardirektivet till Almi framgår att regeringen vill se en ökning av andelen privata underkonsulter i genomförandet av dotterbolagens rådgivningsverksamhet. Syftet är att i ökad utsträckning kunna erbjuda spetskompetens inom nya områden, samt att öka kundernas valmöjligheter. Under 2011 genomfördes 56 procent av den totala rådgivningstiden av extern kompetens, det vill säga privata konsulter och mentorer. Detta är en ökning med 6 procent jämfört med 2010. Fördelningen var:

Externa underkonsulter
76 040 (87 485) tim,
vilket motsvarar 23 (28)%

Externa mentorer
107 690 (69 090) tim,
vilket motsvarar 33 (22) %

Almi rådgivare
144 753 (155 304) tim,
vilket motsvarar 44 (50) %

Väsentliga händelser

Under 2011 genomfördes ett strategiarbete inom Almi. Syftet med strategin var att åstadkomma största möjliga nytta för kunder och ägare genom att erbjuda en bättre och mer resurseffektiv verksamhet. Detta förutsätter ökad samordning av verksamhetsstödjande funktioner inom koncernen och ett utvecklat och enhetligt arbetssätt, men som också tillåter motiverade anpassningar till regionala förutsättningar. Som en följd av strategiarbetet har styrelsen fastställt ny vision, affärsidé samt strategiska och operativa mål för verksamheten. Förändringarna implementeras successivt i koncernen under 2012.

I syfte att stärka och effektivisera verksamheten har beslut tagits att slå ihop de regionala Almi-bolagen i Dalarna och Gävleborg till det gemensamma bolaget Almi GävleDala. Utvecklingen är en del i en långsiktig strategi att åstadkomma färre och större dotterbolag i Almi-koncernen. Tidigare har motsvarande sammanslagningar av åtta regionala Almibolag genomförts.

Regeringen genomförde under 2011 en översyn av statliga riskkapitalinsatser i syfte att åstadkomma ett system som är mer effektivt och långsiktigt finansiellt stabilt. En av slutsatserna var att integrera Innovationsbrons verksamhet i Almi. Med utgångspunkt i regeringens budgetproposition för 2012 fick styrelserna i Almi Företagspartner AB och Innovationsbron AB i uppdrag att föreslå hur en gemensam organisation för de två bolagen skulle kunna etableras som bättre tar tillvara möjligheter till tillväxt och innovation i hela landet, ökar statens insatser till skeden och segment där det finns ett tydligt behov av marknadskomplettering samt ökar kundnyttan genom ett tydligare och mer tillgängligt system för tidigt riskkapital. Förslaget överlämnades till Näringsdepartementet den 31 januari 2012.

Utsikter för 2012

Sedan mitten av 2011 har bankernas utlåning till små och medelstora företag successivt minskat. Bedömningen är att denna utveckling kommer att fortsätta under 2012. En anledning till den minskade utlåningen är att företagen väljer att avvakta med investeringar som en följd av höstens oro på de finansiella marknaderna. En annan förklaring är att bankerna blivit mer restriktiva i sin kreditgivning. Sammantaget bedöms efterfrågan på Almis finansiering öka något under året. Efterfrågan på rådgivningstjänster ökade under 2011. Denna utveckling bedöms fortsätta under 2012.

Den fastställda strategin för Almi kommer successivt att implementeras i koncernen. Detta kommer att märkas i form av ökad tydlighet och tillgänglighet för företagen samt att ytterligare resurser frigörs för kundarbetet genom en ökad samordning av verksamhetsstödjande funktioner.

Ett beslut om samgående mellan Almi och Innovationsbron väntas före halvårsskiftet. Arbetet med att fusionera verksamheterna är planerat att genomföras under hösten, för att vara klart till den 1 januari 2013.

ALMI-KONCERNENS FINANSIERING

Almi-koncernen erhåller driftsanslag från staten. I det samverkansavtal som staten förhandlat fram med de regionala ägarna regleras moderbolagets driftsanslag till de regionala dotterbolagen. Anslaget från staten täcker inte kostnaderna för driften av dotterbolagen. Koncernens verksamhet, regionalt och nationellt, finansieras därför delvis genom resultatet från låneverksamhet och kapitalförvaltning.

Anslaget från staten uppgick under 2011 till 127 (137) miljoner kronor. Anslagen från moderbolaget till de regionala bolagen uppgick till 184 (179) miljoner kronor och finansieras genom statens anslag, moderbolagets resultat från låneverksamheten och kapitalförvaltningen. Anslagen från minoritetsägarna i de regionala bolagen uppgick till 162 (163) miljoner kronor. De regionala bolagen erhåller också ersättning för uppdrag som utförs åt företag, länsstyrelser, kommuner med flera.

Almi har under 2011 tilldelats 50 miljoner kronor för innovationsverksamheten. 20 miljoner kronor har använts till utbetalning av förstudiemedel och 30 miljoner kronor till förlusttäckning av innovationsfinansiering.

RESULTAT OCH STÄLLNING, KONCERNEN

Avkastningen på utlånade medel uppgick efter kreditförluster till 1,8 (0,7)

Mkr	2011	2010	2009	2008	2007
Nettoomsättning	993	869	868	828	796
Resultat efter finansiella poster	45	- 79	- 59	9	114
Balansomslutning	7201	7169	7235	6993	4799
Nyutlåning beviljat	2 023	2 112	3 231	1 716	1 422
Lånestock brutto	5 217	5 467	5 151	3 624	3 259
Medelantal anställda	440	455	460	424	423

procent. Resultatet från utlåningen uppvisar skillnader mellan dotterbolagen. Enligt direktiv från staten ska riskerna balanseras så att Almi på lång sikt bevarar kapitalet nominellt intakt. Koncernens resultat före minoritetsintressen uppgick till 45 (-79) miljoner kronor. Moderbolagets resultat uppgick till -10 (-70) miljoner kronor.

Moderbolaget och de regionala utvecklingsbolagen är enligt lagen om statlig inkomstskatt (IL 7 kap § 16) frikallade från skattskyldighet för all annan inkomst än inkomst av näringsverksamhet som hänför sig till innehav av fastighet.

FINANSIELLA RISKER

Almis verksamhet finansieras huvudsakligen genom årliga anslag från ägarna samt genom eventuella överskott i finansieringsverksamheten samt avkastningen från förvaltning av överskottslikviditeten. Driftsanslagen till de regionala dotterbolagen tillskjuts av ägarna i proportion till deras ägande.

Enligt statens uppdrag till Almi Företagspartner ska den lånefond som ställts till bolagets förfogande hållas nominellt intakt, vilket också varit fallet ända sedan Almi bildades 1994. Utlåningsverksamheten visar år 2011 på ett positivt resultat för tolfte året i rad. Styrelsen i Almi har från april 2005 fastställt ett krav på en avkastning på i genomsnitt 2 procent per år över en rullande treårsperiod. Den rullande treårsavkastningen i låneverksamheten uppgick 2011 till 1,1 (1,1) procent.

Kreditrisk

Kreditrisk är risken för förlust till följd av att en kredittagare inte förmår fullgöra sin återbetalningsskyldighet. För att minska denna risk arbetar Almi bland annat med följande verktyg:

Uppföljning
Varje kund måste följas upp minst en gång per år i syfte att identifiera tidiga varningssignaler och om möjligt sätta in resurser för att hjälpa företaget att överbrygga tillfälliga svackor i verksamheten. Engagemang på större belopp och med större risk följs upp oftare än en gång per år. Vid uppföljningen görs en omprövning av rating och en riskbedömning för att rätt värdera Almis fordran i redovisningen. Varje kredit har en automatisk kreditbevakning från UC, som bevakar samtliga offentliga register och rapporterar till Almi.

Riskklassificering
Almi gör en risklassificering av samtliga lån som innebär att en bedömning görs av den risk på medellång sikt som företaget löper att komma på obestånd. Krediterna delas in i fem riskklasser, där riskklass 1 och 2 räknas som osäkra fordringar och därmed reserveras.

Riskklass 4: Engagemang med låg eller normal kreditrisk.

Riskklass 3: Engagemang med hög kreditrisk på grund av allvarliga brister, vilka om de inte avhjälps, allvarligt kan påverka låntagarens utveckling.

Riskklass 2: Engagemang med uppenbar kreditrisk. Kundens/projektets återbetalningsförmåga är mycket tveksam. Hela eller delar av engagemanget bör reserveras för befarad kreditförlust.

Riskklass 1: Engagemang med befarad förlust. Återbetalningsförmåga saknas. Låntagaren saknar egen kreditvärdighet. Reservering för befarad kreditförlust ska göras.

Riskklass 0: Engagemang där kreditförlust konstateras.

Affärsmässig risk
Almi bedömer även affärsrisken i engagemanget. Detta görs genom löpande rating av kunderna, likvärdig den som görs av bankerna enligt kapitaltäckningsreglerna, Basel II. Ratingklasserna är i 10 steg där A1 är lägsta risk och D är konstaterad förlust.

Ränterisk

Almis ränterisk beror dels på om rörelser i marknadsräntan förändrar marknadsvärdet på investerade medel eller om de ger förändrade intäkter på lånestocken. Dessa risker hanteras bland annat enligt nedanstående.

Utlåningen
Då Almi inte har några lån med bunden ränta utöver Exportlånen, finns det heller ingen ränterisk i kreditverksamheten på grund av långa bindningstider.

Exportlånen har en bunden ränta kvartalsvis, någon ränterisk föreligger ej då Almis upplåning från Svensk Exportkredit löper med samma förlängningstider. Risken i Exportlånen som helhet har fördelats mellan Svensk Exportkredit med 25 procent, Exportkreditnämnden med 25 procent samt Almi 50 procent. Överskott i verksamheten fördelas enligt samma principer.

Kapitalförvaltningen
Koncernens likvida medel förvaltas så att medel finns tillgängliga för verksamhetens löpande behov samt att möjligheterna till god avkastning tillvaratas. Förvaltningen sker genom väl diversifierade placeringar i finansiella tillgångar.

Överskottslikviditeten är i huvudsak placerad i räntebärandepapper och till största delen i obligationer. Durationen på den del av portföljen som utgörs av räntebärande papper uppgick vid årsskiftet till 2,4 år. Ränterisken för de räntebärande placeringarna innebär att marknadsvärdet på placeringarna sjunker vid en stigande ränta.

Förutom placeringarna i räntebärande papper innehåller portföljen till en mindre del placeringar i aktiefonder och hedgefonder.

STYRELSE

Vid ordinarie bolagsstämma den 26 april 2011 omvaldes styrelseledamöterna Ola Asplund, Jan Berg, Elisabeth Gauffin, Maria Masoomi och Bertil Törsäter samt nyvaldes Gunilla von Platen och Inga Thoresson-Hallgren. Till styrelsens ordförande omvaldes Elisabeth Gauffin och till vice ordförande omvaldes Ola Asplund. Arbetstagarrepresentanter har varit Lars Jansson och Per-Arne Norbäck med suppleanterna Peter Kraff och Anne-Louise Wester.

PERSONAL

Tabellen nedan visar medeltal anställda per bolag i koncernen.

	2011			2010		
Anställda	**Kvinnor**	**Män**	**Totalt**	**Kvinnor**	**Män**	**Totalt**
Moderbolaget	27	16	43	27	14	41
Almi Invest	6	8	14	5	6	11
Blekinge	3	7	10	3	8	11
Dalarna	7	6	13	8	8	16
Gotland	5	4	9	7	3	10
Gävleborg	5	12	17	6	11	17
Halland	7	4	11	5	5	10
IFS Rådgivning	0	1	1	1	1	2
Jönköping	8	10	19	9	12	21
Kalmar	5	6	11	5	7	12
Kronoberg	9	6	15	9	8	17
Mitt	22	21	43	21	22	43
Mälardalen	11	16	27	9	14	23
Nord	24	19	42	22	19	41
Skåne	16	10	26	16	12	28
Stockholm	0	0	0	10	9	19
Stockholm Sörmland	25	24	48	13	12	25
Sörmland	0	0	0	3	4	7
Uppsala	7	6	13	7	7	14
Värmland	7	8	14	7	7	14
Väst	17	19	36	18	21	39
Västmanland	0	0	0	1	2	3
Örebro	2	2	4	3	4	7
Östergötland	13	11	24	12	12	24
Summa	**225**	**215**	**440**	**227**	**228**	**455**

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att årets förlust -9 649 512 kronor överförs till balanserade vinstmedel.

Balanserade vinstmedel	110 302 056
Årets resultat	- 9 649 512
Summa, kr	**100 652 544**

KONCERNENS RESULTATRÄKNING

1 JANUARI–31 DECEMBER, TKR

	NOT	2011	2010
Intäkter	3		
Ränteintäkter och andra finansiella intäkter	4	496 584	376 602
Anslag	5	327 527	321 163
Övriga intäkter	6	168 455	170 797
		992 566	**868 562**
Rörelsens kostnader			
Övriga externa kostnader	7, 8	- 226 253	- 248 237
Personalkostnader	8	- 368 246	- 366 278
Avskrivningar		- 2 977	- 3 231
Finansiella kostnader		- 28 289	- 15 524
		- 625 765	**- 633 270**
Kreditförluster	9	- 321 584	- 314 345
RÖRELSERESULTAT		**45 217**	**- 79 053**
Resultat från andelar i intressebolag		–	–
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER		**45 217**	**- 79 053**
Minoritetens andel i rörelseresultat		- 26 866	4 468
ÅRETS RESULTAT FÖRE SKATT		**18 351**	**- 74 585**
Skatt		-2	–
ÅRETS RESULTAT EFTER SKATT		**18 349**	**- 74 585**

KONCERNEN BALANSRÄKNING

TKR	NOT	2011-12-31	2010-12-31
TILLGÅNGAR			
Immateriella anläggningstillgångar			
System och programvaror	10	16 960	1 883
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	11	6 244	7 140
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i intresseföretag	13	28 493	29 681
Andra långfristiga värdepappersinnehav	14	323 591	248 396
Andra långfristiga fordringar	16	1 221	3 217
		353 305	**281 294**
Summa anläggningstillgångar		**376 509**	**290 317**
Kreditfordringar och placeringstillgångar			
Utlåning	17	4 204 150	4 448 801
Placeringar	18	1 308 248	1 310 004
Summa kreditfordringar och placeringstillgångar		**5 512 398**	**5 758 805**
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		7 372	5 080
Övriga fordringar		17 766	23 262
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	19	57 032	76 201
		82 170	**104 543**
Kassa och bank		**1 229 854**	**1 015 646**
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR		**1 312 024**	**1 120 189**
SUMMA TILLGÅNGAR		**7 200 931**	**7 169 311**

KONCERNEN BALANSRÄKNING

TKR	NOT	2011-12-31	2010-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Aktiekapital (1 500 000 aktier)		150 000	150 000
Bundna reserver		5 701 341	5 709 778
Balanserat resultat		244 290	310 438
Årets resultat		18 349	- 74 585
Summa eget kapital		**6 113 980**	**6 095 631**
Minoritetsintresse		181 973	155 107
Avsättningar	20	2 464	56 712
Långfristiga skulder			
Skulder till landsting och kommuner	21	100	100
Övriga långfristiga skulder	22	729 128	677 460
		729 228	**677 560**
Kortfristiga skulder			
Leverantörskulder		31 574	23 592
Övriga skulder		47 213	73 126
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	94 499	87 583
		173 286	**184 301**
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		**7 200 931**	**7 169 311**
Ställda säkerheter		inga	inga
Ansvarsförbindelser	24	37 124	29 685

KONCERNENS SAMMANSTÄLLNING AV FÖRÄNDRINGAR I EGET KAPITAL

TKR	AKTIEKAPITAL	BUNDNA RESERVER	FRITT EGET KAPITAL	SUMMA EGET KAPITAL
Eget kapital 2010-01-01	**150 000**	**5 710 319**	**309 897**	**6 170 216**
Förskjutning mellan fritt och bundet eget kapital		- 541	541	–
Årets resultat			- 74 585	- 74 585
Eget kapital 2010-12-31	**150 000**	**5 709 778**	**235 853**	**6 095 631**
Förskjutning mellan fritt och bundet eget kapital		- 8 437	8 437	–
Årets resultat			18 349	18 349
Eget kapital 2011-12-31	**150 000**	**5 701 341**	**262 639**	**6 113 980**

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS

1 JANUARI – 31 DECEMBER, TKR

	NOT	2011	2010
Den löpande verksamheten			
Erhållna räntor, royalties		428 311	365 656
Erhållna anslag		327 527	321 163
Övriga inbetalningar		194 362	196 336
Betalda räntor		17 753	-1 020
Erhållna räntebetalningar på räntebärande värdepapper		54 185	23 520
Inbetalningar avseende tidigare nedskrivna lån		16 765	7 842
Övriga utbetalningar		-665 546	-653 883
Ökning/minskning av löpande verksamhetens tillgångar			
Förändring av placeringar		-7 175	718 407
Förändring av utlåningen	17	-114 206	-490 689
Kassaflöde från den löpande verksamheten		**251 976**	**487 332**
Investeringsverksamheten			
Aktieägartillskott intressebolag		1 188	-29 631
Förvärv av finansiella anläggningstillgångar		-142 508	-104 997
Försäljning av finansiella anläggningstillgångar		68 975	18 717
Förvärv av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-17 458	-3 756
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		366	485
Kassaflöde från investeringsverksamheten		**-89 437**	**-119 182**
Finansieringsverksamheten			
Ökning av skulder avseende medel för riskkapitalinvesteringar		75 094	60 759
Förändring av upplåning		-23 425	-8 246
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		**51 669**	**52 513**
Årets kassaflöde		**214 208**	**420 663**
Likvida medel vid årets början		**1 015 646**	**594 983**
Likvida medel vid årets slut [1)]		**1 229 854**	**1 015 646**

[1)] I likvida medel ingår Kassa och bank.

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

1 JANUARI–31 DECEMBER, TKR

	NOT	2011	2010
Intäkter	3		
Ränteintäkter och andra finansiella intäkter	4	438 191	362 169
Anslag	5	127 018	137 150
Intäkter från dotterbolag		2 671	2 769
Övriga intäkter	6	43 601	28 342
		611 481	**530 430**
Rörelsens kostnader			
Övriga externa kostnader	7, 8	-78 161	-72 072
Personalkostnader	8	-35 715	-34 221
Driftsanslag till dotterbolag		-184 323	-178 769
Avskrivningar		-228	-258
Finansiella kostnader		-1 713	-896
		-300 140	**-286 216**
Kreditförluster	9	-320 990	-314 349
RÖRELSERESULTAT		**-9 649**	**-70 135**
ÅRETS RESULTAT		**-9 649**	**-70 135**

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

TKR	NOT	2011-12-31	2010-12-31
TILLGÅNGAR			
Immateriella anläggningstillgångar			
System och programvaror	10	16 960	1 883
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	11	865	798
Finansiella anläggningstillgångar			
Aktier i dotterföretag	12	5 698	5 648
Andra långfristiga värdepappersinnehav	14	9 542	10 988
Långfristiga fordringar hos koncernföretag	15	263 311	258 497
		278 551	**275 133**
Andra långfristiga fordringar	16	–	–
Summa anläggningstillgångar		**296 376**	**277 814**
Kreditfordringar och placeringstillgångar			
Utlåning	17	4 203 717	4 447 973
Placeringar	18	1 283 365	1 287 678
Summa kreditfordringar och placeringstillgångar		**5 487 082**	**5 735 651**
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		164	251
Fordringar hos koncernföretag		1 564	4 432
Övriga fordringar		7 789	9 632
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	19	1 632	5 992
		11 149	**20 307**
Kassa och bank		**325 845**	**158 138**
Summa omsättningstillgångar		**336 994**	**178 445**
SUMMA TILLGÅNGAR		**6 120 452**	**6 191 910**

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

TKR	NOT	2011-12-31	2010-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Aktiekapital (1 500 000 aktier)		150 000	150 000
Reservfond		200 000	200 000
Lånefond		5 481 537	5 481 537
		5 831 537	**5 831 537**
Fritt eget kapital			
Balanserat resultat		110 302	180 437
Årets resultat		-9 649	-70 135
		100 653	**110 302**
Summa eget kapital		**5 932 190**	**5 941 839**
Avsättningar	20	0	42 400
Långfristiga skulder			
Övriga långfristiga skulder	22	99 449	122 874
		99 449	**122 874**
Kortfristiga skulder			
Leverantörskulder		12 194	4 809
Skulder till koncernföretag		63 569	62 513
Övriga skulder		3 077	6 122
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	9 973	11 353
		88 813	**84 797**
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		**6 120 452**	**6 191 910**
Ställda säkerheter		inga	inga
Ansvarsförbindelser	24	36 227	29 188

MODERBOLAGETS SAMMANSTÄLLNING AV FÖRÄNDRINGAR I EGET KAPITAL

TKR	AKTIEKAPITAL	RESERVFOND	LÅNEFOND	FRITT EGET KAPITAL	SUMMA EGET KAPITAL
Eget kapital 2010-01-01	**150 000**	**200 000**	**5 481 537**	**180 437**	**6 011 974**
Årets resultat				-70 135	-70 135
Eget kapital 2010-12-31	**150 000**	**200 000**	**5 481 537**	**110 302**	**5 941 839**
Årets resultat				-9 649	-9 649
Eget kapital 2011-12-31	**150 000**	**200 000**	**5 481 537**	**100 653**	**5 932 190**

MODERBOLAGETS KASSAFLÖDESANALYS

1 JANUARI – 31 DECEMBER, TKR

	NOT	2011	2010
Den löpande verksamheten			
Erhållna räntor, royalties		427 669	365 619
Erhållna anslag		127 018	137 150
Övriga inbetalningar		55 334	34 030
Betalda räntor		-1 713	-896
Erhållna räntebetalningar på räntebärande värdepapper		48 638	15 472
Inbetalningar avseende tidigare nedskrivna lån		16 761	7 838
Utbetalda anslag		-184 323	-178 769
Övriga utbetalningar		-153 011	-121 581
Ökning/minskning av löpande verksamhetens tillgångar			
Förändring av inlåning till moderbolaget från dotterbolag		-5 278	-534 375
Förändring av placeringar		-4 618	719 152
Förändring av utlåning	17	-114 606	- 490 377
Kassaflöde från den löpande verksamheten		**211 871**	**-46 737**
Investeringsverksamheten			
Förvärv av aktier i dotterbolag		-50	-1 051
Förvärv av finansiella anläggningstillgångar		-783	-314
Försäljning av finansiella anläggningstillgångar		281	–
Förvärv av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-15 372	-2 380
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		–	122
Medel till dotterbolag att investera i riskkapital	14	-4 814	-20 427
Medel till intressebolag att investera i riskkapital	15	–	–
Kassaflöde från investeringsverksamheten		**-20 738**	**-24 050**
Finansieringsverksamheten			
Förändring av upplåning		-23 425	-8 246
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		**-23 425**	**-8 246**
Årets kassaflöde		**167 708**	**-79 033**
Likvida medel vid årets början		**158 138**	**237 171**
Likvida medel vid årets slut [1)]		**325 846**	**158 138**

[1)] I likvida medel ingår Kassa och bank.

NOTER

Belopp i Tkr om ej annat anges

NOT 1 FÖRETAGSINFORMATION

Årsredovisningen för Almi Företagspartner AB har godkänts och undertecknats enligt styrelsebeslut den 2012-03-05.

Balans- och resultaträkning ska fastställas på ordinarie årsstämma.

Moderbolaget är ett svenskt aktiebolag, org-nr 556481-6204, med säte i Stockholm och med adress

Almi Företagspartner AB
Box 70394
107 24 STOCKHOLM
Telefon 08-709 89 00

Almis uppdrag är att främja utvecklingen av konkurrenskraftiga små och medelstora företag och stimulera nyföretagandet i syfte att skapa tillväxt och förnyelse i svenskt näringsliv.

Målet är att fler innovativa idéer kommersialiseras framgångsrikt, att fler livskraftiga företag startas och utvecklas samt att fler företag ökar sin konkurrenskraft och tillväxt. Verksamhetsområdet täcker hela processen från idé till lönsamt företag. Almis styrkor är den regionala närvaron, nätverket och kombinationen finansiering och rådgivning.

NOT 2 REDOVISNINGSPRINCIPER

Årsredovisningen har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Redovisningsrådets rekommendationer 1-29 med undantag av RR 18, Resultat per aktie, och RR 25 Redovisning för segment vilka ej är obligatoriska då bolagets aktie ej är föremål för handel vid börs eller annan auktoriserad marknadsplats.

Enligt EUs IAS-förordning är alla europeiska företag som har aktier eller skuldebrev noterade på en reglerad marknad skyldiga att från och med 2005 upprätta sin koncernredovisning enligt internationella redovisningsstandarden (IAS), numera betecknade IFRS. Då det i riktlinjer från Näringsdepartementet till Almi och övriga statliga bolag står att bolagen i tillämpliga delar ska tillämpa god sed för noterade bolag torde detta innebära att även Almi förväntas övergå till IFRS-redovisningen i koncernen.

I riktlinjerna anges att kravet på genomlysning och kvalitet kan ställas i relation till företagets relativa storlek samt ställning på marknaden. Almi har en marknadskompletterande roll och i förhållande till andra statliga företag liten storlek mätt i omsättning. Med hänsyn till ovanstående beslutades på styrelsemötet i december 2010 att tillsvidare inte tillämpa IFRS-redovisningen.

Koncernredovisning

Koncernbokslutet har upprättats enligt förvärvsmetoden. Detta innebär att eget kapital i koncernen endast omfattar eget kapital i moderbolaget och den del av eget kapital i dotterbolagen som tillkommit efter förvärvet.

Koncernens resultat- och balansräkningar omfattar alla företag i vilka moderbolaget direkt eller indirekt har mer än hälften av aktiernas röstvärde samt företag i vilka koncernen på annat sätt har ett bestämmande inflytande och en betydande andel av resultatet av deras verksamhet.

Investeringar i intresseföretag

Koncernens innehav i intresseföretag redovisas enligt kapitalandelsmetoden. Ett intresseföretag är en enhet i vilken koncernen har betydande inflytande, normalt minst 20 procent och högst 50 procent av rösterna, och som varken är ett dotterföretag eller joint venture. Ägandet ska vidare utgöra ett led i en varaktig förbindelse. Investeringarna i intresseföretag redovisas i balansräkningen till anskaffningsvärde plus förändringar av koncernens andel av intresseföretagets nettotillgångar.

I moderbolaget redovisas innehav i intresseföretag till anskaffningsvärde med avdrag för eventuella nedskrivningar.

Intäktsredovisning

Ränteinkomster redovisas som intäkt i resultaträkningen i den period de uppstår.

Driftsanslag intäktsförs till sin helhet under den period vilka de avser. Övriga anslag intäktsförs då de utnyttjas för det förutbestämda syftet.

Projektintäkter redovisas under den period då ett projekt genomförs och sammanfaller med kostnadsredovisningen för motsvarande projekt. Konsultintäkter redovisas under den period som en konsultinsats genomförs.

Kreditförluster

Som kreditförluster redovisas under året konstaterade kreditförluster samt reserveringar för befarade kreditförluster. Utlåningen redovisas netto, det vill säga efter avdrag för såväl konstaterade kreditförluster som reservering för befarade kreditförluster. Se även not 17 utlåning nedan.

Som konstaterad förlust redovisas förlust som är beloppsmässigt fastställd eller sannolik genom att konkursförvaltare lämnat uppskattning av utdelning i konkurs, ackordsförslag antagits eller fordran eftergivits på annat sätt.

Reservering för befarade kreditförluster görs om säkerhetens värde för en osäker fordran inte täcker lånebeloppet. Reservering görs med det belopp som ej beräknas inflyta, beaktat säkerhetens värde.

Leasingkostnader

Leasing används inom koncernen endast vid hyra av kontorsinventarier och tjänstebilar. Samtliga kontrakt är av operationell natur. Kostnaderna uppgår till oväsentliga belopp och redovisas under övriga externa kostnader. Koncernens hyreskontrakt för lokalhyror är tecknade till sedvanliga marknadsmässiga villkor.

Pensionskostnader

Åtaganden för ålderspension och familjepension för tjänstemän i Sverige tryggas huvudsakligen genom försäkring i Alecta. Enligt ett uttalande från Redovisningsrådets Akutgrupp, URA 42, är detta en förmånsbestämd plan som omfattar flera arbets-

givare. För räkenskapsåret 2011 har bolaget inte haft tillgång till sådan information som gör det möjligt att redovisa denna plan som en förmånsbestämd plan. Pensionsplanen enligt ITP som tryggas genom en försäkring i Alecta redovisas därför som en avgiftsbestämd plan. Årets avgifter för pensionsförsäkringar som är tecknade i Alecta uppgår till 20,2 (18,6) Mkr. Alectas överskott kan fördelas till försäkringstagarna och/eller de försäkrade. Vid utgången av september 2011 uppgick Alectas överskott av den kollektiva försäkringsnivån till 113 (134) procent. Den kollektiva konsolideringsnivån utgörs av marknadsvärdet på Alectas tillgångar i procent av försäkringsåtagandena beräknade enligt Alectas försäkringstekniska beräkningsantaganden, vilka inte överensstämmer med RR 29. Förutom försäkringar i Alecta förekommer även avgiftsbestämda pensionsplaner.

Avskrivningar
Avskrivningar på materiella anläggningstillgångar beräknas på respektive tillgångs anskaffningsvärde med linjär fördelning efter tillgångarnas bedömda nyttjandeperiod. Avskrivningar sker över 5 år för inventarier med undantag av datautrustning som avskrivs över 3 år och ombyggnationer som avskrivs över kvarstående löptid på ingånget hyresavtal. Immateriella anläggningstillgångar skrivs av över 3 till 5 år.

Materiella anläggningstillgångar
Anläggningstillgångarna redovisas till anskaffningskostnad med avdrag för ackumulerade avskrivningar samt nedskrivningar.

Immateriella anläggningstillgångar
Immateriella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärdet med avdrag för ackumulerade avskrivningar samt nedskrivningar. Tillkommande utgifter för en immateriell tillgång läggs till anskaffningsvärdet endast om de ökar de framtida ekonomiska fördelarna som överstiger den ursprungliga bedömningen och utgifterna kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Alla andra utgifter kostnadsförs när de uppkommer.

Utlåning
Lånefordringar redovisas initialt till utbetalt belopp. Efter det att lånet tagits upp i redovisningen första gången redovisas det till upplupet anskaffningsvärde inklusive upplupen ränta. I bokslutet upptas lånefordringarna till de belopp som efter individuell bedömning beräknas inflyta, se även Kreditförluster ovan.

Långfristiga värdepappersinnehav
Långfristiga värdepappersinnehav innefattar placeringar i aktier och andelar som en del av rörelsen men som inte motsvarar definitionen av intresseföretag. Innehaven värderas till anskaffningsvärdet då de för första gången redovisas i balansräkningen. I bokslutet redovisas innehaven till det lägsta av anskaffningsvärde och bedömt verkligt värde.

Fordringar och skulder
Fordringar redovisas till det lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde. En reservering av osäkra fordringar görs när det inte längre är sannolikt att det fulla beloppet kommer att inflyta. Skulder upptas till verkligt värde. Som kortfristiga fordringar respektive skulder redovisas mellanhavanden som avses att regleras inom ett år från balansdagen.

Placeringar
Placeringar utgörs huvudsakligen av obligationer och andra räntebärande värdepapper. Samtliga placeringar värderas till anskaffningsvärde då de första gången redovisas i balansräkningen. Anskaffningsvärdet motsvarar det verkliga värdet av den ersättning som lämnats inklusive kostnader som är hänförliga till förvärvet.

I bokslutet upptas placeringarna till det lägsta av anskaffningsvärdet, och i förekommande fall upplupet anskaffningsvärde, och verkligt värde med tillämpande av kollektiv värdering. Vid redovisning till upplupet anskaffningsvärde används den effektiva räntan vid värderingen. Som verkligt värde definieras marknadsvärdet per bokslutsdagen.

Normala förvärv och försäljningar av finansiella tillgångar redovisas i balansräkningen enligt likviddagsprincipen.

Avsättningar
Avsättningar redovisas när det föreligger en aktuell förpliktelse, legal eller informell, till följd av tidigare händelser och om det är sannolikt att en utbetalning kommer att bli aktuell för att fullgöra förpliktelsen, samt om det går att göra en tillförlitlig uppskattning av det belopp som ska utbetalas.

Belopp i Tkr om inget annat anges

NOT 3 INKÖP OCH FÖRSÄLJNING MELLAN KONCERNFÖRETAG

Moderbolaget har köpt tjänster från företag inom koncernen för sammanlagt 1,8 (9,0) Mkr och sålt tjänster för 2,7 (2,8) Mkr.

NOT 4 RÄNTEINTÄKTER OCH ANDRA FINANSIELLA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
Ränteintäkter från utlåning	**2011**	**2010**	**2011**	**2010**
Rörelselån	403 175	348 951	402 527	348 949
Royaltyintäkter	74	340	74	340
Garantiintäkter	789	790	789	790
Ränteintäkter ej ianspråktagna utlåningsmedel	34 801	12 091	34 801	12 090
Summa	**438 839**	**362 172**	**438 191**	**362 169**
Övriga finansiella intäkter				
Andra finansiella intäkter	57 745	14 430	–	–
Summa	**57 745**	**14 430**	**–**	**–**
Summa totalt	**496 584**	**376 602**	**438 191**	**362 169**

NOT 5 ANSLAG

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	**2010**	**2011**	**2010**
Driftanslag från staten	127 018	137 150	127 018	137 150
Driftanslag från landsting och kommuner	144 100	145 359	–	–
Övriga anslag från kommuner och landsting	17 619	17 889	–	–
Övriga anslag	38 790	20 765	–	–
Summa	**327 527**	**321 163**	**127 018**	**137 150**

NOT 6 ÖVRIGA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	**2010**	**2011**	**2010**
Projektintäkter	78 708	104 751	21 825	16 969
Konsultintäkter	8 024	9 818	–	–
EU intäkter	47 950	36 624	–	–
Övriga intäkter[1)]	33 773	19 604	21 776	11 373
Summa	**168 455**	**170 797**	**43 601**	**28 342**

[1)] Inkluderar i koncernen upplösning av momsreserv på 26,4 (3,2) Mkr. Se även not 20.

NOT 7 ÖVRIGA EXTERNA KOSTNADER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Inköp konsulter i projekt	-41 863	-48 101	-10 779	-3 724
Övriga konsultkostnader	-31 060	-32 005	-10 661	-9 541
Övriga kostnader låneverksamheten	-4 002	-3 631	-4 002	-3 631
Övriga externa kostnader [1)]	-149 328	-164 500	-52 719	-55 176
	-226 253	**-248 237**	**-78 161**	**-72 072**

[1)] Posten består bland annat av lokal-, telefon- och resekostnader, marknadsföringskostnader och revisionsarvode samt i moderbolaget koncerngemensamma kostnader som drift/utveckling av IT-system, gemensam informationsverksamhet samt utveckling av verktyg och metoder inom affärsutveckling.

Kostnader avseende ersättningar till KPMG uppgår i moderbolaget till 441 (340) Tkr i revisionsarvode, avseende revisionsuppdraget, 0 (0) Tkr i revisionsarvode utöver revisionsuppdraget, 140 (146) Tkr i skatterådgivning och 0 (13) Tkr i övrigt arvode. Revisor från Riksrevisionen har erhållit 0 (0) Tkr i revisionsarvode. Kostnader avseende ersättningar till KPMG uppgår i koncernen till 1 294 (1 292) Tkr i revisionsarvode avseende revisionsuppdraget, 132 (25) Tkr i revisionsarvode utöver revisionsuppdraget, 251 (199) Tkr i skatterådgivning och 113 (60) Tkr i övrigt arvode.

NOT 8 PERSONAL

Löner och andra ersättningar har uppgått till följande belopp:	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Löner och andra ersättningar	234 295	234 225	22 782	21 039
Sociala kostnader	124 345	120 745	11 348	11 047
(Varav sociala kostn. avs pensionskostnader)	(45 147)	(41 181)	(4 617)	(4 504)
Summa	**358 640**	**354 970**	**34 130**	**32 086**
varav				
Styrelse och vd	32 338	32 056	1 932	1 690
varav tantiem	–	–	–	–
Övriga anställda	201 957	202 169	20 850	19 349
Summa	**234 295**	**234 225**	**22 782**	**21 039**

Lön till verkställande direktören i moderbolaget har uppgått till 1 475 (1 198) Tkr och förmåner har uppgått till 64 Tkr varav bil 64 Tkr. Verkställande direktören har en avgiftsbestämd pensionslösning där premien är kostnadsneutral mot traditionell ITP.

Av Moderbolagets pensionskostnader avser 490 (400) Tkr vd. I händelse av uppsägning från företagets sida har vd 6 månaders uppsägningstid. Därutöver tillkommer avgångsvederlag under 12 månader utöver uppsägningstiden. Om vd erhåller lön eller annan ersättning för avlönat arbete eller egen verksamhet under tiden för uppsägningslön och avgångsvederlag sker en avräkning mot lön och vederlag. Vid egen uppsägning utgår lön under uppsägningstiden, 3 månader.

Förutom vd har koncernens ledningsgrupp i medeltal bestått av 8 personer, till vilka har utbetalats:

Tkr	Löne-kostnader	Pensioner	Övriga förmåner
Anna Hallberg	1 113	322	76
Lars Mårdbrant	798	186	–
Monica Åsmyr *			
Lars Limseth *			
Sten-Anders Gustafsson *			
Anna Lundmark Lundbergh *			
Sara Wallin *			
Mats Philipsson *			

* Vd i dotterbolag, ingen ersättning utgår från moderbolaget.

Medlemmarna i ledningsgruppen har en avgiftsbestämd pensionslösning där premien är kostnadsneutral mot traditionell ITP. Deras villkor för uppsägning och avgångsvederlag följer ALMEGAs tjänstemannaavtal.

Styrelsens ordförande arvoderas med 100 Tkr per år. Arvode utgår till styrelsens bolagsstämmovalda ledamöter med 60 Tkr.

I dotterbolagen arvoderas styrelsens ordförande med 50 Tkr, vice ordförande med 32 Tkr och ledamot med 18 Tkr samt ett arvode om 1,1 – 3,3 Tkr per sammanträde beroende på mötets längd. I Almi Stockholm Sörmland arvoderas ordföranden med 80 Tkr, vice ordföranden och ordföranden i finansieringsutskottet med 66 Tkr samt styrelsens ledamöter med 40 Tkr. I Almi Väst erhåller ordföranden 75 Tkr, vice ordföranden 66 Tkr och ledamot 40 Tkr. I Almi Skåne erhåller ordföranden 70 Tkr, vice ordföranden och ledamot 30 Tkr. I de bolag som samordnat verksamheten över länsgränserna under senare år, nämligen Almi Nord, Almi Mitt samt Almi Mälardalen, har ordförande 70 Tkr, vice ordförande 35 Tkr och övriga ledamöter 20 Tkr. Styrelseledamöter som är anställda i moderbolaget eller dotterbolagen uppbär ingen ersättning.

Av Koncernens pensionskostnader avser 6 580 (10 055) Tkr verkställande direktörer och styrelser. Koncernens utestående pensionsförpliktelser till verkställande direktörerna uppgår till 0 (0) Tkr.

Medelantal anställda	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Kvinnor	225	227	27	27
Män	215	228	16	14
Summa	**440**	**455**	**43**	**41**
Sjukfrånvaro				
Sjukfrånvaro i %				
Kvinnor	2,84	2,70	5,88	6,17
Män	2,10	2,38	2,16	7,06
Total sjukfrånvaro	**2,48**	**2,54**	**4,48**	**6,47**

Uppgift om sjuk- och långtidssjukfrånvaro fördelat per åldersgrupp lämnas ej eftersom den kan hänföras till enskild individ.

Könsfördelning	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Styrelseledamöter				
Kvinnor	77	75	4	3
Män	103	115	5	6
VD				
Kvinnor	13	9	–	–
Män	18	22	1	1
Företagsledning				
Kvinnor	19	21	4	3
Män	17	27	4	6

Åldersfördelning, styrelseledamöter, ålder, år	under 30	30–50	mer än 50
Fördelning i %			
Koncernen	1%	28	71
Moderbolaget	–	22	78

NOT 9 KREDITFÖRLUSTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Kreditförluster vid utlåning				
Återvunna avskrivna fordringar	16 765	7 842	16 761	7 838
Riskavtäckning från EIF, Näringsdep. med flera	28 588	20 241	28 588	20 241
Samarbetspartners andel av kreditförluster*	4 811	11 410	4 811	11 410
Konstaterade förluster	-396 165	-177 376	-396 166	-177 376
Förändring av reserv för befarade förluster	24 417	-176 462	25 016	-176 462
Summa	**-321 584**	**-314 345**	**-320 990**	**-314 349**

* Avser exportlån

NOT 10 SYSTEM OCH PROGRAMVAROR

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Ingående anskaffningsvärde	1 883	–	1 883	–
Inköp	15 077	1 883	15 077	1 883
Utgående ack anskaffningsvärde	**16 960**	**1 883**	**16 960**	**1 883**
Ingående avskrivningar	–	–	–	–
Årets avskrivningar	–	–	–	–
Utgående ack avskrivningar	**–**	**–**	**–**	**–**
Bokfört värde balanserade IT-kostnader	**16 960**	**1 883**	**16 960**	**1 883**

NOT 11 INVENTARIER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Ingående anskaffningsvärde	40 423	42 961	4 584	4 480
Inköp	2 380	1 874	295	497
Försäljningar och utrangeringar	-6 340	-4 412	0	-393
Utgående ack anskaffningsvärde	**36 463**	**40 423**	**4 879**	**4 584**
Ingående avskrivningar	-33 283	-33 887	-3 786	-3 817
Årets avskrivningar	-2 650	-3 235	-228	-258
Försäljning och utrangeringar	5 714	3 839	0	289
Utgående ack avskrivningar	**-30 219**	**-33 283**	**-4 014**	**-3 786**
Bokfört värde inventarier	**6 244**	**7 140**	**865**	**798**

NOT 12 AKTIER I DOTTERFÖRETAG

	2011	2010
Ingående anskaffningsvärde	5 648	4 597
Förvärv	50	51
Aktieägartillskott	–	1 000
Avyttring	–	–
Utgående ack anskaffningsvärde	**5 698**	**5 648**

NOT 12 AKTIER I DOTTERFÖRETAG forts.

Bolag	Antal aktier	Kvot-värde	Kapital/ Rösträtts-andel	Bokfört värde (tkr)
Almi Företagspartner Blekinge AB	10 200	100	51%	25,5
Almi Företagspartner Dalarna AB	5 100	100	51%	1 445,5
Almi Företagspartner Gotland AB	5 100	100	51%	25,5
Regioninvest Gotland AB (dotterbolag till Almi Gotland)	1 000	100		
Almi Företagspartner Gävleborg AB	5 100	100	51%	25,5
Almi Företagspartner GävleDala AB	500	100	100%	50,0
Almi Företagspartner Halland AB	5 100	100	51%	25,5
Almi Företagspartner Jönköping AB	5 100	100	51%	25,5
Almi Företagspartner Kalmar AB	15 300	100	51%	25,5
Almi Företagspartner Kronoberg AB	5 100	100	51%	25,5
Almi Företagspartner Mitt AB	510	100	51%	51,0
SamInvest Mitt AB (dotterbolag till Almi Mitt)	5 000	100		
Almi Företagspartner Nord AB	510	100	51%	51,0
Almi Företagspartner Skåne AB	10 200	100	51%	797,6
Almi Företagspartner Stockholm AB	10 200	100	51%	25,5
Almi Stockholm investeringsfond AB (dotterbolag till Almi Sthlm)	1 000	100		
Almi Företagspartner Stockholm Sörmland AB	510	100	51%	1 051,4
Almi Företagspartner Sörmland AB	5 100	100	51%	25,5
Almi Företagspartner Uppsala AB	5 100	100	51%	510,0
Almi Företagspartner Värmland AB	5 100	100	51%	25,5
Almi Företagspartner Väst AB	22 745	100	51%	1 259,1
Start Invest AB (dotterbolag till Almi Väst)	300 000	100		
Almi Företagspartner Västmanland AB	5 100	100	51%	25,5
Almi Företagspartner Örebro AB	5 100	100	51%	25,5
Partnerinvest i Mellansverige AB (dotterbolag till Almi Örebro)	10 000	100		
Almi Företagspartner Mälardalen AB (dotterbolag till Almi Västmanland och Örebro)	2 500	250		
Almi Företagspartner Östergötland AB	10 200	100	51%	25,5
Almi Invest AB	100 000	100	100%	100,0
Almi Invest Norra Mellansverige AB (dotterbolag till Almi Invest)	100 000	100		
Almi Invest Småland och Öarna AB (dotterbolag till Almi Invest)	100 000	100		
Almi Invest Stockholm AB (dotterbolag till Almi Invest)	100 000	100		
Almi Invest Västsverige AB (dotterbolag till Almi Invest)	100 000	100		
Almi Invest Östra Mellansverige AB (dotterbolag till Almi Invest)	100 000	100		
IFS Rådgivning AB	510	100	51%	51,0
Summa				**5 698,1**

Bolag	Org. nr.	Säte
Almi Företagspartner Blekinge AB	556488-1158	Karlskrona
Almi Företagspartner Dalarna AB	556488-1232	Falun
Almi Företagspartner Gotland AB	556488-1166	Gotland
Regioninvest Gotland AB	556643-4063	Gotland
Almi Företagspartner Gävleborg AB	556488-1174	Gävle
Almi Företagspartner GävleDala AB	556875-0482	Borlänge
Almi Företagspartner Halland AB	556488-1299	Halmstad
Almi Företagspartner Jönköping AB	556488-1281	Jönköping
Almi Företagspartner Kalmar AB	556488-1273	Oskarshamn
Almi Företagspartner Kronoberg AB	556488-1265	Växjö
Almi Företagspartner Mitt AB	556750-3312	Östersund
SamInvest Mitt AB	556670-2444	Östersund
Almi Företagspartner Nord AB	556735-6398	Umeå
Almi Företagspartner Skåne AB	556488-1208	Malmö
Almi Företagspartner Stockholm AB	556488-1380	Stockholm
Almi Stockholm investeringsfond AB	556203-2531	Stockholm
Almi Företagspartner Stockholm Sörmland AB	556141-8392	Stockholm
Almi Företagspartner Sörmland AB	556488-1224	Nyköping
Almi Företagspartner Uppsala AB	556488-1216	Uppsala
Almi Företagspartner Värmland AB	556488-1315	Karlstad
Almi Företagspartner Väst AB	556488-1307	Göteborg
Start Invest AB	556201-6922	Göteborg
Almi Företagspartner Västmanland AB	556488-1356	Västerås
Almi Företagspartner Örebro AB	556488-1398	Örebro
Partnerinvest i Mellansverige AB	556428-2423	Örebro
Almi Företagspartner Mälardalen AB	556800-3312	Västerås
Almi Företagspartner Östergötland AB	556488-1331	Linköping
Almi Invest AB	556764-9374	Östersund
Almi Invest Norra Mellansverige AB	556764-9412	Östersund
Almi Invest Småland och Öarna AB	556764-9396	Östersund
Almi Invest Stockholm AB	556764-9354	Östersund
Almi Invest Västsverige AB	556764-9370	Östersund
Almi Invest Östra Mellansverige AB	556764-9388	Östersund
IFS Rådgivning AB	556720-1065	Stockholm

NOT 13 ANDELAR I INTRESSEFÖRETAG

	Koncernen	
	2011	**2010**
Ingående anskaffningsvärde	29 681	50
Aktieägartillskott		29 631
Avyttringar		–
Andel i resultat	-1 188	–
Omklassificeringar		–
Utgående ack anskaffningsvärde	**28 493**	**29 681**

	Antal aktier och andelar	Andel %	Bokfört värde (Tkr)
Almi Partnerinvest i Norr AB	**100**	50,0	28 493
Org. nr. 556771–4331, säte: Östersund			
Summa			**28 493**

NOT 14 ANDRA LÅNGFRISTIGA VÄRDEPAPPERSINNEHAV

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Ingående anskaffningsvärde	248 396	169 936	10 988	10 423
Förvärv	142 508	104 998	783	314
Avyttringar	-18 408	-12 498	-281	–
Omklassificeringar	836	9 281	1 750	9 068
Nedskrivningar	-49 741	-23 321	-3 698	-8 817
Utgående ack anskaffningsvärde	**323 591**	**248 396**	**9 542**	**10 988**

NOT 15 LÅNGFRISTIGA FORDRINGAR HOS KONCERNFÖRETAG

	Moderbolaget	
	2011	2010
Ingående anskaffningsvärde	258 497	223 083
Ökning	16 000	40 816
Minskning	-11 186	-5 402
Utgående ack anskaffningsvärde	**263 311**	**258 497**

Ökningen avser medel som tillförts Almi Invest AB, dess dotterbolag och SamInvest Mitt AB.

Medlen ska i huvudsak användas för att investera i riskkapital. Minskningen avser nedskrivning av fordringarna motsvarande kostnader för driften av riskkapitalverksamheten.

NOT 16 ANDRA LÅNGFRISTIGA FORDRINGAR

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Ingående anskaffningsvärde	3 217	30 642	–	14 987
Ökning	400	2 587	–	–
Omklassificering		-29 812	–	-14 987
Minskning	-2 396	-200	–	–
Utgående ack anskaffningsvärde	**1 221**	**3 217**	**–**	**–**

Omklassificeringen avser fordran på intressebolaget Almi Partnerinvest i Norr AB som genom aktieägartillskott har omvandlats till andelar i intressebolag.

NOT 17 UTLÅNING

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Rörelselån				
Ingående värde lånefordringar	5 463 205	5 145 710	5 462 385	5 145 202
Utlåning	1 733 986	1 897 436	1 733 986	1 897 124
Amorteringar	-1 619 780	-1 406 021	-1 619 380	-1 406 021
Omklassificering av lånefordran till värdepapper	-1 750	-9 068	-1 750	-9 068
Avskrivningar	-370 175	-163 721	-370 175	-163 721
Kapitaliserad ränta	3 793	4 058	3 793	4 058
Värdereglering lån i utländsk valuta	4 156	-5 189	4 156	-5 189
Utgående värde lånefordringar	**5 213 435**	**5 463 205**	**5 213 015**	**5 462 385**

NOT 17 UTLÅNING FORTS.

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Ingående reserv för befarade låneförluster	**-1 043 478**	**-868 374**	**-1 043 478**	**-868 374**
Upplösning av reserv för befarade förluster	228 350	102 240	228 350	102 240
Avsättning reserv för befarade förluster	-223 752	-277 344	-223 752	-277 344
Utgående reserv för befarade förluster	**-1 038 880**	**-1 043 478**	**-1 038 880**	**-1 043 478**
Lånefordringar netto, exklusive royalty	4 174 555	4 419 727	4 174 135	4 418 907
Utvecklingskapital/royalty				
Nuvärde av förväntade framtida royaltyinbetaln.	4 217	4 218	4 217	4 218
Lånefordringar netto, inklusive royalty	4 178 772	4 423 945	4 178 352	4 423 125
Räntefordringar	25 378	24 856	25 365	24 848
Summa utlåning	**4 204 150**	**4 448 801**	**4 203 717**	**4 447 973**

Av utlåningen, exklusive räntefordringar, förfaller 38 procent till amortering under 2012, 57 procent till amortering 2013-2016 och 5 procent till amortering 2017 eller senare.

I koncernen och i moderbolaget uppgick 2011-12-31 beviljade men ännu ej utbetalda lån till 247 376 (262 964) Tkr. Av beviljade ej utbetalade lån har de senaste 5 åren i genomsnitt 86 procent betalats ut.

Utbetalningen sker i regel inom 3 månader efter att en kredit har beviljats.

NOT 18 PLACERINGAR

		Koncernen	
	Verkligt värde 2011	2011	2010
Likvidförvaltning	28 326	28 326	55 620
Bank- och Företagscertifikat	6 588	9 204	27 286
Obligationslån	–	–	186 873
Fondandelar	1 214 492	1 193 368	912 975
Övriga värdepapper	75 588	77 350	136 181
Reservering	–	–	-8 931
Summa	**1 324 994**	**1 308 248**	**1 310 004**

		Moderbolaget	
	Verkligt värde 2011	2011	2010
Likvidförvaltning	17 662	17 662	48 611
Bank– och Företagscertifikat	6 588	9 204	25 295
Obligationslån	–	–	186 873
Fondandelar	1 202 419	1 181 424	900 725
Övriga värdepapper	73 295	75 075	135 105
Reservering	–	–	-8 931
Summa	**1 299 964**	**1 283 365**	**1 287 678**

NOT 19 FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Förutbetalda hyror	6 382	6 669	689	533
Räntefordringar värdepapper	2 384	5 659	–	4 906
Övriga upplupna intäkter	45 713	60 348	–	469
Övriga förutbetalda kostnader	2 553	3 525	943	84
Summa	**57 032**	**76 201**	**1 632**	**5 992**

NOT 20 AVSÄTTNINGAR

	Koncernen	Moderbolaget
	2011	2011
Avsättningar för moms		
Belopp vid årets början	55 025	41 300
Avsättningar som gjorts under året	–	–
Outnyttjade belopp som återförts	-55 025	-41 300
Belopp vid årets slut	**0**	**0**
Övriga avsättningar		
Belopp vid årets början	1 687	1 100
Avsättningar som gjorts under året	2 349	–
Belopp som tagits i anspråk under året	-1 572	-1 050
Outnyttjade belopp som återförts	–	-50
Belopp vid årets slut	**2 464**	**0**
Summa avsättningar	**2 464**	**0**

Under 2011 har Almikoncernens momssituation utretts, vilket innebär att kvarvarande momsavsättningar från tidigare år har lösts upp.

NOT 21 SKULDER TILL LANDSTING OCH KOMMUNER

Skulder på 100 Tkr ska lösas under 2015.

NOT 22 ÖVRIGA LÅNGFRISTIGA SKULDER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Medel från EU, Nutek med flera, att användas som riskkapital i mindre och medelstora bolag.*	629 679	554 586	–	–
Stödområde B	19 017	14 424	19 017	14 424
Skuld till SEK för finansiering av exportlån.	80 432	108 450	80 432	108 450
Summa	**729 128**	**677 460**	**99 449**	**122 874**

*Medlen används främst till investeringar i form av riskkapital. En mindre del av medlen används normalt för den löpande driften av riskkapitalverksamheten. Då investeringar görs redovisas de under balansposten "Andra långfristiga värdepappersinnehav". Det redovisade värdet av investeringarna motsvaras av långfristiga skulder. I de fall medlen används för driftskostnader redovisas en intäkt under resultatposten "Anslag" och ingår i det som under not 5 specificeras som "övriga anslag". Den långfristiga skulden minskas med samma belopp som redovisas som en intäkt.

NOT 23 UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Personalrelaterade poster	37 119	36 434	2 732	2 903
Övriga upplupna kostnader	11 503	14 518	1 785	5 900
Förutbetalda anslag	40 461	35 147	5 456	2 550
Övriga förutbetalda intäkter	5 416	1 484	–	–
Summa	**94 499**	**87 583**	**9 973**	**11 353**

NOT 24 ANSVARSFÖRBINDELSER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Tecknade garantier	36 227	29 188	36 227	29 188
Övriga ansvarsförbindelser	897	497	–	–
Summa	**37 124**	**29 685**	**36 227**	**29 188**

De utestående tecknade garantierna per den 2011-12-31 förväntas inte leda till några utbetalningar.

NOT 25 HYROR

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Årets kostnader för hyra av lokaler	26 368	23 100	2 632	2 892
Framtida hyreskostnader enligt ingångna avtal				
Inom 1 år	25 928	26 656	2 446	2 361
Mellan 2 och 5 år	56 963	45 729	5 883	6 484
Över 5 år	2 401	1 715	–	–

NOT 26 FÖRSLAG TILL UTDELNING

Styrelsen föreslår, i likhet med tidigare år, att ingen utdelning lämnas till aktieägarna.

Styrelsens och verkställande direktörens försäkran vid undertecknande av årsredovisningen år 2011.
Vi försäkrar att årsredovisningen, såvitt vi känner till, är upprättad i överensstämmelse med god redovisningssed, att lämnade uppgifter stämmer med de faktiska förhållandena och att inget av väsentlig betydelse är utelämnat som skulle kunna påverka den bild av bolaget som skapats av årsredovisningen.

Stockholm 2012-03-05

Elisabeth Gauffin
Styrelsens ordförande

Göran Lundwall
Verkställande direktör

Ola Asplund

Inga Thoresson-Hallgren

Maria Masoomi

Ann-Lena Cederström

Jan Berg

Bertil Törsäter

Lars Jansson

Per-Arne Norbäck

Vår revisionsberättelse har lämnats 2012
KPMG AB

Stefan Holmström
Auktoriserad revisor

REVISIONSBERÄTTELSE

TILL ÅRSSTÄMMAN I ALMI FÖRETAGSPARTNER AB
Org nr 556481–6204

RAPPORT OM ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

Vi har reviderat årsredovisningen och koncernredovisningen för Almi Företagspartner AB för år 2011.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen och koncernredovisningen.

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen och koncern-redovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur företaget upprättar årsredovisningen och koncernredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen och koncernredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets och koncernens finansiella ställning per den 31 december 2011 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen.

RAPPORT OM ANDRA KRAV ENLIGT LAGAR OCH ANDRA FÖRFATTNINGAR

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även reviderat förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för Almi Företagspartner AB för år 2011.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Vi tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 5 mars 2012
KPMG AB

REVISORS RAPPORT ÖVER ÖVERSIKTLIG GRANSKNING AV ALMIS HÅLLBARHETSREDOVISNING

TILL LÄSARNA AV ALMIS HÅLLBARHETSREDOVISNING FÖR 2011.

INLEDNING

Vi har fått i uppdrag av koncernledningen att översiktligt granska innehållet i Almis hållbarhetsredovisning 2011. Hållbarhetsredovisningen återfinns på sidorna 100-107 samt sidan 93 i Almis Årsredovisning 2011. Det är Almis styrelse och koncernledning som har ansvaret för det löpande arbetet med hållbar utveckling och för att presentera hållbarhetsredovisningen i enlighet med tillämpliga kriterier. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om hållbarhetsredovisningen grundad på vår översiktliga granskning.

INRIKTNING OCH OMFATTNING

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med RevR 6 *Bestyrkande av hållbarhetsredovisning* utgiven av Far. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för upprättandet av hållbarhetsredovisningen, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige i övrigt har. De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Vårt bestyrkande omfattar inte de antaganden som använts eller huruvida det är möjligt för företaget att uppnå framåtriktad information (såsom mål, förväntningar och ambitioner).

De kriterier som vår granskning baseras på är de delar av ”Sustainability Reporting Guidelines, G3”, utgiven av The Global Reporting Initiative (GRI) som är tillämpliga för hållbarhetsredovisningen. Vi anser att dessa kriterier är lämpliga för upprättande av hållbarhetsredovisningen.
Vår översiktliga granskning har, utifrån en bedömning av väsentlighet och risk, bland annat omfattat följande:

- Bedömning av kriteriernas lämplighet och tillämpning avseende intressenternas informationsbehov.
- Intervju med affärscontroller, chef för rådgivningen, kreditchef samt ansvarig för hållbarhetsredovisningen i syfte att bedöma om den kvalitativa och kvantitativa informationen i hållbarhetsredovisningen är fullständig, riktig och tillräcklig.
- Att vi har tagit del av interna dokument för att bedöma om den rapporterade informationen är fullständig, riktig och tillräcklig.
- Genomgång på stickprovsbasis av underliggande dokumentation som legat till grund för hållbarhetsrelaterad information och data i hållbarhetsredovisningen.
- Genomgång av kvalitativ information och uttalanden i hållbarhetsredovisningen.
- Bedömning av Almis uttalade tillämpningsnivå avseende GRIs riktlinjer.
- Övervägande av helhetsintrycket av hållbarhetsredovisningen, samt dess format, därvid övervägande av informationens inbördes överensstämmelse med tillämpade kriterier.

SLUTSATS

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att hållbarhetsredovisningen inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan angivna kriterierna.

Stockholm den 26 mars 2012
KPMG AB

Stefan Holmström
Auktoriserad revisor

Karin Sivertsson
Specialistmedlem i Far

JOBB *och välstånd*

ELISABETH GAUFFIN ORDFÖRANDE

Ett starkt och konkurrenskraftigt näringsliv är en förutsättning för välstånd och ökad sysselsättning.

> »Ska konkurrenskraften förbättras behöver förnyelsetakten öka. Vi behöver ta hand om innovationskraften som finns hos människor och företag. Vi behöver en bred syn på innovation och vi måste kommersiellt ta tillvara de innovativa framsteg som sker.«

Under den instabila världskonjunkturen 2011 klarade sig Sverige förhållandevis bra. Vi har ett väl fungerande politiskt system och ett tydligt politiskt ansvarstagande. Men, i tider av kris är vi särskilt utsatta. Sverige är ett litet land med stort exportberoende och många storföretag. Vi har en utmaning i att höja konkurrenskraften hos svenska företag. För att lyckas med det ska många grundläggande förutsättningar finnas på plats. En av dessa är riskvilligt kapital. En annan är förmågan till förnyelse och innovationsförmågan i det svenska näringslivet.

Ska konkurrenskraften förbättras behöver förnyelsetakten öka. Vi behöver ta hand om innovationskraften som finns hos människor och företag. Vi behöver en bred syn på innovation och vi måste kommersiellt ta tillvara de innovativa framsteg som sker. Människor måste våga vara innovativa och det är viktigt att vi skapar en miljö som möjliggör det.

De globala utmaningarna, bland annat klimat, miljö och hälsa, innebär inte bara hot utan också möjligheter. De länder som kan leverera innovativa lösningar kan skapa både sysselsättning och välstånd. Sverige ligger långt fram beträffande hållbar utveckling, den positionen måste vi stärka ytterligare. Idag kommer det fram många innovationer kopplat till energi och miljö. Just energifrågor är en av de största utmaningar vi står inför. Det finns fortfarande mycket som är outforskat inom området, det ger också utrymme för nya affärsmöjligheter.

Omvärlden kommer närmare. Avstånden minskar och utbytet med andra länder och kulturer sker allt snabbare. I det sammanhanget är det viktigt att aktivt ta tillvara den kompetens som finns för att utveckla relationer med omvärlden. Det är också viktigt att utnyttja kompetens och erfarenhet hos människor från andra länder och kulturer för att utveckla det svenska näringslivet och konkurrenskraften.

Arbetslösheten bland unga ökar. Samtidigt ska vi jobba allt längre upp i åldrarna. Utrymmet för unga att komma in i näringslivet tidigt minskar. Därför måste entreprenörskap och att driva eget företag bli ett tydligare och mer attraktivt alternativ för unga människor. Tyvärr har många av dagens ungdomar ingen, eller för liten erfarenhet av vad det innebär att driva företag – och det är heller inget man lär ut i skolan. Organisationen ”Ungt Företagande” gör här en fantastisk insats som Almi bidrar till på olika sätt.

Almi har en mycket viktig roll i att bidra till de grundläggande förutsättningarna för ett konkurrenskraftigt näringsliv. Almi är ett verktyg för den politiska ledningen att fylla luckor där marknaden inte fungerar. Den regionala närvaron och den marknadskompletterande rollen är två viktiga utgångspunkter för verksamheten. Almi ska också sträva efter att samarbeta med andra aktörer och nyttja extern kompetens i sin verksamhet.

Sveriges framtida tillväxt kommer sannolikt att till stor del skapas i små och medelstora företag. En utmaning blir därför att få fler innovativa och konkurrenskraftiga företag att starta och växa i Sverige. Innovationer är en av våra stora konkurrensfördelar i en global ekonomi och en nödvändighet för att behålla och utveckla vårt välstånd. Med Almis hjälp gör vi det möjligt för fler bärkraftiga idéer att utvecklas och då kommer det också att skapas fler framgångsrika företag.

STYRELSEN

ELISABETH GAUFFIN
Ordförande
Ledamot av styrelsen sedan 2008
Egenföretagare, Lantbrukare
Utbildning: Agronom
Född 1959
Andra styrelseuppdrag: KRAV

OLA ASPLUND
Ledamot av styrelsen sedan 2004
Utredningschef vid IF Metall
Utbildning: Ekonomutbildning
Född 1953
Andra styrelseuppdrag: Rådet för Näringsliv och Utveckling (UD), Governance Board School of Engineering – Blekinge Tekniska Högskola, Sekreterare i Industrikommitténs programgrupp för Industriell utveckling, KK-stiftelsen (Stiftelsen för Kunskap och Kompetens)
Övrigt: Ledamot av IVA (Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien)

JAN BERG
Ledamot av styrelsen sedan 2009
Egen konsulterande verksamhet
Utbildning: Civilingenjör
Född 1953
Andra styrelseuppdrag: Agenta Investment Management AB, Specialfastigheter AB

LARS JANSSON
Personalrepresentant
Ledamot av styrelsen sedan 2009
Affärs- och innovationsrådgivare
Utbildning: Maskiningenjör
Född 1955
Andra styrelseuppdrag: Personalrepresentant Almi Företagspartner Gävleborg AB

BERTIL TÖRSÄTER
Ledamot av styrelsen sedan 2007
Regionutvecklingsdirektör
Utbildning: Byggnadsingenjör och Fil. kand.
Född 1949
Andra styrelseuppdrag: Göteborgs Universitet, Innovatum Teknikpark, Sahlgrenska Science Park, Svenska Ostindiska Companiet, Almi Företagspartner Väst AB, Almi Invest Väst AB

INGA THORESSON-HALLGREN
Ledamot av styrelsen sedan 2011
Enhetschef, departementsråd
Näringsdepartementet
Utbildning: Civilekonom
Född 1958
Andra styrelseuppdrag: Visit Sweden AB

MARIA MASOOMI
Ledamot av styrelsen sedan 2007
Matentreprenör, mångfaldskonsult och debattör. Produktutveckling inom livsmedelsindustrin, utbildningar för sjukvårds- och storkökspersonal.
Utbildning: Dietist och kostekonom
Född 1965
Andra styrelseuppdrag:
Ung Företagsamhet

PER-ARNE NORBÄCK
Personalrepresentant
Ledamot av styrelsen sedan 2011
Finansieringsrådgivare
Utbildning: Civilekonom, teleingenjör
Född 1953
Andra styrelseuppdrag: Personalrepresentant Almi Företagspartner Stockholm Sörmland AB

ANNA-LENA CEDERSTRÖM
Ledamot av styrelsen sedan 2011
Regiondirektör, Region Blekinge
Utbildning: Civilekonom
Född 1963
Andra styrelseuppdrag: Blekinge Tekniska Högskola, Sydsvensk Entreprenörfond AB, Media Evolution AB, Blekinge Forskningsstiftelse

ELISABETH GAUFFIN

OLA ASPLUND

JAN BERG

LARS JANSSON

MARIA MASOOMI

BERTIL TÖRSÄTER

PER-ARNE NORBÄCK

INGA THORESSON-HALLGREN

ANNA-LENA CEDERSTRÖM

GÖRAN LUNDWALL

ANNA HALLBERG

LARS MÅRDBRANT

MATS PHILIPSSON

SARA WALLIN

ANNA LUNDMARK LUNDBERGH

LARS LIMSETH

STEN-ANDERS GUSTAFSSON

MONICA ÅSMYR

KONCERNLEDNINGEN

GÖRAN LUNDWALL
Vd och koncernchef
Utbildning: Fil.kand.
Samhällsvetarlinjen
med inriktning ekonomi
Född 1961
Styrelseuppdrag: Almi Företagspartner
Stockholm Sörmland AB,
IFS Rådgivning AB

ANNA HALLBERG
Vice vd och finansdirektör
Utbildning: Ekonomi & juridik,
Handelshögskolan i Göteborg
Född 1963
Styrelseuppdrag: Atrium Ljungberg AB,
Högskolan Väst,
Almi Företagspartner Skåne AB,
Almi Företagspartner Uppsala AB,
Almi Företagspartner Väst AB
Almi Invest AB, Almi Invest Väst AB,
Start Invest AB

LARS MÅRDBRANT
Kommunikationsdirektör
Utbildning: Fil.kand. ekonomi med
inriktning på marknadsföring
Född 1959

MATS PHILIPSSON
Vd Almi Företagspartner
Östergötland AB
Utbildning: Civilingenjör,
Industriell ekonomi
Född 1962
Styrelseuppdrag: Ordförande
Framtidsfrön

SARA WALLIN
Vd Almi Företagspartner Väst AB
Utbildning: Marknadsföring, ekonomi/
controller och psykologi på
Göteborgs Universitet
och IHM Business School
Född 1971
Styrelseuppdrag: Börssällskapet,
Nyföretagarcentrum, Connect Väst,
Gothenburg Research Institute

ANNA LUNDMARK LUNDBERGH
Vd Almi Företagspartner Värmland AB
Utbildning: Utbildning inom ledarskap,
förändringsarbete, marknadsföring,
försäljning, juridik och ekonomi.
Född 1967
Styrelseuppdrag: Ordförande
IUC Wermland AB

LARS LIMSETH
Vd Almi Företagspartner Kalmar län AB
Utbildning: Civilekonom
Född 1958
Styrelseuppdrag: Connect Sydost,
Västervik Utvecklingscentrum,
Whisky4u Scandinavia AB

STEN-ANDERS GUSTAFSSON
Vd Almi Företagspartner Nord AB
Utbildning: Maskiningenjör och
företagsekonom
Född 1950
Styrelseuppdrag: Uminova Innovation,
Coompanion Västerbotten

MONICA ÅSMYR
Vd Almi Företagspartner
Stockholm Sörmland AB
Utbildning: Ekonomi, HFU – Högre
Företagsekonomisk Utbildning
Industriell ekonomi Linköpings Universitet,
Infra Service Management
KTH Executive School
Född 1955

HÅLLBART FÖRETAGANDE
och ett hållbart Almi

Utgångspunkten för Almis arbete med hållbar utveckling är att långsiktig konkurrenskraft och lönsamhet grundas på ett korrekt ansvarstagande inom ekonomisk, miljömässig och social hållbarhet. Att vara ett hållbart företag innebär inte bara att arbeta så miljövänligt som möjligt. Det handlar lika mycket om att utveckla medarbetarna och att ta ett socialt ansvar.

Almi som organisation påverkar omvärlden på olika sätt. Miljöpåverkan utgörs till exempel av inköp, energiförbrukning och tjänsteresor; social påverkan handlar främst om förutsättningar och villkor för Almis medarbetare; ekonomisk påverkan handlar om att få fram fler framgångsrika företag.

Almis roll

Almi ska bidra till en hållbar utveckling i samhället. Dels genom att integrera hållbarhet i alla delar av den egna organisationen, dels genom att arbeta för att kundföretagen tar ansvar för en hållbar utveckling. I det senare fallet, i det dagliga arbetet med Almis kunder, finns den största möjligheten för Almi att bidra. Det grundar sig på en övertygelse om att företagens långsiktiga konkurrenskraft och lönsamhet förutsätter ett korrekt ansvarstagande för hållbar utveckling. I det dagliga arbetet med Almis kunder beaktas därför frågor såsom lönsamhet, miljö, ledarskap, jämställdhet, mångfald och arbetsvillkor.

Almis verksamhet ska ske under beaktande av ansvaret för en hållbar utveckling i samhället. Bland annat därför att det minskar riskerna i finansieringsverksamheten. De kunder som tar ansvar för en hållbar utveckling har större möjligheter att bli konkurrenskraftiga och lönsamma.

Inom ramen för Almis verksamhet sker påverkan på tre plan: det sociala, ekonomiska och miljömässiga.

- Exempel på social påverkan: icke-diskriminering, mångfald, jämställdhet, arbetsmiljö och ledarskap.
- Exempel på ekonomisk påverkan: ökat företagande, växande företag.
- Exempel på miljöpåverkan: inköp, energiförbrukning, avfall, tjänsteresor, riktade kunderbjudanden inom miljöområdet.

Två huvudområden

Utifrån Almis möjligheter att påverka har arbetet delats in i ett internt och ett externt perspektiv. Det externa perspektivet har namnet ”Hållbart företagande”, med det menas hur Almi arbetar för en hållbar utveckling i kundföretagen. Det interna perspektivet har namnet ”Ett hållbart Almi”, med det menas vad Almi gör i den egna verksamheten för en hållbar utveckling.

Hållbart företagande

En förutsättning för att Almi ska bevilja kredit och investera i företag är att företaget har en bärkraftig idé och potential att bli framgångsrikt. De företag som inte integrerar hållbar utveckling i affärsidén får svårt att bibehålla konkurrenskraften på lång sikt.

Vid analys av företag ska hållbarhetsfrågor belysas. På så sätt tar Almi ett samhällsansvar för hållbar utveckling. Genom att beakta kundens ansvar för en hållbar utveckling minskar vi dessutom riskerna i vår egen finansieringsverksamhet.

Almi bidrar även till en hållbar utveckling genom att finansiera företag vars affärsidé baseras på hållbar utveckling, till exempel företag som utvecklar teknik för effektivare energiförbrukning eller hållbar energiutvinning.

Hållbarhetsfrågor ska beaktas i alla rådgivningserbjudanden, oavsett om det gäller innovationsrådgivning, mentorskap eller något av Almis övriga erbjudanden. I detta ligger att skapa förståelse för hur hållbarhetsfrågor påverkar företagets långsiktiga bärkraft och konkurrenskraft. Här är Almis roll att väcka frågan och peka på nödvändigheten att hantera hållbar utveckling.

Almis särskilda fokus på kvinnor och invandrare är ett annat sätt att bidra till hållbar utveckling. Av ägardirektiven framgår att Almi ska ha som mål att andelen kvinnor och företagare med invandrarbakgrund ska vara högre bland Almis kunder jämfört med den totala andelen bland företagarna och inom nyföretagandet som helhet. Utöver ägardirektiven ger regeringen särskilda uppdrag till Almi.

Ett hållbart Almi

Almis ambition är att vara en av Sveriges mest attraktiva arbetsgivare. Det förutsätter att vi kan möta högt ställda krav från potentiella arbetssökande, inte minst dagens normer för mångfald och socialt hänsynstagande. I det avseendet är det också viktigt att förvalta och utveckla medarbetarnas kompetens, ett prioriterat område eftersom det har en omedelbar påverkan på kunderna. Medarbetare ska inte bara ha en gedigen kompetens kring sakområdet, utan också ha förmågan att förstå och möta kundernas behov. Lika viktigt är att alla medarbetare kan bemöta män-

Energieffektiva solcellsinstallationer

Svenska Optistring utvecklar en omvandlararkitektur som gör att man kan utnyttja solpaneler betydligt effektivare än tidigare. Förlusterna mer än halveras, säger företagets vd Anders Lindgren, vd på Optistring och en av tre grundare.

– Vi utvecklar en lösning som når en verkningsgrad på 99 procent när den omvandlar solpanelens likström till växelström för elnätet. Vi bränner alltså bara en procent av energin i systemet i förluster, säger Anders Lindgren. I maj 2011 vann företaget Venture Cups nyinstiftade Energipris. Senare underhösten fick Optistring 300 000 kronor från Vinnova genom det så kallade VinnNu-programmet. Företaget har även fått ett villkorslån av Almi Företagspartner Stockholm Sörmland.

niskor med olika bakgrund. En målsättning är att medarbetarna ska spegla Almis kunder i så stor utsträckning som möjligt. I det avseendet fokuserar Almi främst på ålder, kön och etnicitet. Almi har en uttalad tolerans för att medarbetarna ska ha en bra balans mellan arbete och privatliv.

Medarbetarundersökningar har gjorts regelbundet under flera års tid. Resultaten följs upp noga och redovisas i styrelsen samt för alla medarbetare. Härigenom får Almi fortlöpande en indikation på vad som kan förbättras.

Almi som organisation har en direkt miljöpåverkan genom de tjänsteresor som görs inom verksamheten. När omständigheterna så tillåter ska Almi-medarbetaren välja det färdsätt som har minst miljöpåverkan. Telefon- eller videomöte ska ersätta vanliga möten i de fall där det lämpar sig. Som en del i att utveckla arbetet med hållbarhet är det Almis ambition att i framtiden kunna följa upp resor som utförs i tjänsten.

För övrigt ska miljöarbetet vara en del av Almi-medarbetarens vardag. Det handlar till exempel om att minimera användningen av energi, vatten och råvaror samt om att minimera mängden avfall och användningen av miljöfarligt material på kontoren.

Policyer

Almis arbete med hållbar utveckling utgår från ett antal koncerngemensamma policyer. Nedan följer exempel på några av dem:

- diskrimineringspolicy
- drog- och alkoholpolicy
- miljöpolicy
- mångfaldspolicy
- kommunikationspolicy
- rehabiliteringspolicy
- rekryteringspolicy

Intressentdialogen

Almi har många relevanta intressenter som har förväntningar på verksamheten. De som har störst påverkan och som Almi påverkar mest är identifierade som ägare, kunder, medarbetare, samarbetspartners, leverantörer och media. Det är viktigt att Almi är lyhörda för intressenternas behov och kan möta deras krav och samtidigt själva ställa rimliga krav på dem. Genom löpande dialoger med intressenterna säkerställer Almi att de har förväntningar som överensstämmer med vad Almi ska leverera. Almi verkar för en öppen

KLIMATSMARTA AFFÄRER

UNDER 2011 ARBETADE ALMI NORD MED ATT UTVECKLA ETT WEBBASERAT VERKTYG SOM SKA BIDRA TILL FLER KLIMATSMARTA AFFÄRER FÖR FÖRETAG.

– Verktyget är ett erbjudande för företag som vill bedriva sin affärsverksamhet med mindre klimatpåverkan och samtidigt med möjlighet till större lönsamhet, berättar affärsrådgivaren Torbjörn Edvall.

Projektets grundfilosofi är att utarbetande av klimatbokslut och framtagande av policy och handlingsplan med syfte att minska CO2-utsläppen ger en god grund för profilering och affärsutveckling. Projektet bemannas både med egen personal och externa konsulter med spetskompetens inom energi och miljö.

– Med ett tydligt fokus på affärsutveckling och profilering utifrån ett klimatengagemang hoppas vi att fler företag kommer att vilja engagera sig i CO2-frågan, säger Torbjörn.

Genom datainsamling ska de CO2-källor, som till exempel tillverkning, uppvärmning av byggnader, transporter med mera, som företagen har i dag identifieras. Företagen genomför inventeringen själva med hjälp av instruktioner och handledning från Almi.

Företagen matar sedan in informationen i klimatverktyget. Resultatet är ett klimatbokslut som beskriver företagets nuläge, det vill säga utsläppskällor samt volymer.

Slutligen tas en handlingsplan fram som beskriver genomförandet av dels energioptimering men även eventuella klimatkompenserande åtgärder. Handlingsplanen innebär också ett affärsmässigt ställningstagande i form av profilering och marknadskommunikation, det vill säga hur företagen ska utnyttja resultatet för att utveckla sina affärer.

– Inom en snar framtid kommer allt fler ifrågasätta varför man ska köpa produkter och tjänster från norra Europa eller norra Sverige utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Om vi då inte kan visa att vi tar vårt miljöansvar, det vill säga att vi jobbar med CO2-reducerande åtgärder och att vi årligen följer upp detta genom återkommande klimatbokslut är risken stor att vårt näringsliv minskar i attraktionskraft, säger Torbjörn.

Ett pilotprojektet med Klimatsmarta affärer startar under våren 2012.

dialog med intressenter vilket sker på en rad olika sätt och med olika syften.

Exempel på intressenter	Exempel på förväntningar	Exempel på dialog
Ägare	Att verksamhetens mål uppnås.	Ägardirektiv, bolagsordning, löpande rapportering, styrelse.
Kunder	Att erbjudanden levereras enligt uppsatta ramar.	Personliga möten, webb, kundundersökning.
Medarbetare	Dialog, utveckling, utbildning.	Medarbetarundersökning, utvecklingssamtal, personaltträffar, intranät.
Samarbetspartners	Ökad nytta för kunder och ägare.	Möten, sponsoravtal, samarbeten i projekt och aktiviteter.
Leverantörer	Att leverera varor och tjänster.	Upphandlingar, möten.
Media	Relevanta och intressanta nyheter.	Pressmeddelanden, seminarier, nyhetsbyråer.

SEMINARIER OM HÅLLBART FÖRETAGANDE

FÖRBÄTTRA LÖNSAMHETEN MED ETT ÖKAT MILJÖ- OCH SOCIALT ENGAGEMANG

Hållbart företagande blir allt viktigare och gynnar affärerna för både stora och små företag. Almi ställde frågan till 170 kundföretag i januari 2012 om hur de trodde att ett ökat miljö- och socialt engagemang skulle påverka lönsamheten. 44 procent svarade att lönsamheten skulle förbättras, 53 procent att lönsamheten skulle bli oförändrad och endast 2 procent att lönsamheten skulle försämras.

Med hållbart företagande menas att företaget bidrar till att skapa ett socialt, ekonomiskt och miljömässigt hållbart samhälle. Det innebär också att företaget tar ansvar för hur deras beslut och verksamhet påverkar omvärlden och de anställda.

Almi har inlett ett samarbete med forskningsinstitutet Swerea IVF. Swerea tar fram ett arbetsmaterial för företagare och tillsammans kommer Almi och Sverea att erbjuda seminarier och workshops på temat hållbart företagande över hela landet.

Almi och miljön

Almis totala energiförbrukning för 2011 uppgick till 2 307 (2 672) MWh. Siffran omfattar el, uppvärmning och kyla. Elförbrukningen stod för 763 (813) MWh, medan uppvärmning och kyla utgjorde 1 544 (1 859) MWh.

Andelen förnyelsebar energi var 76 (68) procent. Andelen förnyelsebar energi avseende el var 58 (64) procent medan den för uppvärmning och kyla var 85 (69) procent.

Med Almi-kontorens totala yta på 17 169 (18 415) kvadratmeter, är den genomsnittliga energiförbrukningen 134 (145) kWh/kvm och år. Den totala energiförbrukningen gav upphov till utsläpp av 226 (146) ton koldioxid, varav elen uppgick till 96 (40) ton och uppvärmning och kyla till 130 (106) ton.

Beräkningsgrunden har förändrats från 2010 till 2011, se kommentar i GRI Index.

Ramverk för hållbarhetsredovisningen

Som ramverk för hållbarhetsredovisningen tillämpas tredje generationen av Global Reporting Initiatives (GRI) riktlinjer G3 (www.globalreporting.org). Dessa riktlinjer är allmänt vedertagna bland större företag och tillämpning av G3 förbättrar jämförbarheten med andra företag.

Enligt GRIs riktlinjer för hållbarhetsrapportering ska bolag ange till vilken nivå organisationen följer riktlinjerna. Almi Företagspartner AB har valt att för 2011 applicera nivå C+. Redovisningen avser endast Almis egen verksamhet, det vill säga koncernen som omfattar moderbolaget och samtliga dotterbolag. Almi utför en självutvärdering gentemot GRIs riktlinjer G3. KPMG AB har översiktligt granskat Almis hållbarhetsredovisning samt genomfört nivågranskning för att bekräfta den självutvärdering som placerar Almi på nivå C+.

Om Almis redovisning av hållbarhetsarbetet

Hållbarhetsredovisningen är en del av Almis årsredovisning som publiceras både i tryckt form och på almi.se. I hållbarhetsredovisningen finns en GRI-korsreferenslista som redovisar vilka indikatorer vi rapporterar och var informationen går att hitta. Se sidan 106-107.

Almis årliga hållbarhetsredovisning följer samma redovisningscykel som årsredovisningen och avser samma period, det vill säga helåret 2011.

Vd har det yttersta ansvaret för upprättandet av hållbarhetsredovisningen. En arbetsgrupp under ledning av ekonomichefen arbetar med redovisningen och stödjer organisationen med utveckling och uppföljning av redovisningen.

Ambitionen är att redovisningen är så fullständig som möjligt samt omfattar och beskriver verksamheten mest betydelsefulla påverkan ur ett hållbarhetsperspektiv, såsom definierats i hållbarhetsstrategin och de två huvudområdena för hållbarhetsarbetet.

För mer information om Almis arbete för en hållbar utveckling, vänligen ring 08-709 89 00.

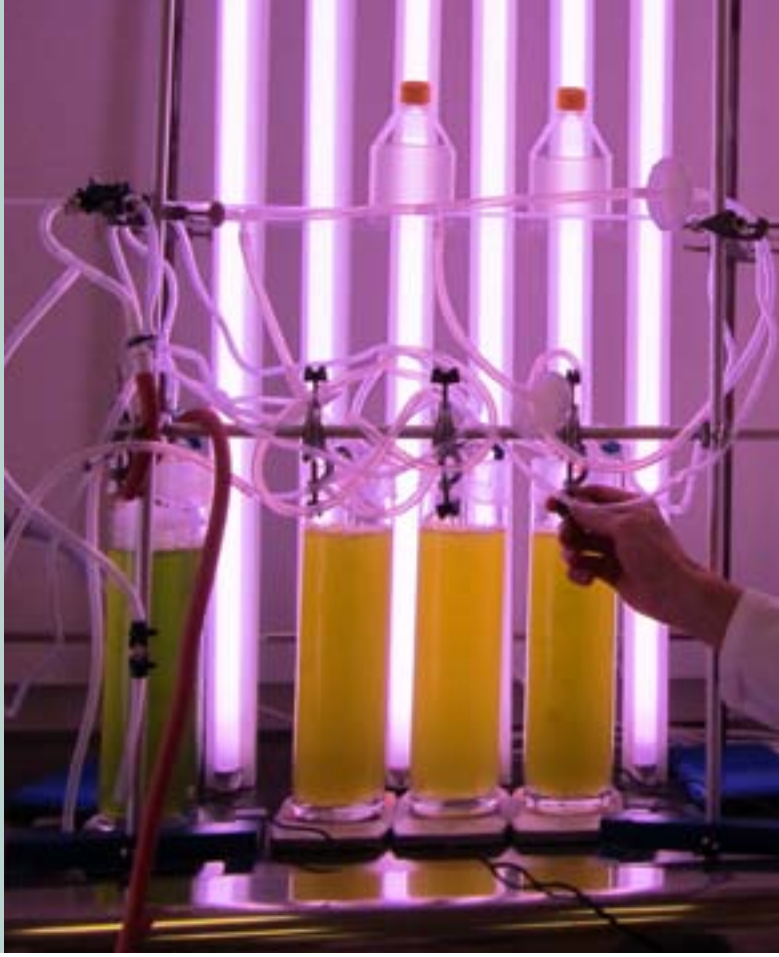
Grön
framtidsteknologi från havet

Som forskare inom bioteknologi har hon på nära håll följt utvecklingen av odling av mikroalger. Fredrika Gullfot insåg tidigt potentialen inom området och driver företaget Simris Alg.

Företaget odlar mikroalger som används vid tillverkning av kosttillskott och livsmedelsingredienser – främst Omega 3 extrakt. Simris Alg är också ledande som konsulter och uppdragsforskare inom mikroalgbaserad miljöteknik i Sverige.

– Nu är vi hyfsat nära att komma ut med våra produkter kommersiellt och ska under 2012 bygga vår odlingsanläggning utanför Simrishamn, säger Fredrika Gullfot.

Simris Alg har bland annat finansierat sin verksamhet genom mikrolån och förstudiemedel från Almi Skåne.



Almis medarbetare

Medelantal anställda: 440
varav kvinnor: 225
varav män: 215

Antal anställda vid årets slut: 472
varav kvinnor: 247
varav män: 225

Visstidsanställda: 47
varav kvinnor: 24
varav män: 23

Personal fördelat på heltid/deltid
Heltid: 82 procent
Deltid: 18 procent

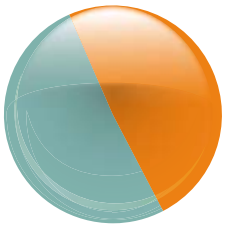
Personal fördelat efter ålder:
Under 30 år: 18
30–39 år: 96
40–49 år: 151
50–59 år: 131
60 år eller äldre: 75

Personalomsättning
under året: 14,2 procent
Kvinnor: 12,9 procent
Män: 15,7 procent

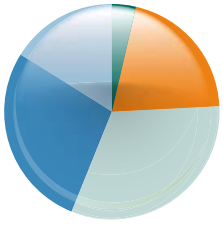
Sjukfrånvaro, koncern: 2,5 procent
Kort, upp till 14 dagar: 1,0 procent
Lång, minst 15 dagar i följd: 1,5 procent
Kvinnor: 2,9 procent
Män: 2,1 procent

Genomsnittligt
antal utbildningstimmar: 36

Antal anställda i medeltal



Personal fördelat efter ålder



Kollektivavtal

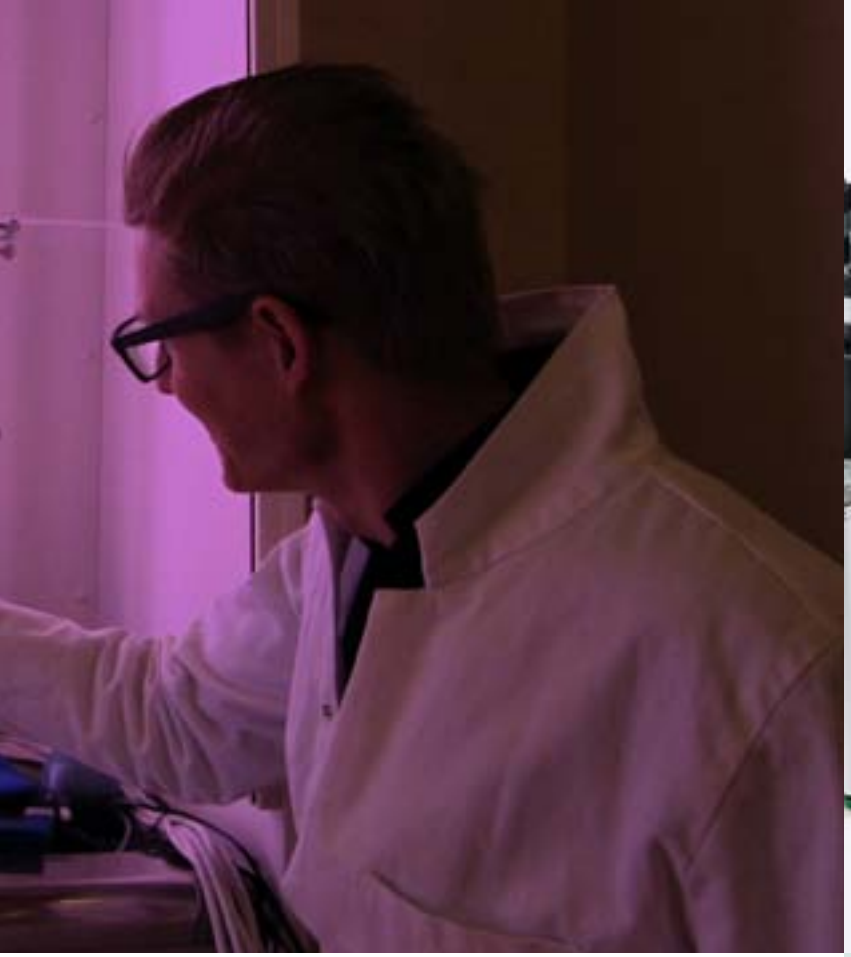
Samtliga medarbetare omfattas av kollektivavtal, vilket innebär en minsta varseltid på en månad. Vd:ar tillhör den så kallade frikretsen och omfattas inte av kollektivavtal eller LAS. Almi har genom sitt kollektivavtal möjlighet att vid uppsägning på grund av arbetsbrist erbjuda omställningsstöd via Trygghetsrådet.

Almis ekonomiska värdeskapande

1 januari – 31 december, Tkr

Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde	2011	2010
Direkt skapat ekonomiskt värde		
Intäkter	992 566	868 562
Levererat ekonomiskt värde		
Rörelsekostnader	- 226 253	- 248 237
Personalkostnader	- 368 246	- 366 278
Betalning till finansiärer	–	- 1 020
Skatter*	–	
RESULTAT DIREKT EKONOMISKT VÄRDE	398 067	253 027

* Almi Företagspartner och dess dotterbolag är enligt Inkomstskattelagen IL 7:16 frikallat från skattskyldighet för all annan inkomst än inkomst av näringsverksamhet som hänför sig till innehav av fastighet. Det är anledningen till de låga skattekostnaderna. Skattekostnaderna är hänförliga till dotterdotterföretag som inte är skattebefriade.



SMARTARE PRODUKTION AV BIOGAS

Bioprocess Controls affärsidé är att optimera produktionen av biogas genom ökad kunskap och effektivare drift. Det gäller i första hand biogasanläggningar, men på sikt finns det fler användningsområden.

En av ”klossarna” i Bioprocess Controls lösning fokuserar på det avfall som stoppas in i en biogasanläggning och analyserar den biologiska processen.

– Vår lösning ger många vinster eftersom den ökar kunskapsnivån på flera olika sätt, säger Patrik Andersson, vd Bioprocess Control.

Med lösningen går det att utföra tester i en testmiljö i en verklig biogasanläggning utanför den känsliga mikrobiologiska miljön. Det ger bland annat kunskaper om vilka typer av avfall som ger mest metangas.

Fem års forskning

Bioprocess Controls affärsidé och produkt baseras på fem års vetenskaplig forskning vid Lunds Universitet kring styrning och kontroll av biogasprocesser.

Produkten är global och exporteras, främst till länder i Europa. Men den säljs även till kunder i USA, Kina och Brasilien med flera. Från och med 2011 drivs Bioprocess Control med vinst, innan dess tog investerare den ekonomiska risken.

– Nu ligger fokus på marknadsföring av produkten och produktutveckling för att bredda produktportföljen samt att nå andra intressenter. Ett exempel där det finns stor potential är stora industrier som har restavfall i sin produktion och som vill producera biogas internt. Bioprocess Control är kund till Almi Företagspartner Skåne.

Jämställdhetsindex

Under 2009 utvecklade Almi ett "Jämställdhetsindex" för att kunna följa utvecklingen när det gäller könsfördelningen inom de nedan redovisade områdena. Anledningen till indexet är att Almi är övertygat om att en jämn könsfördelning direkt bidrar till en mer framgångsrik verksamhet. Indexet ger en lättillgänglig bild av hur det ser ut i koncernen och hur det interna utvecklingsarbetet för ökad jämställdhet påverkar inom olika områden. Det bygger på en skala med 100 som högsta poäng, som uppnås när fördelningen mellan könen åt endera hållen ligger mellan 40 och 60 procent. Därefter är poängskalan fallande åt båda hållen, det vill säga när andelen män eller kvinnor ligger utanför intervallet 40 till 60. För 2011 låg jämställdhetsindexet på 90 för koncernen.

	2011		2010		2009	
Resultat på Koncernnivå	%	Poäng	%	Poäng	%	Poäng
Kvinnor i styrelser	43	100	39	80	38	80
Kvinnor i ledning	48	100	38	80	28	40
Kvinnor i arbete mot kund	44	100	43	100	42	100
Beviljade lån kvinnor	33	60	33	60	32	60
Rådgivningsinsatser kvinnor	43	100	41	100	36	80
Startade företag kvinnor	39	80	40	100	37	80
Index		**90,0**		**86,7**		**73,3**

Almi GRI-index

NEDANSTÅENDE FÖRTECKNING ÅTERGER REFERENSER TILL DE GRI-INDIKATORER SOM ALMI VALT ATT REDOVISA INOM RAMEN FÖR DENNA HÅLLBARHETSREDOVISNING. SIDHÄNVISNINGAR AVSER ALMIS ÅRSREDOVISNING 2011 SOM FINNS TILLGÄNGLIG PÅ ALMI.SE.

X Fullständigt rapporterade enligt GRIs indikatorprotokoll
O Delvis rapporterade enligt GRIs indikatorprotokoll

STANDARDINDIKATORER		Sida	Kommentar
1	**Strategi och analys**		
1.1	Uttalande från vd/ordförande om vision och strategi	8-9, 94-95	
2	**Organisationsprofil**		
2.1	Organisationens namn	6	
2.2	Viktigaste produkterna och tjänsterna	6	
2.3	Organisationsstruktur	59, 88	
2.4	Lokalisering av organisationens huvudkontor	84	
2.5	Länder där verksamheten drivs		Verksamheten bedrivs endast i Sverige
2.6	Ägarstruktur och företagsform	6	
2.7	Marknader som organisationen är verksam på	6, 60-68	
2.8	Organisationens storlek	7, 16, 31-32, 74-76, 104	
2,9	Västenliga förändringar under redovisningsperioden	71-72	
2.10	Erhållna utmärkelser och priser under redovisningsperioden.		Almi har inte mottagit några hållbarhetsrelaterade priser

STANDARDINDIKATORER		Sida	Kommentar
3	**Information om redovisningen**		
	Redovisningsprofil		
3.1	Redovisningsperiod	103	
3.2	Datum för publicering av senaste redovisning		Senaste hållbarhetsredovisningen publicerades i mars 2011 som en del av årsredovisningen 2010
3.3	Redovisningscykel	103	
3.4	Kontaktperson för frågor angående redovisningen	103	Ekonomichef 08-709 89 00
	Redovisningens omfattning och avgränsning		
3.5	Processer för definition i redovisningen	103	I arbetet med att ta fram hållbarhetsredovisningen har GRIs vägledning för att definiera innehållet i redovisningen samt tillhörande principer om väsentlighet, kommunikation med intressenterna, hållbarhetssammanhang och fullständighet tillämpats
3.6	Redovisningens avgränsningar	103	
3.7	Begränsningar i redovisningens omfattning	103	
3.8	Princip för redovisning av dotterbolag och utlokaliserade verksamheter	103	Hållbarhetsredovisningen omfattar de enheter som ingår i Almis koncernredovisning. De redovisas till 100 %
3.10	Förklaring till korrigeringar från tidigare rapporter		Inga väsentliga förändringar i omfattning, avgränsningar eller mätmetoder jämfört med tidigare år har gjorts förutom beräkningsgrund för koldioxidutsläpp
3.11	Väsentliga förändringar i omfattning, avgränsning eller mätmetoder jämfört med tidigare år	103-104	Beräkningsgrund för koldioxid utsläpp har ändrats från föregående år
	Innehållsförteckning enligt GRI		
3.12	GRI-tabell	106-107	Publiceras på Almis hemsida www.almi.se under rubriken Hållbarhetsredovisning

X Fullständigt rapporterade enligt GRIs indikatorprotokoll
O Delvis rapporterade enligt GRIs indikatorprotokoll

STANDARDINDIKATORER			Sida	Kommentar
4		**Styrning, åtaganden och intresserelationer**		
		Styrning		
4.1		Styrningsstruktur	Bolagsstyrningsrapport www.almi.se/om-almi/Bolagsstyrning	
4.2		Styrelseordförandens roll	96-99	
4.3		Oberoende eller icke-verkställande styrelseledamöter	Bolagsstyrningsrapport www.almi.se/om-almi/Bolagsstyrning	
4.4		Aktieägarnas och medarbetarnas möjligheter att lämna förslag etc till styrelsen	Bolagsstyrningsrapport www.almi.se/om-almi/Bolagsstyrning	I styrelsen sitter arbetstagarrepresentanter som säkerställer att de anställdas intressen tas tillvara och de kan också framföra personalens synpunkter avseende arbetsvillkor med mera
4.14		Intressentgrupper som organisationen har kontakt med	102	
4.15		Identifiering och urval av intressenter	102	Genom analys och diskussion har vi identifierat att våra viktigaste intressenter är kunder, medarbetare, ägare, leverantörer, regionala aktörer, media och samarbetspartners
EKONOMISK PÅVERKAN			**Sida**	
		Ekonomiska resultat		
EC1	X	Genererat och distribuerat ekonomiskt värde	74-83, 104	
EC3	X	Omfattningen av förmånsbestämda åtaganden	86	Redovisning av pensioner och andra förmånsbestämda åtaganden sker enligt svensk redovisningslagstiftning
EC4	X	Väsentligt finansiellt stöd från det allmänna	72, 85	Anslag redovisas i not 5
EC9	X	Förståelse om och beskrivning av betydande indirekta ekonomiska effekter	100-105	
MILJÖ				
		Energi		
EN4	X	Indirekt energianvändning per primär energikälla	102-103	Koldioxid ekv. beräkningar 2011 för el och kyla är baserat på emissionfaktor för Nordisk elmix. För fjärrvärme har Svensk fjärrvärmes beräkningsverktyg "Miljövärden 2010" använts för beräkning av emissionfaktor för koldioxid ekv. beräkningar då merparten av Almis kontor är uppvärmda av fjärrvärme. Procentandelen förnyelsebar energi baseras på Nordisk producerad el, 58 procent enligt Energimyndigheten. För fjärrvärme har procentandelen förnyelsebar energi tagits fram genom Svensk fjärrvärmes beräkningsverktyg
EN16	X	Totala direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt	102-103	
SOCIAL PÅVERKAN				
		Medarbetare, anställning		
LA1	X	Total personalstyrka	73, 104	
LA2	X	Personalomsättning	104	Almi redovisar inte personalomsättning uppdelat på åldersgrupp eftersom denna information inte samlas in. Uppdelning per region sker ej eftersom det kan härledas till enskild individ
LA4	X	Procent av personalstyrkan som omfattas av kollektivavtal	104	
LA5	X	Minsta varseltid angående förändringar i verksamheten	104	
LA7	O	Omfattningen av skador, arbetsrelaterade sjukdomar och olyckor, förlorade arbetsdagar	104	Almi redovisar kort- och långtidssjukfrånvaro. Almis verksamhet är av sådan natur att skadekvot inte är väsentligt att redovisa
LA10	O	Genomsnittligt antal utbildningstimmar	104	Almi verkar för att alla medarbetare ska ha samma möjlighet till utbildning varför redovisning inte sker fördelat på personalkategori
LA13	O	Sammansättning av styrelse och ledningsgrupp baserat på mångfaldsindikatorer	87, 96-99, 104	Uppföljning görs endast nedbruten på kön och åldersgrupp
PRODUKTANSVAR				
		Produktansvar		
PR5	O	Rutiner för kundnöjdhet, inklusive resultat av kundundersökningar	7	

PRODUKTION: PUBLICERA INFORMATION AB TRYCK: BORDING

Almi Företagspartner AB
Box 70394, 107 24 Stockholm
Besöksadress Klarabergsviadukten 70
Tel 08-709 89 00 Fax 08-406 03 00
info@almi.se

Almi Företagspartner Blekinge AB
Ronnebygatan 46, 371 33 Karlskrona
Tel 0455-33 51 00 Fax 0455-807 86
info.blekinge@almi.se

Almi Företagspartner Gotland AB
Donners Plats 1, 621 57 Visby
Tel 0498-20 22 00 Fax 0498-20 22 15
info.gotland@almi.se

Almi Företagspartner GävleDala AB
Forskargatan 3, 781 70 Borlänge
Besöksadress Teknikdalen
Tel 0243-48 88 50 Fax 0243-190 91

Box 1399, 801 38 Gävle
Besöksadress Nygatan 12
Tel 026-66 36 60 Fax 026-66 36 70

Badstugatan 2, 792 32 Mora
Tel 0243-48 88 50
info.gavledala@almi.se

Almi Företagspartner Halland AB
Slottsmöllan, 302 31 Halmstad
Tel 035-15 38 00 Fax 035-15 38 01
info.halland@almi.se

Almi Företagspartner Jönköping AB
Klubbhusgatan 13, 553 03 Jönköping
Tel 036-30 65 00 Fax 036-30 65 10
info.jonkoping@almi.se

Almi Företagspartner Kalmar län AB
Hantverksgatan 1, 572 30 Oskarshamn
Tel 0491-858 00 Fax 0491-841 84
info.kalmar@almi.se

Almi Företagspartner Kronoberg AB
Box 1501, 351 15 Växjö
Besöksadress Kungsgatan 10
Tel 0470-230 40 Fax 0470-279 37
info.kronoberg@almi.se

Almi Företagspartner Mitt AB
Metropol, Universitetsallén 32
851 71 Sundsvall
Tel 060-16 35 60

Box 656, 831 27 Östersund
Besöksadress Prästgatan 39
Tel 063-57 11 00 Fax 063-57 11 40

Sankt Olavs väg 33, 830 13 Åre
Tel 063-57 11 00

Box 84, 871 22 Härnösand
Besöksadress Nybrogatan 13
Tel 0611-55 78 00 Fax 0611-55 78 01

Box 866, 891 18 Örnsköldsvik
Besöksadress ARKEN, Lasarettsg 3, Plan 5
Tel 0660-26 68 90
info.mitt@almi.se

Almi Företagspartner Mälardalen AB
Stora Gatan 16, 722 12 Västerås
Tel 021-10 78 10 Fax 021-10 78 39

Köpmangatan 23-25, 702 23 Örebro
Tel 019-17 48 00 Fax 019-17 48 30
info.malardalen@almi.se

Almi Företagspartner Nord AB
Box 1027, 901 20 Umeå
Besöksadress Renmarkstorget 5D
Tel 090-10 07 70 Fax 090-12 86 96

Box 905, 971 27 Luleå
Besöksadress Köpmangatan 42
Tel 0920-379 00 Fax 0920-609 22

Trädgårdsgatan 13-15, 931 31 Skellefteå
Tel 0910-71 15 80 Fax 0910-77 85 90
info.nord@almi.se

Almi Företagspartner Skåne AB
Baltzarsgatan 22, 211 36 Malmö
Tel 040-660 39 00 Fax 040-23 44 05

Kullagatan 3, 252 20 Helsingborg
Tel 042-26 90 10 Fax 042-26 90 19

V. Storgatan 51A, 291 31 Kristianstad
Tel 044-18 74 00 Fax 044-18 74 09

Almi Företagspartner Stockholm Sörmland AB
Box 6198, 102 33 Stockholm
Besöksadress Drottninggatan 97
Tel 08-458 14 00 Fax 08-33 01 04
info.stockholm@almi.se

Västra Kvarngatan 62, 611 32 Nyköping
Tel 0155-45 10 70 Fax 0155-45 10 77

Munktell Science Park
Portgatan 3, 633 42 Eskilstuna
Tel 016-541 10 90 Fax 016-541 10 99

Vingåkersvägen 18, 641 51 Katrineholm
Tel 0150-36 10 60 Fax 0150-48 87 70
info.sormland@almi.se

Almi Företagspartner Uppsala AB
Dragarbrunnsgatan 35, 753 20 Uppsala
Tel 018-18 52 00 Fax 018-18 52 10
info.uppsala@almi.se

Almi Företagspartner Värmland AB
Box 356, 651 08 Karlstad
Besöksadress Lagergrens gata 2
Tel 054-14 93 50 Fax 054-18 92 78
info.varmland@almi.se

Almi Företagspartner Väst AB
Box 8794, 402 67 Göteborg
Besöksadress Maskingatan 5
Tel 031-779 79 00 Fax 031-779 06 85

Olovsholmsgatan 32, 506 34 Borås
Tel 033-20 68 00 Fax 033-20 68 01

Box 133, 541 23 Skövde
Besöksadress Kanikegränd 3B
Tel 0500-44 62 00 Fax 0500-44 62 01

Nohabgatan 12, 461 29 Trollhättan
Tel 0520-894 00 Fax 0520-894 01
info.vast@almi.se

Almi Företagspartner Östergötland AB
Box 1224, 581 12 Linköping
Besöksadress Platensgatan 29
Tel 013-20 07 00 Fax 013-31 35 34
info.ostergotland@almi.se

almi.se

ALMI FÖRETAGSPARTNER

ALMI MARS 2012