

# Kreatörens val av arbetsmiljö 2009



Jutasvägen 34 A3

FI-66900 NYKARLEBY

[www.juthbacka.fi](http://www.juthbacka.fi)

[info@juthbacka.fi](mailto:info@juthbacka.fi)

## Syfte

Syftet med undersökningen är att ta reda på vad som påverkar kreatörens val av arbetsmiljö. Finns det behov av fysiska arbetsplatser för kreatörer? Hur kan vi i så fall bygga upp attraktiva och kreativa miljöer? Eller vill kreatörer, som det långt är idag, ha sin bas från hemmet? Med sporadiska, eller mera regelbundna besök i en miljö, som erbjuder dem utrustning och tjänster, gemenskap och kunder?

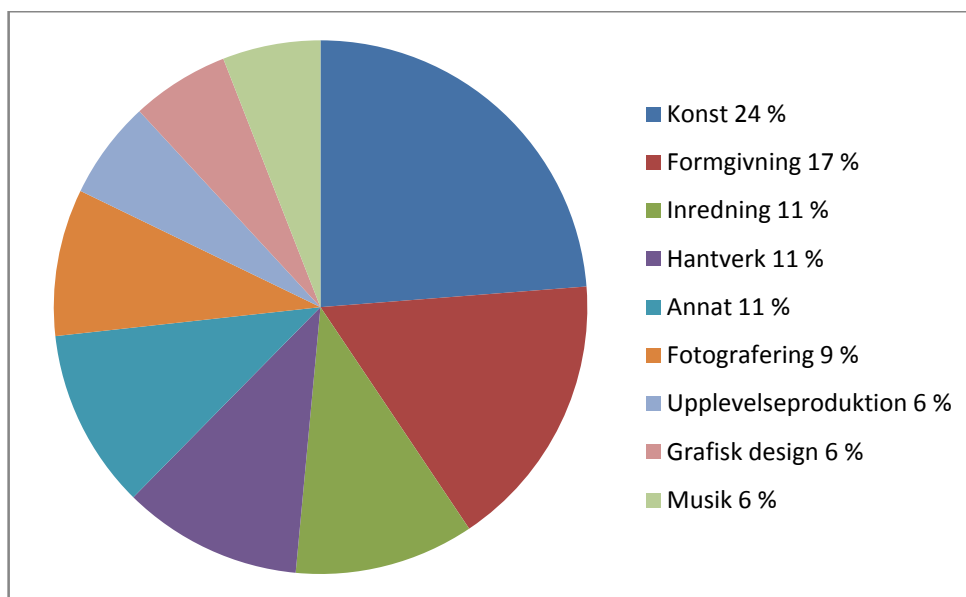
Juthbacka kulturcentrum är en knytpunkt och ett kompetenscentrum för kulturentreprenörskap. Centret har under tre års tid arbetat med och för kreatörer. Vår målsättning är att skapa och upprätthålla möjligheten att kunna leva på sin talang – även på en mindre ort.

I maj 2009 sändes en enkät ut till Juthbacka kulturcentrums nätverk av kreatörer (N=219) i Jakobstadsregionen. Av dem svarade 54 stycken, vilket ger en svarsprocent på 25 %. Vårt nätverk innehåller även en liten andel personer som jobbar med kreatörer utan att för den skull själva se sig som kreatörer och sannolikheten att dessa personer inte övervägt att besvara enkäten är stor. Svarsprocenten bland kreatörer kan därför antas vara en aning högre än vad den uttrycks vara här.

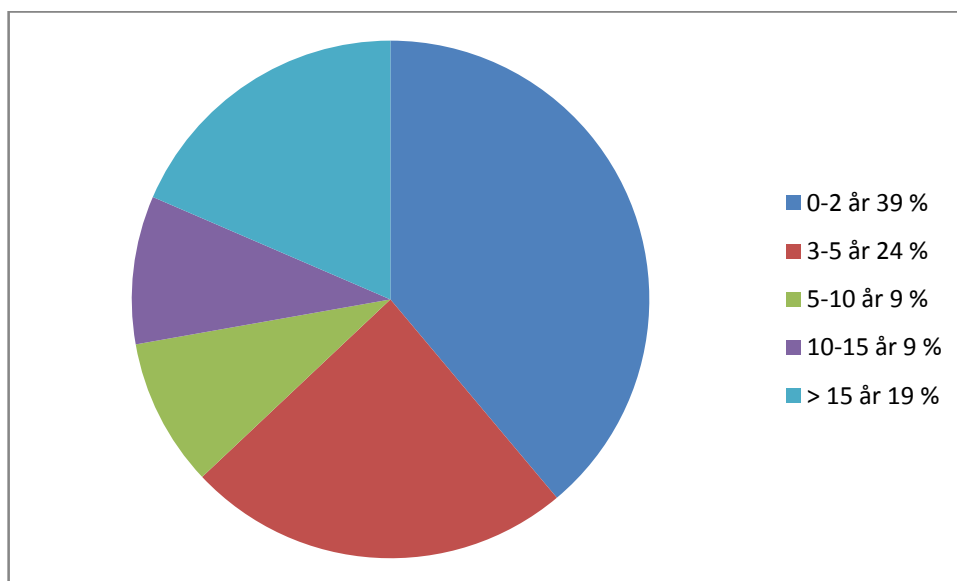
## Bakgrundsvariabler

Juthbacka kulturcentrum upprätthåller ett nätverk av kreatörer, vilka geografiskt är placerade i Jakobstadsregionen. Kreatörerna är exempelvis verksamma inom konst, kultur, upplevelser, trädgård, musik, inredning, hantverk, grafisk formgivning, mat och formgivning/design. Trots att de representerar ett brett spektra av kreatörer, ligger fokus för många på grafisk formgivning och design. I denna undersökning är det dock konst som är den grupp som är mest representerad i denna undersökning (24 % av respondenterna). Formgivning står för 17 %, följt av inredning och hantverk på 11 % vardera. Vi kan dock tolka det så att dessa grupper är breda grupper dit man lätt känner en tillhörighet, där av den höga procentsatsen. Många kreatörer skulle säkert gärna ha kryssat i flera grupper, vilket inte var möjligt.

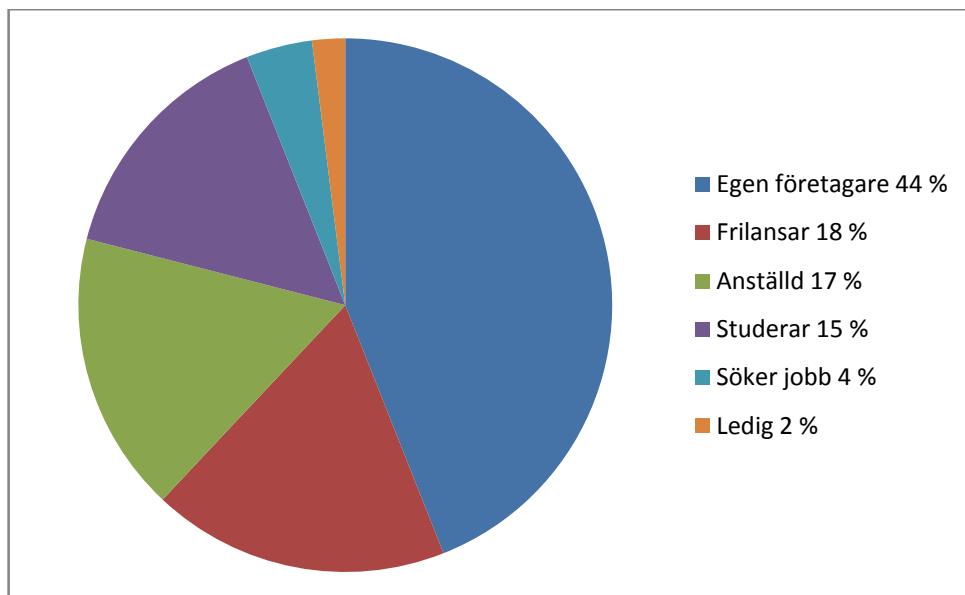
I denna studie är de unga kreatörerna mera representerade än de äldre, vilket i och för sig speglar strukturen i vårt nätverk väl. Över 60 % av respondenterna har varit verksamma kreatörer i fem år eller mindre. Andelen kreatörer som ser sig som egna företagare är relativt hög (44 %). Detta motsvarar även de uppgifter vi har från tidigare, vilket gör att vi kan vara mera säkra på att respondenterna är representativa för nätverket i stort. Därtill kommer antalet frilansare på 18 %. Ser man på procenten kreatörer med eget företag i undersökningen finner vi 56 % kreatörer som uppger att de har egna företag. Detta kan tolkas som att en del av frilansarna jobbar mot skattekort, utan egna företag. Av de resterande 44 % är det 31 % som har planer på att starta ett företag inom de närmaste fem åren. Antalet personer med egna företag eller planer på att starta eget är således stort.



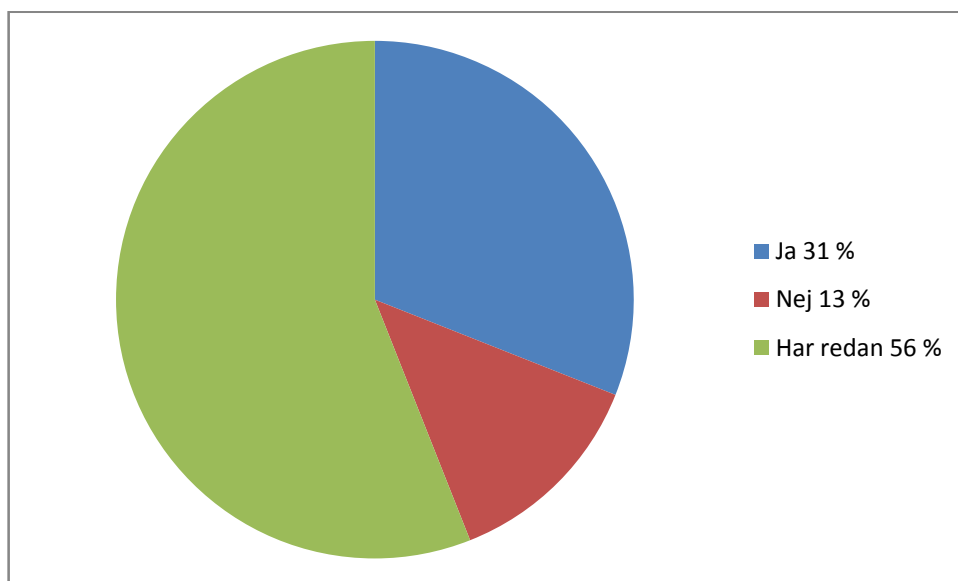
Figur 1. Respondenterna grupperade enligt huvudintresse som kreatör



Figur 2. Antal år verksamma som kreatörer



Figur 3. Kreatörernas arbetsituation

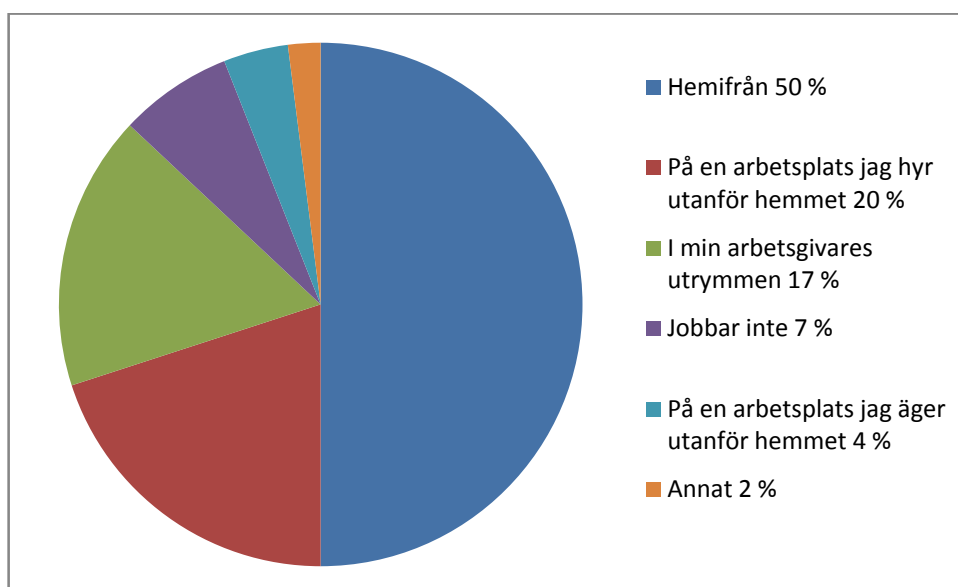


Figur 4. Kreatörernas planer på att starta företag inom de fem närmaste åren

## Frågor

Nedan presenteras svaret på studiens frågor genom att frågan upprepas, svaren visualiseras grafiskt och en diskussion och/eller tolkning av svaren ges. Hela studiens resultat och eventuella åtgärdsförslag sammanfattas och ges i slutet av studien.

### Fråga: Jag jobbar idag ...

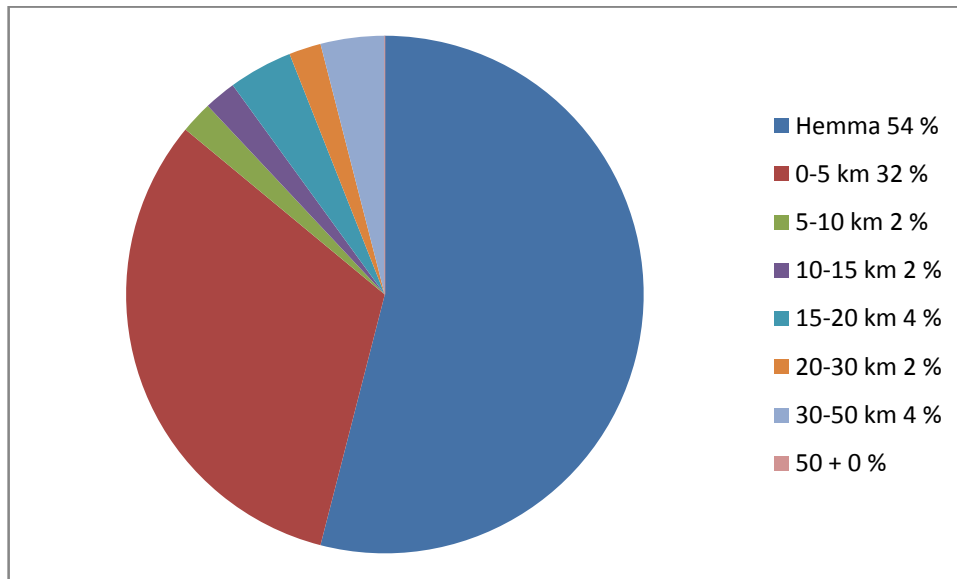


Figur 5. Kreatörers fysiska arbetsplats idag.

Hälften av alla kreatörer utför idag sitt kreativa arbete hemifrån. Av de resterande 24 % kreatörer som utför ett kreativt arbete för sin egen räkning utanför hemmet, är det endast 4 % som äger sina utrymmen, resten jobbar på hyra. Även många studerande har i denna fråga uppgivit att de utför sitt arbete hemma.

*Hemmet kan överlägset ses som den kreativa personens arbetsmiljö och kreatören som företagare driver ofta sitt företag hemifrån. Många kreatörer jobbar antingen hemma, eller bor på sin arbetsplats.*

### Fråga: Avståndet till min nuvarande arbetsplats är ...

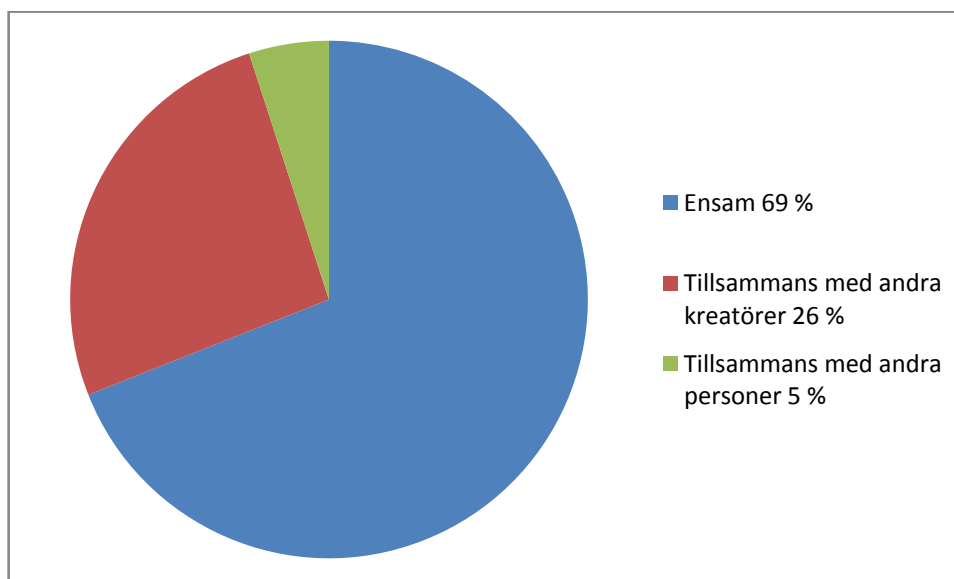


Figur 6. Kreatörers avstånd mellan arbetsplatsen och hemmet

Här kan vi se att det är fler kreatörer som avståndsmässigt jobbar hemma trots att deras arbetsmiljö inte uppgetts som hemma. Anledningen till detta kan exempelvis vara en kreatör som jobbar i separata arbetsutrymmen inhysta i böningshuset eller en studerande som i tidigare frågor uppgivit att han eller hon jobbar på annan plats än vad alternativen erbjöd. Av de kreatörer som äger eller hyr sin arbetsplats utanför hemmet är det en klar majoritet som jobbar på ett väldigt kort avstånd från hemmet (< 5 km). Vi kan reflektera över huruvida de 14 %, som uppgivit att de har ett avstånd till sin arbetsplats som överskrider 5 km, återfinns bland de 17 % som uppgett att de jobbar som anställd av någon annan än bland de övriga kreatörerna. Det visar sig emellertid i studien att även många anställda har en kort arbetsresa.

*Kreatörer har ett fysiskt (som mentalt?) kort avstånd mellan arbete och fritid/hem.*

### Fråga: På min nuvarande arbetsplats jobbar jag ...



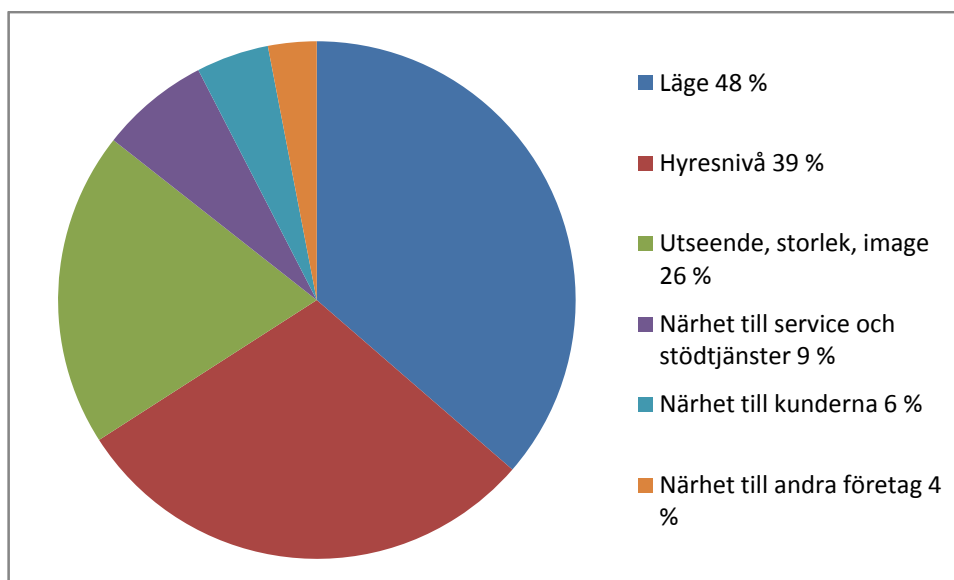
Figur 7. Förekomsten av kollegor på kreatörernas arbetsplatser

Det kan upplevas som en självklarhet, att en klar majoritet av de som jobbar med hemmet som bas även jobbar ensamma. Så visar även denna studie. Därtill kommer två intressanta fakta. För det första är det flera anställda kreatörer som uppger att de jobbar tillsammans med andra kreatörer än som uppger att de jobbar tillsammans med andra personer. Även anställda kreatörer i denna studie är ofta anställda inom en kreativ bransch.

För det andra är det 69 % som uppger att de jobbar ensamma, trots att enbart 50 % av kreatörerna jobbar med hemmet som bas. Detta visar att trots att man som kreatör jobbar utanför hemmet, på en arbetsplats man hyr eller äger, jobbar man ofta ensam.

*En kreatör jobbar i de flesta fall ensam.*

**Fråga: Varför valde jag den arbetsmiljö jag har idag?  
(möjlighet att välja flera alternativ)**

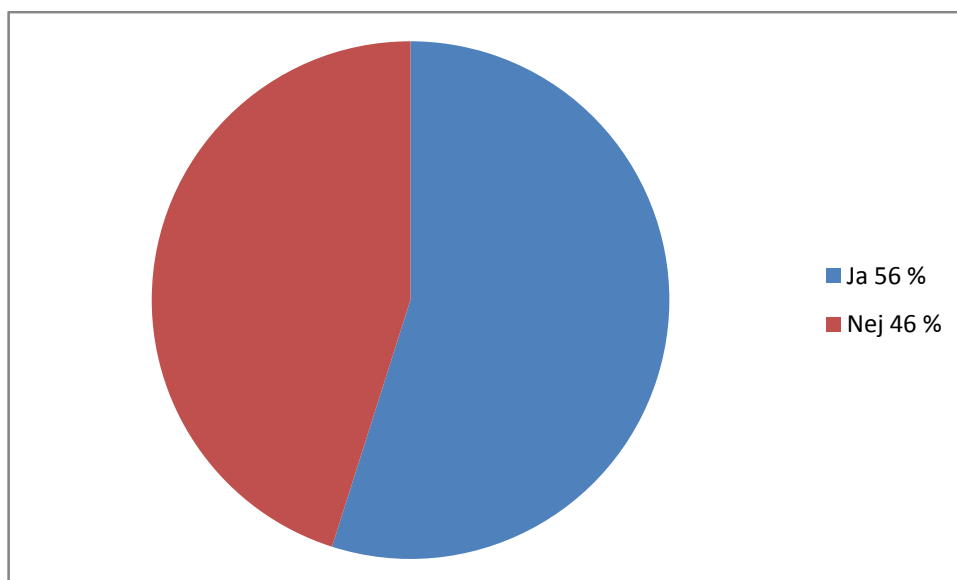


Figur 8. Faktorer som påverkat kreatörens val av arbetsmiljö

Det som påverkat de flesta kreatörers val av arbetsplats är läget. Med tanke på att hälften av dem jobbar hemma, kan man anta att det för många upplevs som praktiskt att jobba hemma (därtill kommer det faktum att de flesta kreatörer i studien hade en arbetsresa på under 5 km). Låg hyra är även en tilldragande faktor. För många av de kreatörer som jobbar hemma torde hyran vara praktiskt taget noll. Som enskild näringsidkare har man inte rätt till att dra av hyra för arbetsutrymmen, varpå många kanske inte vill belasta intäkterna med hyreskostnader. På tredje plats kommer utseende, storlek och image. När man läser igenom de beskrivningar kreatörerna ger av sin drömarbetsmiljö i slutet av denna studie, inser man att platsens utseende, karaktär och känsla spelar stor roll vid valet av arbetsmiljö. Kreatörerna hade även möjlighet att via öppna svar svara på frågan ovan. De svar som gavs var främst närheten till andra kreatörer och arbetskolligor, synligheten och utrustningen.

*Läget påverkar många kreatörers val av arbetsmiljö. Trots det värdesätter de varken närhet till service och stödtjänster, närhet till kunder eller närhet till andra företag. Man kan fråga sig "läge i förhållande till vad?" Svaret torde vara "hemmet".*

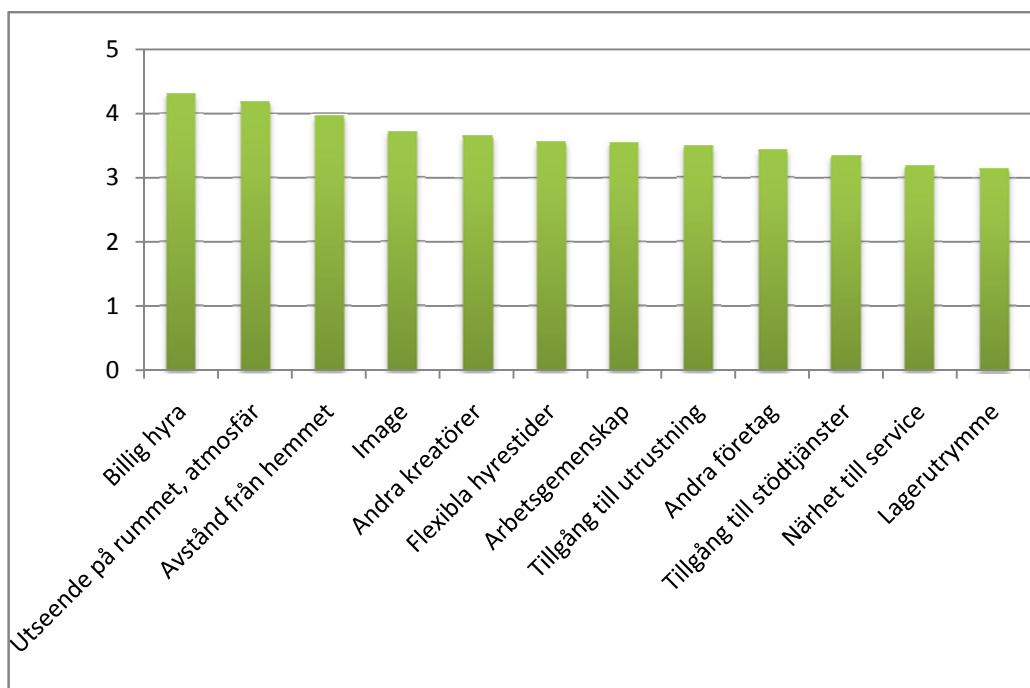
**Fråga: Jag kommer inom de närmaste fem åren att vara i behov av en fysisk arbetsplats**



Figur 9. Kreatörens framtida behov av en fysisk arbetsplats.

75 % av de studerande som deltog i studien är i behov av en fysisk arbetsplats inom de närmaste fem åren. Av de kreatörer som jobbar hemma är det 56 % som söker en ny arbetsmiljö om något år. Av de som jobbar hos en annan arbetsgivare är det ungefär hälften som söker sig en egen arbetsplats.

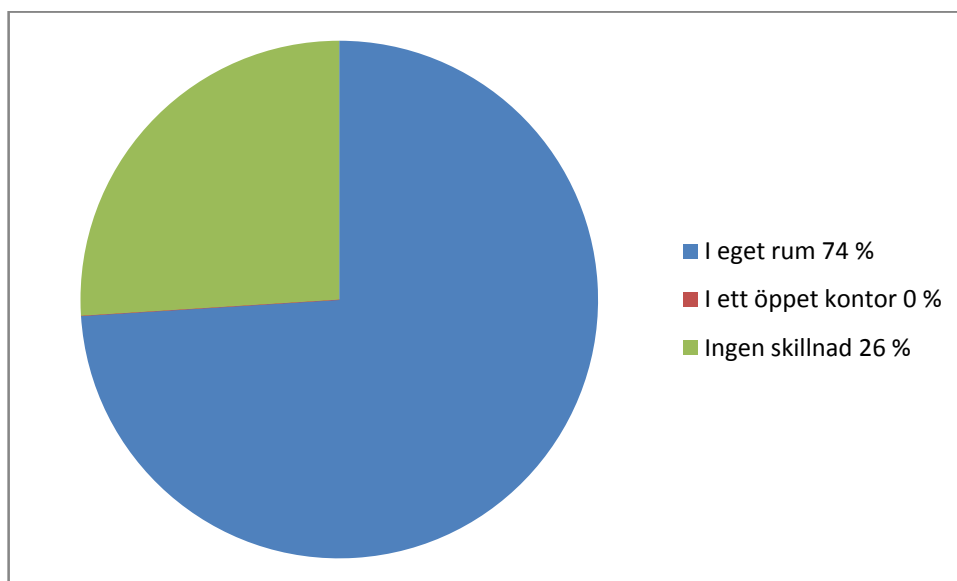
**Påstående: När jag väljer arbetsmiljö är följande viktigt  
(gäller även framtida arbetsmiljöer)**



Figur 10. Faktorer som påverkar kreatörens val av arbetsmiljö

När kreatörer listar faktorer som påverkar deras val av arbetsplats är det tre som är viktigare än de andra. Dessa är billig hyra, utseende på rummet/atmosfären och avstånd från hemmet. Det vill säga samma faktorer som redan idag påverkat deras val av arbetsmiljö. Kreatörer vill inte avsätta tid på arbetsresor och det faktum att många redan idag jobbar hemma kan tolkas som att hemmet för många kreatörer är en ändamålsenlig arbetsmiljö. De flesta alternativ som gavs i studien ansågs emellertid viktiga, det var endast lagerutrymme och närhet till service som hade mindre vikt än de andra.

### Påstående: Jag jobbar hellre ...



Figur 10. Kreatörens val av typen av arbetsrum

*De flesta kreatörer föredrar att arbeta i egna rum. Ingen föredrar att arbeta i ett öppet kontor.*

**Påstående: I mitt arbete skulle jag behöva följande utrustning. Här nämns vilken tillgång på utrustning som skulle påverka valet av arbetsmiljö**

Detta var en öppen fråga där kreatörerna fritt kunde välja, vilken utrustning de behöver i sitt arbete och vilken utrustning som direkt skulle göra att den fann en speciell arbetsmiljö attraktiv.

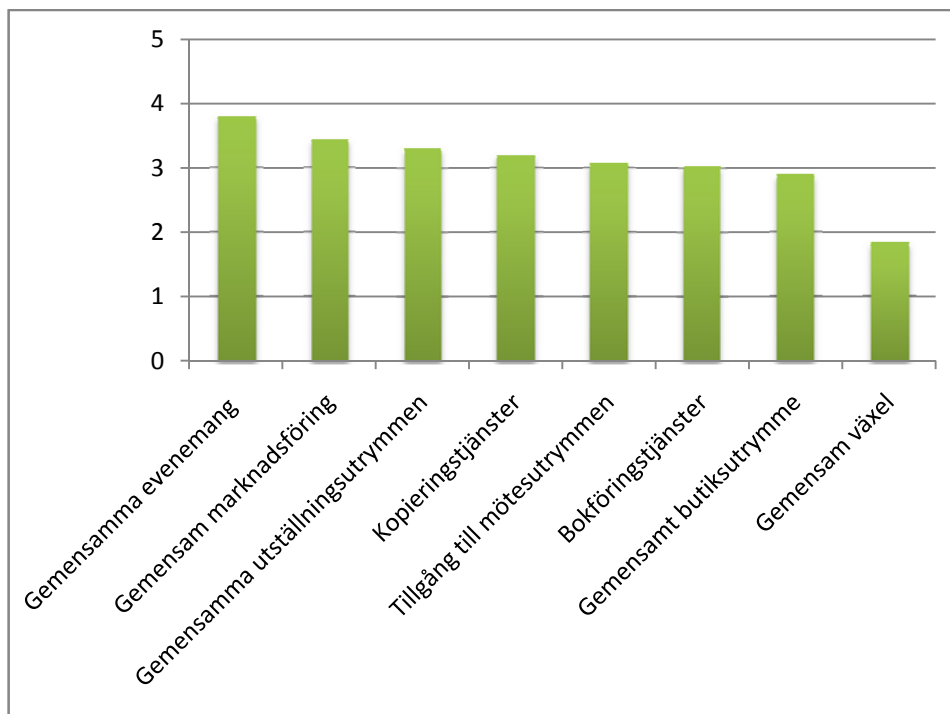
Deras behov varierar naturligtvis enligt det arbete de utför, men om man skulle rita upp en arbetsmiljö där alla de kreatörer som deltog i studien skulle finna sig tillrätta skulle den se ut så här:

<p><b>Sociala utrymmen</b></p> <p>Mötesutrymmen</p> <p>Kaffehörna, bollplank</p> <p>Övernattningsmöjligheter</p>	<p><b>Kontorslandskap</b></p> <p>Färgprinter, kopiator, skanner</p> <p>Dator, datorprogram, snabbt nät</p> <p>Arbetsbord och stolar</p>	<p><b>Foto &amp; grafik</b></p> <p>Fotoskrivare, grafikpress</p> <p>Ljusbord, belysn.app.</p> <p>Redigeringsutrustning</p>	<p><b>Mörkerrum</b></p>
<p><b>Verkstad</b></p> <p>Kompressor, spikpistol</p> <p>Heta arbeten</p> <p>Dammiga, smutsiga arbeten</p>	<p><b>Våtutrymmen</b></p> <p>Målning, färgning</p> <p>Tryckbord</p>	<p><b>"Torken"</b></p> <p>Keramikugn</p> <p>Ventilation</p> <p>Torkbord</p>	<p><b>Studio</b></p>

Figur 11. Skiss över en arbetsmiljö som skulle tillfredsställa många av de behov studiens kreatörer omnämner.

*Kreatörer vill ha en arbetsmiljö full med tekniskt, utrymmesmässigt och socialt innehåll.*

**Påstående: Följande stödtjänster på arbetsplatsen skulle kännas lockande för mig**



Figur 12. Kreatörers val av stödtjänster på arbetsplatsen

De stödtjänster som lockar flest kreatörer till en arbetsmiljö är möjligheten att arrangera gemensamma evenemang och tillställningar, marknadsföra sig gemensamt och skapa gemensamma utställningsutrymmen. ( Vi har tidigare lagt märke till att bokföringstjänster är något som våra kreatörer ofta frågar oss om, vilket gjorde att denna tjänst togs med i undersökningen. )

Man kan tänka sig att gemensamma evenemang fyller två funktioner och kan tolkas på två olika sätt. Dels kanske de enbart fyller ett socialt behov och är något man bara gör för sig själva som kreatörer. Dels kan gemensamma evenemang riktas mot kunden, vilket gör att man blir betydligt mera intressant eftersom man har mer att erbjuda på ett och samma ställe, man blir starkare tillsammans och kan utnyttja gemensam marknadsföring, något som naturligtvis även sammanfaller med gemensamma utställningsutrymmen.

Man hade även möjlighet att genom öppna svar komplettera denna fråga. De flesta svar behandlade gemensamma social utrymmen och utrymme för diskussion. Skissen ovan, över den arbetsmiljö där de flesta kreatörer skulle kunna tillfredsställa sina behov, behöver kompletteras med ett stort flexibelt utrymme som kunde användas till allt från konst- och fotoutställningar, mässlokal, performance som större fester.

*Många kreatörer vill jobba hemma, men ha tillgång till gemensamma utrymmen där de kan visa upp sitt arbete. Kan man tolka detta som att man vill producera ensam, men leverera tillsammans?*

### Beskriv din drömarbetsplats / -miljö:

*"Jag stiger in i en stor och ljus sal med högt i tak. Jag ser ner på golvet. –"Vilket fint golv", tänker jag för mig själv. Jag stänger dörren om mig och ett lugn och en ro sänker sig över mig. Samtidigt vet jag, att när jag öppnar dörren igen, möts jag av en energi som kommer från andra skapande människor i min närhet. Ibland kan jag inte stå emot den kraft som drar i mig utifrån och jag slungas in i gemensamma projekt, där kreativiteten flödar. För att jag, när jag lekt av mig, sedan kan dra mig undan med mitt för en stund. Här får jag skapa och lämna över det affärsmässiga till någon annan. Fylla i blanketter, bokföring, försäljning ... Varför skall jag göra det när någon annan gör det så mycket bättre?"*

*Detta är en plats jag kommer till, när jag behöver. Jag kommer och går.*

*Jag kommer och går och jag gläds över att tröskeln hit är låg även för människor utifrån. Det finns ett intresse att betrakta vad vi gör. Jag hör ofta ord som "övertäckande", "estetiskt", "fördomsfritt" och "värdigt" av de besökare jag möter. Vi alla, kommer och går."*

Här hade kreatörerna möjligheten att fritt fantisera om en drömmiljö för kreativt arbete. Naturligtvis var svaren väldigt varierande, men texten ovan kan väl ses som att den innehåller centrala bitar ur de flesta berättelserna. Vi kan konstatera att de begrepp som främst förekommer i deras berättelser är gemenskap, ljus och arbetsro. Detta är begrepp som även framkommit och diskuterats tidigare i studien. Detta vill vi tolka som att den bild studien ger, rätt väl representerar den miljö kreatörer gärna skulle välja för att utföra sitt arbete i. Åtminstone de kreatörer som tagit del av denna studie.

## Slutdiskussion

Juthbacka kulturcentrum har ända sedan starten haft en vision om att kunna bygga upp ett kulturkluster på Juthbacka och på så vis kunna erbjuda våra kreatörer ändamålsenliga arbetsutrymmen. Vid dags datum finns det ett antal platser i ett öppet kontor och några enskilda rum till uthyrning. I detta ingår tillgång till sociala utrymmen och mötesutrymmen. Juthbackas fysiska kulturkluster har dock ännu inte hittat sin mest välfungerande form.

När vi läser undersökningen ovan kommer vi snabbt fram till att många kreatörer är starkt knutna till hemmet, antingen genom att direkt jobba hemifrån, eller på en plats nära hemmet. Att erbjuda en kontorsmiljö, på ett avstånd på över 15 km hemifrån, till redan etablerade kreatörer är en utmaning. Frågan är om Juthbacka istället borde rikta in sig på unga, nyutexaminerade kreatörer. De studerande som deltog i studien visade att 75 % av dem behöver en fysisk arbetsplats inom fem år. Denna målgrupp har i de flesta fall inte ännu hunnit etablera ett för deras jobb ändamålsenligt boende. Efter flera års studiegemenskap kastas de ut i arbetslivet och det är kanske här Juthbacka kunde bli en fast punkt med arbetsutrymmen och stödtjänster. Formen för ett kulturkluster skulle i detta fall bli mer av typen inkubator, där arbetsutrymmen, administrativa tjänster, kontorsutrustning, affärsutveckling och mentorskap skulle vara naturliga inslag.

För att attrahera redan etablerade kreatörer till en miljö utanför hemmet (även här ser vi att 56 % av denna grupp söker en ny fysisk arbetsplats inom fem år) bör man kanske ta en annan väg. Istället för att tänka enskildhet, med egna arbetsytor, bör man tänka innehåll och gemensamma aktiviteter. Resultatet kunde här bli ett "möjlighetshus" där kreatörer har möjlighet att skapa kreativa produkter och tjänster samt även möta sina kunder. Ett exempel kunde vara den skiss som presenterades i denna studie utökad med gemensamma utrymmen för utställningar och evenemang. Istället för att tänka arbetsplats, borde man tänka mötesplats. Och strävan borde vara att skapa en miljö, dit man inte rutinmässigt återvänder morgon efter morgon, utan en miljö dit man behovsmässigt kommer. En miljö där både kreatörer och kunder/publik trivs.