



PM 2023:04

Coworking och regional spridning av tillväxtföretag

Rapporten analyserar vilka drivkrafter som ligger till grund för företags beslut att flytta ut delar av sin verksamhet till coworkingställen på nya orter runt om i landet. Rekrytering och bibehållande av kompetens framträder som det viktigaste motivet.

Dnr: 2022/169

Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser

Studentplan 3, 831 40 Östersund

Telefon: 010 447 44 00

E-post: info@tillvaxtanalys.se

www.tillvaxtanalys.se

För ytterligare information kontakta: Kent Eliasson

Telefon: 010- 447 44 32

E-post: kent.eliasson@tillvaxtanalys.se

Förord

Tillväxtanalys uppdrag är att utvärdera och analysera effekterna av statens insatser för en hållbar nationell och regional tillväxt. Vi ska också ge underlag och rekommendationer för utveckling, omprövning och effektivisering av politiken.

Syftet med den här rapporten är att undersöka vilka drivkrafter som ligger till grund för företags beslut att etablera sig på en ny ort och att bedriva den utlokaliserade verksamheten i en coworkingmiljö istället för i egna lokaler. Rapporten är skriven av Hans Westlund (KTH) och Anna Rex (The Remote Lab). Kent Eliasson har varit projektledare.

Östersund, april 2023

Sverker Härd,
Generaldirektör, Tillväxtanalys

Innehållsförteckning

Förord	2
Sammanfattning	4
Summary	6
1. Inledning.....	8
2. Syfte och frågeställningar	10
3. Metod	10
4. Resultat	11
4.1 Kvantitativ kartläggning	11
4.2 Företagens motiv och beslut.....	14
5. Analys	18
6. Slutsatser, policyrekommendationer och frågor för framtida forskning.....	21
Referenser	24
Bilagor	26

Sammanfattning

Coworking, är en snabbt växande företeelse i Sverige och internationellt, och förväxlas ibland med begrepp som kontorshotell eller företagshotell. I den här rapporten kommer dock begreppet coworkingställe användas i huvudsak. Tillväxtanalys (2022a) gjorde en kartläggning av fenomenet i Sverige och fann bland annat att det i februari 2022 fanns 649 coworkingställen fördelade på 200 av Sveriges 290 kommuner. Kartläggningen fann också flera exempel på att coworkingställen används som "landningsplatser" när existerande företag vill nyetablera sig på en ort. Denna företeelse står i centrum för denna rapport.

Nylokaliseringar som växer

Baserat på antagandet att företags nylokaliseringar på andra orter än ursprungsorten främst sker i regionala centra, kontaktades 97 coworkingställen i 22 regionala centra. Utifrån deras svar kunde vi kartlägga 183 nyetableringar. Mer än hälften av företagen bakom dessa nylokaliseringar har sitt säte i Stockholm-/Uppsalaregionen. Baserat på uppgifterna för de coworkingställen som svarade uppskattar vi det totala antalet nyetableringar i landet till drygt 900, med över 3000 anställda.

57 % av de intervjuade företagen hade ökat antalet anställda sedan etableringen. Detta kan antas påverka den lokala kompetensförsörjningen och den regionala utvecklingen i en positiv riktning. Utlokaliseringar av den här typen förekommer inom alla branschgrupper, men de domineras av i första hand organisations- och teknikkonsulter och i andra hand av informations- och kommunikationskonsulter.

Kompetens som primär drivkraft

På frågan om varför man valt att etablera sig på en viss ort beskrev samtliga respondenter att det handlar om kompetens på något sätt. De olika beskrivningarna kan sorteras i tre typfall, men gemensamt är att valet av ort huvudsakligen har styrts av rekrytering och bibehållande av kompetens inom företaget.

Respondenterna betonade tre faktorer bakom valet att använda sig av coworkingmiljöer:

- 1) det är smidigt att komma igång eftersom kaffe, skrivare, wifi och annat finns på plats,
- 2) avtalen med coworkingställena tillåter att man växer eller krymper snabbt vilket innebär en låg ekonomisk risk, och 3) man tycker att coworkingmiljön erbjuder en bra psykosocial arbetsmiljö för den enskilde medarbetaren. Detta kan också antas sänka trösklarna för etablering och öka möjligheterna för fler aktörer att etablera sig på ny ort, eftersom tillgången till dessa miljöer är lika för alla. Till detta kommer tillgång till sociala nätverk på orten och möjligheter till kunskapsutbyten.

Den absoluta majoriteten av respondenterna skattade coworkingställets (centrala) lokalisering på orten, tillgång till viktiga nätverk och coworkingställets kultur/ anda som mest avgörande för valet. Resultaten tyder vidare på att de professionella och sociala nätverken som coworkingställena erbjuder - både internt och till externa kontakter - är något som såväl egenföretagare, entreprenörer som medarbetare i nylokaliserade företag drar nytta av och efterfrågar. Coworkingställena blir därmed en ingång på mikronivå till det som ibland kallas *lokala entreprenöriella ekosystem*, vilket av uppenbara skäl innehåller fler aktörer och funktioner än vad mikrosystemet (coworkingställena) kan göra.

Coworkingställen som ny aktör i nationella innovationssystemet

Den här studien visar såväl likheter som skillnader mellan inkubatorer och coworkingställen. Coworkingställen erbjuder, precis som inkubatorer, en professionell och social arbetsmiljö och diverse supportstrukturer, men utan att göra skillnad på vilka som får tillträde till miljön. Det finns ingen kvalificeringsprocess eller bäst-före-datum på samma sätt som det gör i en inkubator, och det finns heller inga skyldigheter för coworkingstället att erbjuda en viss sorts rådgivning eller tillgång till kapital. Medan en inkubators verksamhet gentemot de nya företagen baseras på kontrakt och är tidsbunden och syftar till att producera ett visst resultat, är coworkingmiljön betydligt mer informell när det gäller de interna och externa nätverk den ger tillgång till och vilka aktiviteter som sker där. Ytterligare en skillnad, med särskild relevans för denna studie, är att inkubatorer vänder sig till nya (start-up) företag, medan coworkingställen är öppna för alla kategorier som vill ha en kontorsplats och en arbetsmiljö, vilket ökar diversifiering och skapar en mer jämlik tillgång till entreprenöriella sammanhang. De utlokaliseringar från moderföretag på andra orter, som står i centrum för denna studie, har därför ingen plats i en inkubator. Det innebär att coworkingställen fyller ett tomrum i den existerande stödstrukturen för spridning av tillväxtföretag, och skapar också en yta där både entreprenörer och etablerade företag kan mötas.

I ett nationellt perspektiv är det därför viktigt att lyfta frågan om branschkod för coworkingställen, för att enklare kunna identifiera dessa aktörer, deras roll i den regionala tillväxtpolitiken och bättre kunna följa hur branschen utvecklas.

Kommuner och regioner har en viktig roll

Denna studie visar att etablering av företag på en ny ort oftast har med individers val av boendeort att göra, snarare än övergripande företagsstrategier. Tillväxtanalys (2022a) visade också att relativt få kommuner hade något grepp om vilka coworkingställen som fanns i kommunen. Resultaten av denna studie reser därför nya frågor för forskningen om kommuners och regioners tillväxt- och utvecklingsarbete, främst kopplat till företagsetableringar. I vilken utsträckning är kommuner medvetna om att det inte bara är så att företag drar till sig arbetskraft utan också att arbetskraft drar till sig företag - och vilka praktiska uttryck tar det sig i så fall? I vilken utsträckning har kommuner och regioner strategier för skapande och bevarande av *amenities* som attraherar vissa grupper? I vilken utsträckning är samverkan med coworkingställen en del av kommuners och regioners utvecklingsarbete? Svaren på dessa frågor kan komma att ha stor betydelse för vilka kommuner och regioner som utvecklas bäst i framtiden.

Summary

Coworking is a rapidly growing phenomenon in Sweden and internationally, which in Sweden sometimes is confused with terms such as office hotel or company hotel. In this report, *“Coworking and the regional spread of growth companies”* however, the term coworking will be used throughout. Tillväxtanalys (2022) made a survey of the phenomenon in Sweden and found, among other things, that in February 2022 there were 649 coworking businesses distributed in 200 of Sweden's 290 municipalities. The survey also found several examples of coworking spaces being used as "landing sites" when existing companies want to establish themselves in a new city or region. This phenomenon is the focus of this report.

New locations that are growing

Based on the assumption that companies' new locations in places other than the place of origin mainly take place in regional centers, 97 coworking places in 22 regional centers were contacted. Based on their answers, we were able to map 183 new branches. More than half of the companies behind these new branches are based in the Stockholm/Uppsala region. Based on the data for the coworking places that responded, we estimate the total number of new establishments in the country to be just over 900, with over 3,000 employees. 57% of the companies interviewed had increased the number of employees since starting in a new location. This can be assumed to influence the skill of the local workforce and regional development in a positive direction. Outsourcing of this type occurs in all industry groups, but it is dominated primarily by organizational and technology consultants and secondarily by information and communication consultants.

Competence as primary driving force

When asked why the company chose to establish themselves in a certain city or region, all respondents described that it has to do with competence in some way. The responses can be sorted into three types, but the commonality is that the choice of location has mainly been guided by recruitment and retention of competence within the company. The respondents emphasized three factors behind the choice to use coworking environments: 1) it is easy to get started because coffee, printers, wifi and other things are readily available, 2) the contracts with the coworking places allow you to grow or shrink quickly, which means a low financial risk, and 3) respondents thought that the coworking environment offers a good psychosocial work environment for the individual employee. Coworking places can also be assumed to lower the thresholds for opening a branch and increase the opportunities for more actors to establish themselves in a new location, since access to these environments is equal for everyone. Added to this, is access to local social networks and opportunities for knowledge exchange. The absolute majority of respondents rated the coworking space's (central) location in the town, access to important networks and the coworking space's culture/spirit as the most important when choosing a certain coworking space. The results further indicate that the professional and social networks that coworking places offer - both internally and for external contacts - are something that both self-employed people, entrepreneurs and employees in newly located companies benefit from and demand. The coworking places thus become an entry

on a micro level to what is sometimes called local entrepreneurial ecosystems, which for obvious reasons contains more actors and functions than the micro system (the coworking places) can do.

Coworking places as a new actor in the national innovation system

This study shows similarities as well as differences between incubators and coworking spaces. Coworking spaces offer, just like incubators, a professional and social work environment and various support structures, but without making a distinction between who gets access to the environment and who does not. There is no qualification process or best-before date in the same way as there is in an incubator, nor are there any obligations for the coworking space to offer a certain kind of advice or access to capital. While an incubator's activity vis-à-vis the new companies is based on contracts and is time-bound and aims to produce a certain result, the coworking environment is significantly more informal in terms of the internal and external networks it provides access to and the activities that take place there. Another difference, with particular relevance to this study, is that incubators are aimed at new (start-up) companies, while coworking spaces are open to all sorts of companies that want an office space and a work environment, which increases diversification and creates a more equal access to entrepreneurial contexts. The establishment of branches in new cities/regions, which are the focus of this study, therefore have no place in an incubator. This means that coworking spaces fill a void in the existing support structure for the spread of growth companies, and also create a surface where both entrepreneurs and established companies can meet. Municipalities and regions have an important role. This study shows that the establishment of companies in a new location usually has to do with individuals' choice of place of residence, rather than overall company strategies. Tillväxtanalys (2022) also showed that relatively few municipalities had any idea which coworking places existed in the municipality. The results of this study therefore raise new questions for research on the growth and development strategies of municipalities and regions, mainly linked to business establishment. To what extent are municipalities aware that it is not only the case that companies attract talent but also that talent attracts companies - and if so, what practical expressions does this take? To what extent do municipalities and regions have strategies for the creation and preservation of amenities that attract certain groups? To what extent is collaboration with coworking spaces part of the development strategies of municipalities and regions? The answers to these questions may have great significance for which municipalities and regions that develop best in the future.

1. Inledning

Tillväxtanalys publicerade i juni 2022 en kartläggning av coworkingställen i Sverige utanför storstadsregionerna och deras tillväxt och funktioner. Bland många intressanta resultat upptäcktes flera exempel på att coworkingställen fungerar som "filiakuvöser" när företag vill starta upp verksamhet i en ny region, ofta med syftet att så småningom växa och knoppa av ett eget kontor. Coworkingställen kan alltså fylla en potentiellt viktig roll för regional spridning av tillväxtföretag i landet.

Ur ett internationellt perspektiv finns en omfattande forskningslitteratur kring företags geografiska utvidgning i form av nylokaliseringar i andra länder. Den svenska Uppsalamodellen (Johansson & Wahlne 1977) är en av de mest kända och kommenterade (se nedan). Motsvarande litteratur om hur företag nylokaliseras *inom* ett land är däremot nästan obefintlig. En enkel bakgrund skulle mycket kort kunna beskrivas på följande sätt:

Företags försäljning av varor och tjänster sker, trots växande e-handel, till stor del på lokala/regionala marknader, likväl som att rekrytering och anställning sker i hög grad på lokala arbetsmarknader. Under pandemin har distansarbetet ökat och antalet tjänster som annonseras ut som ortsberoende ökade markant under pandemin och har stabiliserat sig under 2022 (Fowler, 2022).

Vid sidan av dagligvaruhandeln, som till sin natur (än så länge) huvudsakligen baseras på butiksförsäljning, finns en stor sektor av tjänster och kombinationer av varor och tjänster som bygger på upprepade och någorlunda regelbundna kund- och klientkontakter och som därmed har betydligt större behov av lokal/regional närvaro. En bidragande drivkraft till nylokaliseringar kan också vara behov att rekrytera arbetskraft med vissa specialkompetenser.

Uppsalamodellen betonar fysisk och kulturell närhet som viktiga faktorer bakom valet av lokalisering utomlands. Fysisk och kulturell närhet kan antas minska osäkerhet och risker vid en expansion. Vid nylokaliseringar inom ett land finns som regel redan en fysisk och kulturell närhet, och det är därför troligt att *storleken och strukturen* på de regionala arbetsvaru- och tjänstemarknaderna spelar en större roll.

Studier av lokaliseringen av multinationella företags FoU-investeringar skiljer ofta på efterfrågeinriktade och utbudsinriktade förklaringar (Tillväxtanalys 2022b). Till den förstnämnda förklaringen hör att FoU lokaliseras för att kunna anpassa produkter och service till landets specifika efterfrågan och kultur. Till den senare förklaringen hör att FoU lokaliseras till platser med ett stort utbud av för branschen specialiserad arbetskraft. Även om detta förklaringsmönster främst använts vid studier av multinationella företags FoU-lokaliseringar, är det knappast någon tvekan om att även lokalisering av små företag kan vara marknads- eller utbudsinriktad.

Behovet att minimera riskerna och "prova sig fram" finns inte bara vid internationella investeringar utan även vid inhemsk expansion. Det är i detta sammanhang som coworkingställen i regionala centra kan fungera som testbäddar för nylokaliseringar. Istället för en stor satsning direkt på egna regionkontor kan företag "testetablera" sig på coworkingställen och om testet faller väl ut, så småningom knoppa av till ett eget kontor. Tillväxtanalys (2022a) fann flera exempel på detta.

Ett begrepp som används alltmer inom forskningslitteraturen är "entreprenöriella ekosystem" där lokala/regionala resurser, institutioner och nätverk antas spela avgörande roller för tillkomst och tillväxt av nya företag (se t.ex. Acs et al. 2017). Litteraturen har så här långt diskuterat entreprenöriella ekosystem i ett lokalt eller regionalt perspektiv. Vi prövar här hypotesen att begreppet entreprenöriella ekosystem också kan tillämpas på mikronivå, det vill säga att coworkingställen i olika utsträckning också kan fungera som entreprenöriella mikro-ekosystem (Banc & Messeghem 2020; Bouncken et al. 2020) för nylokaliseringar och deras tillväxt.

1.1 Infrastruktur för innovationsförmåga och näringslivsdynamik

I det juridiska och politiska ramverk som omger företagande finns flera förhållanden som på olika sätt villkorar förmåga till innovation eller entreprenörskap, liksom tillgång till fungerande infrastruktur i form av transporter, kommunikationer och kommunal service. Till detta kommer städers strukturkapital i form av nätverk och arenor för interaktion och erfarenhetsutbyten, där Tillväxtanalys (2022a) kunde identifiera coworkingplatser som en intressant del av en lokal infrastruktur när det gäller att bygga samarbeten och kunskapsutbyten mellan och inom olika företag och myndigheter, samt fungera som en första kontakt för nyinflyttade.

I Sverige finns ingen riktigt exakt definition av coworking, utan coworking blandas ofta samman med begrepp som kontorshotell, företagshotell eller business parks. Närmast översätts coworking till "kontorskollektiv" på svenska, vilket definieras i Wikipedia som:

"en lokal där människor med olika yrken arbetar tillsammans. Till skillnad från traditionella kontor är de som arbetar där sällan anställda av samma arbetsgivare /.../ Det är en social gemenskap där de som ingår arbetar oberoende av varandra, men delar samma värderingar och är intresserade av de synergieffekter som kan uppstå när de arbetar med människor som värdesätter att arbeta på samma ställe. Kontorskollektiv kan vara en lösning på den isolering många frilansare upplever när de arbetar hemma, samtidigt som de slipper att bli distraherade av hemmiljön. Då blir kontorskollektivet den tredje platsen."
(Wikipedia, 2022)

Det finns inte heller någon gemensam branschkod för bolag som driver gemensamma kontor, men det är en fråga som kan komma att aktualiseras eftersom antalet aktörer på marknaden växer.

Coworkingverksamhet är en relativt ny företeelse på den svenska marknaden. Till skillnad från traditionellt distansarbete i hemmet äger "coworking" rum i kontorsmiljöer med viss gemensam kontorsinfrastruktur och där även sociala kontakter och nätverksskapande prioriteras. Formerna varierar och är flexibla. De kan innebära allt från att ha tillgång till ett skrivbord i ett kontorslandskap till att ha egna rum eller avdelningar. Nyttjandegraden varierar också, från någon enstaka dag i månaden till all arbetstid. Sverige har en förhållandevis lång historia av att skapa gemensamma kontorslösningar, och började redan på 80-talet med så kallade telestugor på landsbygden, med syftet att samla landsbygdsboende som "jobbade med data" så att de skulle kunna ha en arbetsplats och kollegor närmare hemmet (Tillväxtanalys, 2022a).

I fjolårets kartläggning (Tillväxtanalys, 2022a) inkluderades alla former av gemensamma kontorslokaler, som har flexibla hyresavtal med kortare uppsägning än traditionella avtal. I denna rapport avgränsas urvalet av företag till de som har coworking eller kontorshotell som en del av sin kärnverksamhet. Orel et al (2021) beskriver att det finns olika typer av drivkrafter för dessa verksamheter, från rent samhällsförbättrande till mer konkret vinstmaximerande.

Förutom de uppenbara besparingarna företag kan göra på lokalhyra, elförbrukning och andra kontorsinventarier (Bouncken et al 2022; Slätmo et al 2019), finns exempel på att coworkingställen ökar innovationsförmåga och entreprenörskap (Krauss et al 2018; Clifton et al 2019), samt sänker trösklarna för kvinnor, utlandsfödda och andra grupper som traditionellt inte har samma tillgång till nätverk och kapital som andra grupper (Howell, 2021). Howell visar också att coworkare inte har en och samma personlighetstyp, utan olika typer av coworkingmiljöer är attraktiva för olika typer av personer. Det finns också exempel på att coworking kan bidra till att minska CO2-utsläpp i större utsträckning än traditionellt kontorsarbete genom minskade transporter och minskad arbetspendling (Frenken et al, 2007). De representerar också viktiga arenor för delningsekonomi med potential att minska resursanvändningen genom gemensam och mer effektiv användning av kontorsytor, varor och tjänster samt kunna revitalisera rurala områden (Bouncken & Aslam 2021).

2. Syfte och frågeställningar

Denna studie syftar till att undersöka en av de mest centrala frågorna kring coworkingställens potential att bidra till regional tillväxt, nämligen deras funktion som inkubatorer och/eller företagskuvöser vid företagsetableringar av regionkontor, då företagen sprider och utvidgar sin lokalisering geografiskt. Ökad kunskap om dessa processer är nödvändig för att kunna bedöma coworkingställens betydelse för spridning av tillväxtnäringar och för att eventuellt forma en politik för att stödja dessa effekter av coworking.

Frågeställningar som behandlas är huruvida coworkingställens mål, funktioner, resurser och nätverk har något inflytande på tillkomsten av försöks- och nyetableringar och på de nylokaliserade företagens expansionsförmåga, hur företagen väljer vilken ort de ska etablera sig på, varför man väljer ett coworkingställe från början och varför just det specifika coworkingstället.

3. Metod

Med utgångspunkt i den kartläggning av Sveriges coworkingaktörer som gjordes av författarna under våren 2022 (Tillväxtanalys, 2022a) valdes 22 regionala centra ut (se bilaga) och en genomgång av varje centers coworkingutbud genomfördes. På varje ort valdes enbart coworkingställen och/eller kontorshotell som hade detta som del av sin kärnverksamhet. Därefter kontaktades dessa 97 coworkingställen med frågan om de hade eller hade haft några kunder/medlemmar som skulle passa in på beskrivningen ovan - ett

företag som har sitt säte på en annan ort som har placerat anställda hos coworkingstället i syfte att starta upp en ny filial eller bredda sin rekryteringsbas geografiskt.

Dessa svar gav då en ny lista på företag som sorterades utefter branschkod och bolagets säte. Företag som hade sitt juridiska säte i samma stad som coworkingfilialen togs bort ur urvalet, eftersom studiens syfte är att undersöka utlokaliseringar. Därefter gjordes ett urval med fokus på bransch, för att få så stor bredd som möjligt av olika branscher, med antagandet att olika branscher kan ha olika drivkrafter.

De utvalda företagen kontaktades på telefon för en semistrukturerad intervju kring vilka drivkrafter som låg till grund för beslutet att etableras sig på orten och använda coworkingställen istället för att hyra och möblera egna lokaler.

4. Resultat

4.1 Kvantitativ kartläggning

Totalt kontaktades 97 coworkingställen i 22 regionala centra via mail och telefon, varav 15 coworkingställen i 13 regionala centra svarade med namn på företag som passade beskrivningen.

Tabell 1 Antal städer och coworkingställen som svarat med resultat

Stad	Antal coworkingställen som svarat med resultat
Uppsala	1
Linköping	2
Norrköping	1
Jönköping	1
Visby	1
Helsingborg	1
Borås	1
Karlstad	1
Örebro	1
Gävle	1
Östersund	1
Umeå	2
Luleå	1

Totalt 9 coworkingställen svarade att de inte hade några nylokaliserade företag som medlemmar. 7 avböjde att delta och 65 svarade varken på flertalet mail eller telefon. Sammanlagt, från de 15 coworkingställen som gav oss namn på företag, fick vi ihop en bruttolista på 183 företag. Av dessa valdes 73 stycken ut för intervju, några från varje regionalt center. Urvalet skedde med hänsyn till att få med så många olika branscher som möjligt per ort för att förhoppningsvis kunna få så stor spridning på drivkrafter som möjligt. Av de 73 företag som kontaktades, fick vi svar från och kunde intervjua 42 företag inom tidsramen för studien, och dessa svar redovisas nedan.

Tabell 2 Antalet nylokaliserade enheter på coworkingställen i de 13 regionala centra som svar erhöles ifrån

Gävle	46
Jönköping	23
Östersund	22
Norrköping	17
Linköping	18
Örebro	17
Luleå	15
Karlstad	9
Borås	4
Visby	2
Umeå	2
Uppsala	5
Helsingborg	3
SUMMA	183

Som framgår av Tabell 2 är Gävle den stad som uppvisar i särklass störst antal nyetablerade enheter på coworkingställen. Det bör dock betonas att resultaten i tabellen är helt beroende av vilka coworkingställen som valt att delta i studien. Tabellen ger trots detta tydliga upplysningar om vilka städer som analysen baseras på och den relativa vikten som respektive stad har.

Tabell 3 Huvudkontorets säte uppdelat på regioner, antal företag och andel av totalen

Huvudkontorets säte	Antal företag	Andel
1 Stockholm/Uppsalaregionen	103	56%
2 Övriga Svealand	17	9%
3 Göteborgsregionen	19	10%
4 Övriga Götaland	20	11%
5 Norrland	13	7%
6 Utlandet	4	2%
7 Kunde ej fastställas	7	4%
SUMMA	183	100%

Tabell 3 visar tydligt Stockholm-/Uppsalaregionens betydelse för nylokalisering av enheter i landets regionala centra. Mer än hälften av de nylokaliserade enheterna har sina huvudkontor i Stockholm-/Uppsalaregionen. Lägger vi därtill Göteborgsregionen och övriga Götaland kommer drygt tre fjärdedelar av nylokaliseringarna från dessa tre regioner. Dock ska det noteras att Skåne och Malmöregionen står för en mycket liten del av nylokaliseringarna, endast tre stycken (framgår ej av tabellen).

Tabell 4 Det totala antalet utlokaliserade enheter, samt de intervjuade enheterna uppdelade efter SNI-branschgrupper

SNI-branscher	Intervjuade	Totalt
10-43 Tillverkning & bygg	3	13
45-53 Handel, restaurang & transport	2	16
58-63 Information & kommunikationskonsult	10	38
65-66 Försäkring & finans	2	10
69-74 Organisations- & teknikkonsult	16	56
77-80 Uthyrning & fastighetsservice	1	13
85 Utbildning	7	11
94-95 Annan service	1	8
Ej fastställd		18
SUMMA	42	183

Tabell 4 visar å ena sidan att utlokaliseringarna är något som förekommer inom alla branschgrupper, men å andra sidan att de domineras av i första hand organisations- och teknikkonsulter och i andra hand av informations- och kommunikationskonsulter. I de fall där moderföretaget har flera bransch-koder har den som bedömts som dominerande valts.

Tabell 5 De 42 intervjuade nylokaliserade enheterna uppdelade på år för deras etablering, 2017-2022

Etableringsår	Antal nylokaliseringar
2017	4
2018	5
2019	10
2020	8
2021	11
2022	4

Etableringsåret för de 42 nylokaliserade enheter som intervjuats visas i Tabell 5. Någon tydlig trend kan inte urskiljas, vilket sannolikt beror på det begränsade urvalet. Det faktum att ingen enhet etablerats före 2017 tyder dock troligen både på att antalet coworkingställen var relativt få då, samt att metoden att använda dem som lokala företagskuvöser inte var särskild spridd.

Tabell 6 Genomsnittligt antal sysselsatta i de nylokaliserade enheterna i februari 2023 uppdelat på etableringsår och genomsnittlig tillväxt sedan etableringsåret (baserat på genomsnittet 2 sysselsatta vid etableringsåret)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Alla år
Sysselsatta 2023	9,75	4	4,4	5,75	5,45	4	5,36
Tillväxt i %	488	200	220	288	273	200	238

Samtliga intervjuade (42 stycken) enheter hade under etableringsåret en arbetsstyrka på 1–3 personer. Fram till februari 2023 uppvisade 24 av dessa (dvs. 57%) en ökad sysselsättning. Tabell 6 visar det genomsnittliga antalet sysselsatta år 2023 uppdelat på de olika startåren, samt den genomsnittliga procentuella tillväxten. Det första etableringsåret uppvisar klart högst siffror, men dessa drivs upp av endast ett företag. Om detta räknas bort är sysselsättningstillväxten för de olika etableringsåren fram till

2023 relativt jämn och det finns inga tecken på att äldre enheter växt starkare. Det begränsade urvalet kan vara en förklaring till detta. De säkraste värdena torde vara de i kolumnen längst till höger där samtliga nylokaliserade enheter ingår. I genomsnitt hade de 42 nylokaliserade enheterna 5 sysselsatta, totalt alltså drygt 220 sysselsatta. De 42 enheterna har mer än fördubblat sina sysselsatta sedan de startade.

Tabell 7 Genomsnittligt antal sysselsatta i de 42 nylokaliserade enheterna i februari 2023 samt antalet nylokaliserade enheter, uppdelade på SNI-branschgrupper

SNI-bransch	10–43	45–53	58–63	65–66	69–74	77–80	85	94–95
Medelvärde sysselsatta	7,33	3,50	3,27	7,00	6,73	5,00	5,00	7,00
Antal nylokaliserade enheter	3	2	10	1	16	2	7	1

Som framgår av Tabell 7 är sysselsättningstillväxten relativt ojämnt fördelad mellan de olika branschgrupperna. Detta gäller särskilt de båda stora konsultbranschgrupperna. Organisations- och teknikkonsulter (branschgrupp 69–74), som har det största antalet nylokaliserade enheter, tillhör också de branschgrupper som har högst sysselsättningstillväxt. Informations- och kommunikationskonsulter (branschgrupp 58–63), som är den andra stora gruppen, har däremot den svagaste genomsnittliga sysselsättningstillväxten.

4.2 Företagens motiv och beslut

De 42 intervjuerna behandlade framförallt motiven till varför företaget valt att etablera sig på en viss ort, varför man valde ett coworkingställe istället för att hyra ett eget kontor, och slutligen varför man valde ett visst coworkingställe. Respondenterna var mer samstämmiga än väntat, och anledningarna till varför man har gjort på ett visst sätt är mer lika än olika, oavsett bransch. I grunden handlar det om tillgång till kompetens snarare än tillgång till kundmarknad, vilket beskrivs mer i detalj nedan.

4.2.1 Motiv till att etablera sig på en viss ort

I intervjuerna frågades respondenterna om varför man valt att etablera sig på en viss ort, och samtliga 42 respondenter beskriver att det handlar om kompetens på olika sätt. De olika beskrivningarna kan sorteras i tre typfall som beskrivs mer utförligt nedan, men gemensamt är att valet av ort huvudsakligen har styrts av rekrytering och bibehållande av kompetens inom bolaget. Mindre än en handfull av respondenterna uttrycker att etablering på vissa orter skulle vara någon form av övergripande företagsstrategi, utan är resultat av att man velat rekrytera vissa personer, eller behålla personer som har velat flytta från orten där bolaget har sitt säte.

Respondenterna tillfrågades också om när företaget etablerade sig på orten, och 47% gjorde detta före pandemin, och övriga 53% efter pandemins utbrott, varav 26% under 2021. Totalt har 24 av 42 bolag (57%) som intervjuats växt i antal anställda sedan de etablerade sig, och detta har skett inom coworkingställets väggar. Ett fåtal beskriver att de blivit uppmuntrade att rekrytera fler på platsen och växa, men majoriteten av de som har växt i antal anställda har gjort det mer slumpmässigt - människor med rätt kompetens har till exempel spontansökt till företaget på orten. Några beskriver att det egna teamet nu är den största "gruppen" på coworkingstället, vilket gör att de upplever att deras egen kultur är den som dominerar på platsen snarare än coworkingställets egen. Dock kan de inte närmare redogöra för hur dessa skulle skilja sig åt, när de blir frågade.

Typfall 1 (29%): Man har en medarbetare i staden där bolaget har sitt säte som vill flytta därifrån (antingen hem till ursprungsorten eller till annan ort) och kommer överens med arbetsgivaren att ta med sig jobbet. Flera av respondenterna uppger att de har sett det som en stor fördel att kunna ta med sig jobbet när de flyttar och några nämner att det blev enklare under pandemin att skriva den här typen av avtal, eftersom arbetsgivaren kunde se att produktivitet inte försämrades när alla var på distans. Det var lättare att argumentera för att fortsätta att göra samma sak. I den här gruppen har drygt 60% av respondenterna växt med fler medarbetare sedan de etablerade.

“Jag kom överens med min chef att jobba härifrån eftersom jag ville flytta hem med min familj”

“Närhet till familj för mig och min man, och vad ska man säga, finansiella fördelar i termer av att kunna köpa ett hus istället för i Stockholm”

“Jag ville flytta närmare familjen och kom överens med min chef. De senaste två åren har vi rekryterat fler som redan bodde här”

Typfall 2 (40%): Man vill rekrytera en person som bor på annan ort men som inte vill flytta därifrån. Det här är det vanligaste motivet och det är speciellt bolag inom branschgruppen organisations- och teknikonsulter som beskriver att de rekryterar programmerare på det här sättet. I den här gruppen har 47% av respondenterna växt med fler medarbetare sedan de etablerade. Flera anställda beskriver hur de har sökt en tjänst som har annonserats som platsoberoende, och att kunna fortsätta bo på bostadsorten har varit ett ingångsvärde i anställningsavtalet. Arbetsgivare beskriver också hur plats är tydligt underordnat kompetens, att det är personen och personens kvalifikationer som är det absolut mest viktiga i en rekryteringsprocess.

“Vi hade en öppen policy kring rekrytering, att Stockholms-tjänster skulle inte tillsättas bara i Stockholm, och det slumpade sig att vi som sökte ett visst jobb bodde här och då startade vi upp här helt enkelt”

“Jag startade här eftersom jag bodde här. Fick jobbet under pandemin och började med att jobba hemifrån helt enkelt. Nu när jag jobbat ett tag så tänker vi att vi ska försöka bli fler här”

“Vi rekryterar bara på person och då löser vi kontor efter det”

“Det var den enklaste lösningen för att kunna anställa en person som vi ville ha”

“Jag bodde redan här när jag fick jobbet, så vi skrev ett avtal för att jag skulle kunna fortsätta jobba här istället för att flytta till Stockholm. Så jag vet inte om det var någon strategi från företagets sida, det är ju fortfarande bara jag som jobbar här”

Typfall 3 (31%): Man vet att det finns en pool av just den kompetens man söker, och rekryterar antingen från universitet eller konkurrenter i branschen som är verksamma på orten. En del utbildningsföretag beskriver det som gynnsamt att finnas på många orter givet de upphandlade avtal som de har, och framförallt företag inom branschgrupperna informations- och kommunikationskonsulter och organisations- och teknikkonsulter beskriver tillgången till kompetens som central, snarare än kundmarknaden. När de beskriver en pool av kompetens lite mer i detalj så är det oftare befintliga branschkluster som finns på orten snarare än befintliga universitetsutbildningar som beskrivs som attraktiva. I den här gruppen har 67% av respondenterna växt med fler medarbetare sedan de etablerade.

“Mest att göra med LTU, som är en viktigt partner för vår verksamhet, att akademien är en viktig målgrupp”

“För att det är en intressant marknad, både med kunder och kompetens, och bra synergier till närliggande regioner med mer kunder, och stor uppsida när det gäller tillgången på kompetens”

“Vi vill ju finnas på alla orter som är relevanta på oss, och då var Gävle en sådan ort. Det har varit väldigt bra tillgång på kompetens här”

I ett fåtal fall har personen som sitter i coworkingmiljön fått ett explicit uppdrag att rekrytera fler på orten, men som framgår av sammanställningen ovan har 45% av enheterna som nylokaliseras lika många anställda som de hade i uppstarten.

4.2.2 Motiv till att välja coworkingmiljö för nylokaliseringen

Generellt beskriver respondenterna valet att använda sig av coworkingmiljöer som gynnsamt ur tre aspekter: dels för att det är smidigt att komma igång med medarbetare eftersom kaffe, skrivare, wifi och annat finns på plats, dels för att det är ett avtal som tillåter att man växer eller krymper snabbt vilket innebär en låg ekonomisk risk, och slutligen eftersom man tycker att coworkingmiljön erbjuder en bättre psykosocial arbetsmiljö för den enskilde medarbetaren. Några respondenter nämner också att de upplever det som en fördel att erbjudas en plats på ett coworkingställe istället för att

enbart arbeta hemifrån i samband med rekrytering. Ett fåtal har också växt genom att rekrytera via själva coworkingstället.

För att få en tydligare bild av vilka faktorer som spelade störst roll bad vi respondenterna skatta ett antal påståenden på en skala från 1-5, där 1 motsvarade "instämmer inte alls" och 5 motsvarade "instämmer helt". Dessa frågor var formulerade till vilken grad de höll med om att påståendet ledde till att de valde ett visst coworkingställe, och den absoluta majoriteten av respondenterna skattade coworkingställets (centrala) lokalisering på orten, tillgång till viktiga nätverk och coworkingställets kultur/ anda som mest avgörande.

Tabell 8 Intervjufråga: "Vi valde just detta coworkingställe för att det är bra lokaliserat på orten."

	Antal	Procent
1	0	0
2	0	0
3	2	5
4	10	24
5	30	71
Vet ej	0	0
Totalt	42	100

Tabell 9 Intervjufråga: "Vi valde just detta coworkingställe för att vi får tillgång till viktiga nätverk av människor."

	Antal	Procent
1	3	7
2	7	17
3	4	10
4	14	33
5	14	33
Vet ej	0	0
Totalt	42	100

Tabell 10 Intervjufråga: "Vi valde just detta coworkingställe för att det finns en "anda"/ kultur / community som passar oss."

	Antal	Procent
1	2	5
2	5	12
3	7	17
4	17	40
5	11	26
Vet ej	0	0
Totalt	42	100

Dessa frågor ledde flera respondenter att prata vidare om vad kultur är och hur det känns när man är på coworkingstället, och ett ord som dök upp i nästan alla svar är "öppet". Ordet öppet beskrivs både som en öppen och välkomnande stämning och som en öppen och trevlig plats att vara på. Många respondenter återkommer till värdet av att sitta i samma lokaler som andra personer, oavsett vad man jobbar med, och att det är både en värdefull plats att vara själv på och jobba, likväl en plats man gärna tar emot

besök på av kunder, kollegor eller partners. Detta stämmer med vad respondenterna tidigare hade beskrivit, att coworkingställen fungerar som en "plug and play"-lösning för att snabbt komma igång med arbete, vilket bygger på att det är en omhändertagen och faciliterad miljö. I urvalet av coworkingställen tog vi endast med ställen som har coworking som sin huvudsyssla, vilket oftast innebär att det finns en person anställd för att ta hand om lokaler och medlemmar, en office manager i någon form. Detta har inte kontrollerats för de olika ställena, utan är ett antagande givet hur respondenterna beskriver hur miljön fungerar i stort.

5. Analys

5.1 I vilken utsträckning fungerar coworkingställen som inkubatorer vid företags lokaliseringar i nya regioner?

Inkubatorer (eller företagskuvöser) beskrivs som regel som organisationer/företag vars syfte är att stödja och underlätta nya företags utveckling och tillväxt. Bland uppgifterna återfinns affärsrådgivning, administration och hjälp med kundkontakter, investerare och partners. Andra förekommande uppgifter är uthyrning av lokaler och kontorsinfrastruktur. En inkubator är inte något som ett nystartat företag bara kan ansluta sig till, utan involverar en ansökningsprocess för att vara med i ett inkubatorsprogram. De som antas till programmet, som vanligen löper 1-3 år, förväntas efter programmet att kunna stå på egna ben.

Denna studie visar såväl likheter som skillnader mellan inkubatorer och coworkingställen. Coworkingställen erbjuder precis som inkubatorer en professionell och social arbetsmiljö och diverse supportstrukturer, men coworkingställen är öppna för alla. Det finns ingen kvalificeringsprocess eller bäst-före-datum på samma sätt som det gör i en inkubator, men det finns heller inga skyldigheter för coworkingstället att erbjuda en viss sorts rådgivning eller tillgång till kapital. Medan en inkubators verksamhet gentemot de nya företagen baseras på kontrakt och är tidsbunden och ämnar att producera ett visst resultat, är coworkingmiljön betydligt mer informell när det gäller de interna och externa nätverk den ger tillgång till och vilka aktiviteter som sker där. Ytterligare en skillnad, med särskild relevans för denna studie, är att inkubatorer vänder sig till nya (start-up) företag, medan coworkingställen är öppna för alla kategorier som vill ha en kontorsplats och en arbetsmiljö. De utlokaliseringar från moderföretag på andra orter, som står i centrum för denna studie, har ingen plats i en inkubator. Det innebär att coworkingställen fyller ett tomrum i den existerande stödstrukturen för spridning av tillväxtföretag.

5.2 Vilka är de viktigaste faktorerna vid företags val av region/ort för nylokaliseringen?

I intervjuerna beskrivs rekrytering som den i särklass viktigaste anledningen till varför man etablerar sig på en ort, snarare än kundmarknad eller strategisk placering. Detta kan tänkas vara en effekt av brist på kompetens som råder i många branscher och coworkingställen ses av respondenterna som en smidig lösning för att ordna en

arbetsplats för en individ som man snabbt vill få i arbete. I majoriteten av fallen som vi har undersökt har dessa etableringar sedan växt i antal anställda från när de etablerade sig (57% av nylokaliseringarna har ökat sin sysselsättning). Detta har än så länge en relativt marginell påverkan på de lokala arbetsmarknaderna, men om trenden fortsätter kommer den att få större betydelse.

Samtliga respondenter beskrev tillgång till kompetens och rekrytering som en anledning till varför man etablerar sig på en viss plats. Som beskrivits ovan så handlar det om ett av följande tre skäl: antingen att en befintlig medarbetare flyttar och tar med sig jobbet till en ny ort, eller att man vill rekrytera en person som bor på en annan ort än bolaget, eller att bolaget har sett att det finns en pool av den typen av kompetens man söker - antingen genom redan etablerade branschkluster eller genom universitet eller annat lärosäte. Generellt visar den här studien att just dessa respondenters etablering på en viss ort relativt sällan har med någon form av övergripande företagsstrategi att göra, utan mera formas av var talang/kompetens bor eller vill bo. Det innebär att nyetableringar i hög grad styrs av individers livsstilsval, vilket traditionellt inte är en central faktor när kommuner försöker attrahera företagsetableringar.

5.3 Varför väljer företag att börja nylokaliseringar på ett coworkingställe?

Att starta upp verksamhet på en ny ort i nya lokaler är vanligen förenat med omfattande investeringar i möbler, lokalanpassning, el- och bredbandsavtal och ett hyresavtal som standardmässigt brukar ha nio månaders uppsägningstid. Det är en tämligen hög tröskel att kliva över och gör att det är svårare att "chansa" på att öppna i en stad för att tillgodose ett rekryteringsbehov - tänk om medarbetarna på orten slutar? Då tar det tid och pengar att avveckla kontoret man har etablerat.

På så sätt erbjuder coworkingställen en enklare lösning som är tillgänglig för fler utan att skapa en stor initial investeringskostnad. Istället för att låsa sig i långa avtal med diverse leverantörer, så beskriver de flesta respondenterna coworkingstället som en smidig "plug and play"-lösning, vilket innebär att det är en färdig miljö för medarbetaren att arbeta i. Flera respondenter poängterade vikten av att det fanns andra människor på plats och att det fanns en känsla av ett gemensamt sammanhang, likväl som att de upplever det som en fördel istället för att vara hänvisad till att arbeta hemifrån. Några lyfte att det är viktigt att det finns en office manager i någon form, som tar ansvar för miljön och ser till att medarbetare pysslas om och att det är fräscht och trevligt i lokalerna. Det var också centralt att det handlar om avtal med kort bindningstid, att det är lätt att öka och minska antalet platser inom själva miljön, vilket ger en låg risk för företagen och en hög kostnadseffektivitet.

5.4 Vilka faktorer var viktigast vid valet av det specifika coworkingstället?

Det som stack ut tydligast var tre saker: coworkingställets lokalisering på orten (95% svarade 4 eller högre), tillgången till nätverk av viktiga människor (66% svarade 4 eller högre), samt ställets kultur eller anda (66% svarade 4 eller högre). Däremot skattade respondenterna några saker som mindre viktiga för beslutet om vilket coworkingställe

man hade valt, bland annat om de hade erbjudits bra startvillkor på något sätt (prova på-period, rabatterad avgift eller liknande), samt huruvida coworkingstället var det största på orten, eller om det fanns bra resurser och kontorsinfrastruktur. Det senare ska förmodligen inte tolkas som att kontorsinfrastruktur och andra resurser är betydelselösa, men snarare är dessa resurser allmänt förekommande på coworkingställen som en ren hygienfaktor, och har därmed mindre betydelse för valet av ett specifikt coworkingställe.

Det faktum att coworkingställets (centrala) lokalisering var den starkaste faktorn vid valet av coworkingställe på en given ort måste också uppmärksammas. En central lokalisering ger som regel den största tillgängligheten till s.k. *amenities*, dvs service, kultur, butiker, folkliv, kort sagt det mesta som inte är direkt kopplat till människors arbete. Samtidigt innebär en central lokalisering som regel också den största tillgängligheten till professionella samarbetspartners och potentiella lokala kunder. En central lokalisering i ett regioncentrum svarar därmed både mot coworkarnas sociala och professionella behov.

Det här tyder på att rent materiella värden är underordnade själva sammanhanget som ett coworkingställe erbjuder i valet mellan olika ställen, alltså själva mixen av människor och nätverk som företagen inte har förmåga att skapa själva. Detta beskrivs också av Orel & Bennis (2021) under samlingsbegreppet *community*, som de menar är ett centralt säljargument för coworkingplatser.

5.5 Finns det argument för att coworkingställen fungerar som en typ av entreprenöriella ekosystem på mikronivå?

Litteraturen om entreprenöriella ekosystem behandlar som påpekats inledningsvis företeelser på plats- eller regionnivå, och bygger till stor del på världsberömda framgångskluster som Silicon Valley, Boston/Route 128, New York City, etc, dvs. orter och regioner på en helt annan rumslig nivå än coworkingställen i Sveriges regionala centra. Begreppet entreprenöriella ekosystem förefaller också bygga på ett traditionellt plats-/klustertänkande, där nödvändiga resurser ska finnas inom "armlängds avstånd" för att de ska gå att nyttiggöra. Det faktum att vi idag lever i en nätverksekonomi, där företags leverantörer och kunder ofta finns över hela världen och där globala beroendeförhållanden spelar en stor roll, har ännu inte inlemmats i denna teori. Ändå finns det skäl att diskutera coworkingställets roll, dels som en hittills ej uppmärksammas beståndsdel av lokala ekosystem, men dels också som en sorts ekosystem på mikronivå som kan erbjuda olika former av support (ofta informell) till nyföretagande och nylokaliseringar.

Den enkät vid ett coworkingställe som redovisades i Tillväxtanalys (2022a, sid. 24) gav bl.a. vid handen att "en överväldigande majoritet av medlemmarna anser att coworkingstället ger möjlighet att skapa a) viktiga jobbrelationer och b) personliga relationer, samt etablera c) värdefulla interna kontakter och nätverk och få d) information och idéer. Mellan 70 och 80 procent instämmer helt eller delvis i dessa påståenden." Coworkingställets betydelse som professionella och sociala nätverk understryks också av resultaten i föreliggande studie, där coworkingställets kultur eller anda, och tillgången

till nätverk av viktiga människor, av två tredjedelar av de intervjuade företagen rankades som mycket betydelsefull eller ganska betydelsefull för valet av coworkingställe. Det ska också påpekas att tillgången till nätverk inte bara inbegriper nätverken inom coworkingstället. I flera av intervjuerna betonades att coworkingställena användes för att komma in i stadens nätverk. Detta kan ses som tecken på att coworkingställets mål, funktioner, och nätverk har haft betydelse för företags och individers beslut att förlägga sina nylokaliseringar där.

Våra resultat tyder på att de professionella och sociala nätverken som coworkingställena erbjuder - både internt och till externa kontakter - är något som såväl egenföretagare som medarbetare i nylokaliserade företag drar nytta av och efterfrågar. Coworkingställena blir därmed en ingång på mikronivå till det lokala/regionala ekosystemet, vilket av uppenbara skäl innehåller fler aktörer och funktioner än vad mikrosystemet (coworkingställena) kan göra.

Vår diskussion om entreprenöriella ekosystem mynnar ut i en slutsats att teorin behöver utvecklas från ett snävt plats- eller regionperspektiv till att innefatta såväl mikro-ekosystem av typ coworkingställen, som de nationella och globala nätverk som systemens aktörer är verksamma i. En sådan teoriutveckling ligger dock utanför denna rapports ramar.

6. Slutsatser, policy-rekommendationer och frågor för framtida forskning

Av de 97 coworkingställen som vi fann i Sveriges regionala centra svarade 15 (en knapp sjättedel) på våra frågor om nylokaliseringar. Om dessa 15 vore helt representativa för den totala gruppen skulle de kvantitativa resultaten kunna multipliceras med 6,5 och ge en totalbild av coworkingställets betydelse för företags nylokaliseringar. Eftersom 9 coworkingställen uppgav att de inte hade några nylokaliserade enheter bland sina medlemmar och att det sannolikt även fanns sådana fall bland de 65 som inte svarade alls, är denna multiplikator sannolikt för hög. Att räkna med en multiplikator på 5 förefaller dock inte orimligt. Om vi använder denna multiplikator på våra resultat, skulle det totala antalet nylokaliseringar på coworkingställen i Sveriges regionala centra kunna vara 915 stycken.

Vi intervjuade 42 nylokaliserade enheter som tillsammans hade ca 220 personer sysselsatta. De 42 enheterna, utgjorde 4,5% (eller en knapp tjugondel) av de totalt beräknade 915 enheterna. En multiplikator på 20 (det inverterade värdet av en tjugondel) är dock förmodligen för hög, bland annat med tanke på att de som varit villiga att svara på frågorna kan vara de mer framgångsrika. Om vi reducerar multiplikatorn till 15 skulle ändå ca 3 300 personer kunna vara sysselsatta i nylokaliserade enheter på coworkingställen i Sveriges regionala centra. Jämfört med antalet sysselsatta då dessa nya enheter etablerades 2017 eller senare skulle det handla om mer än en fördubbling.

Det ska understrykas att dessa beräknade totalsiffror är mycket ungefärliga. Det är ändå ingen tvekan om att coworkingställen spelar en roll för existerande företags lokaliseringar på nya orter och att det sammanlagda resultatet torde ligga på flera tusen arbetstillfällen. Det är självklart så att en del av dessa nylokaliseringar skulle ägt rum i alla fall och organiserats i andra former än i coworkingställen, men det går knappast att komma ifrån slutsatsen att utan den risk- och kostnadsminimering som coworkingställen kan erbjuda skulle många av dessa nyetableringar inte ägt rum. Trots att coworkingställen är en företeelse som ligger helt utanför de existerande regionalpolitiska instrumenten, fungerar de alltså som en regional- och lokaliseringspolitisk resurs.

Även om nylokaliseringar på coworkingställen ägt rum inom alla branschgrupper, domineras de av två branscher, organisations- och teknikkonsulter, samt informations- och kommunikationskonsulter. Tidigare undersökningar har också visat att en mycket stor andel av de som är medlemmar i coworkingmiljöer har eftergymnasial utbildning (Tillväxtanalys 2022a). För de kommuner och regioner som vill utveckla strategier för nylokaliseringar kan detta vara en viktig omständighet. Finns utbildningar till dessa yrken vid den regionala högskolan? Är fritidsutbudet och existerande *amenities* (service, kultur, butiker, folkliv, etc) i kommunen/regionen anpassade till vad dessa grupper vill ha?

Ett något förvånande resultat av intervjuerna var att valet av orter för nylokalisering i ytterst liten utsträckning styrdes av medvetna strategier. Istället var det till övervägande delen individers val av bostadsort och företagets vilja att anställa dessa individer/kompetenser, oavsett deras bostadsort, som drev fram nylokaliseringarna. Också detta faktum ställer nya frågor om kommuners och regioners strategier för att locka företag att etablera sig. Behöver de traditionella strategierna för att förmå företag att etablera sig kompletteras med strategier för att locka viss typ av arbetskraft till kommunen/regionen? Vilken roll ska existerande och nyskapade *amenities* spela i sådana strategier? I förlängningen uppkommer frågan om i vilken mån utformningen av de förordningar och regelverk som styr näringspolitikens olika företagsstöd är anpassade eller utformade för att stötta den här typen av miljöer?

I Tillväxtanalys rapport (2022a), där samtliga kommuner kontaktades med frågan om det finns coworkingsställen i deras kommun, framkom en stor skillnad i hur väl man kände till fenomenet coworking eller kontorshotell - ibland inte alls, och om man kände till det så var det fortfarande bara en minoritet som kunde uppge namn på vilka ställen som fanns i den egna kommunen. Det resultatet, kopplat till resultaten i denna studie, skulle kunna vara ett argument för att det skulle gynna både kommuner och coworkingställen att ha bättre kännedom om varandra och varandras respektive verksamhet, då det finns tydliga gemensamma intressen (t.ex. ökad inflyttning och etablering). I samspelet mellan det lokala/regionala och de mikro-ekosystem som coworkingställen utgör finns många olika krafter som i ett idealt fall skulle ingå i och stärka de lokala/regionala entreprenöriella ekosystemen. Offentliga aktörer som kommunen och regionen har en nyckelroll i att understödja och effektivisera dessa ekosystem och få de olika aktörerna att komplettera varandra i dessa nätverk.

Resultaten av denna studie reser nya frågor för forskningen om kommuners och regioners tillväxt- och utvecklingsarbete. I vilken utsträckning är kommuner medvetna om att det inte bara är så att företag drar till sig arbetskraft utan också att arbetskraft drar

till sig företag - och vilka praktiska uttryck tar det sig i så fall? I vilken utsträckning har kommuner och regioner strategier för skapande och bevarande av *amenities*? I vilken utsträckning är samverkan med coworkingställen en del av kommuners och regioners utvecklingsarbete? Svaren på dessa frågor kan komma att ha stor betydelse för vilka kommuner och regioner som utvecklas bäst i framtiden.

I ett nationellt perspektiv är det också viktigt att lyfta frågan om branschkod för coworkingställen, för att enklare kunna identifiera dessa aktörer, deras roll i den regionala tillväxtpolitiken och bättre kunna följa hur branschen utvecklas. Detta har tidigare gjorts för att då kunna fånga upp nya branscher som callcenter-företag och bemanningsföretag.

Referenser

- Acs Z, Stam E, Audretsch D B, O'Connor A (2017) The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*, 49:1–10. DOI 10.1007/s11187-017-9864-8
- Banc C, Messeghem K. (2020) Discovering the entrepreneurial micro-ecosystem: The case of a corporate accelerator. *Thunderbird Int. Bus. Rev.* 62:593–605.
<https://doi.org/10.1002/tie.22159>
- Bouncken R, Qui Y & Clauss T (2020) Coworking-Space Business Models: Micro-Ecosystems and Platforms – Evidence from China. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 17 (6)
<https://www.worldscientific.com/doi/epdf/10.1142/S0219877020500443>
- Bouncken, R, & Aslam, M. (2021).Bringing the Design Perspective to Coworking Spaces: Constitutive Entanglement of Actors and Artifacts. *European Management Journal*.
- Bouncken, R., Lapidus, A. & Qui, Y. (2022). Organizational sustainability identity: “New Work” of home offices and coworking spaces as facilitators. *Sustainable Technology and Entrepreneurship* (1), 100011.
- Clifton, N., Füzi, A. & Loudon, G, (2019). Coworking in the digital economy: Context, motivations and outcomes. *Futures* 135 (2022): 1–14.
- Frenken, K., Van Oort, F. and Verburg, T. (2007). Related variety, unrelated variety and regional economic growth. *Regional Studies*, 41(5): 685–697
- Fowler, B (2022) LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/has-remote-work-peaked-get-hired-by-linkedin-news/>
- Johanson, J. & Vahlne, J-E. (1977). The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8 (Spring/Summer): 23–32.
- Howell, T (2021). Coworking spaces: An overview and research agenda. *Research Policy* 51: 1–17 .
- Krauss G., Le Nadant, A.-L. and Marinos, C. (2018). Coworking spaces in small and medium-sized cities: the role of proximities for collaboration dynamics. HAL.
- Orel, M., & Bennis, W. (2021). Collaborative communities as a selling point? From community-driven to service-purposed coworking spaces. *European spatial research and policy*. Vol 28 (2). 270–296
- Slätmo, E., Ormstrup Vestergård, L., Lidmo, J. & Turunen, E. (2019). Urban-rural flows from seasonal tourism and second homes: Planning challenges and strategies in the Nordics. Nordregio.
- Tillväxtanalys (2018) <https://www.tillvaxtanalys.se/studieomraden/projekt-klara/genomforda-ramprojekt/2018-03-19-hur-kan-staten-bidra-till-innovation-i-nya-och-sma-foretag-genom-inkubatorer.html>

Tillväxtanalys (2022a) Coworking och lokal utveckling utanför Sveriges storstadsregioner. PM 2022:09, Östersund: Tillväxtanalys.
<https://www.tillvaxtanalys.se/publikationer/pm/pm/2022-06-08-coworking-och-lokal-utveckling-utanfor-sveriges-storstadsregioner.html>

Tillväxtanalys (2022b) Location of R&D within Swedish Multinational Enterprises. Rapport 2022:07, Östersund: Tillväxtanalys. <https://www.tillvaxtanalys.se/english/publications/pm/pm/2022-06-09-location-of-rd-within-swedish-multinational-enterprises.html>

Wikipedia "kontorskollektiv": <https://sv.wikipedia.org/wiki/Kontorskollektiv> (2022-12-01)

Vogl, T. & Ahkavan, M. (2022) A systematic literature review of the effects of coworking spaces on the socio-cultural and economic conditions in peripheral and rural areas. *Journal of Property Investment & Finance*. Vol. 40 (5), 2022: 465–478.

Bilaga

Utvalda regionala centra

Region	Stad
Uppsala	Uppsala
Östergötland	Linköping, Norrköping
Jönköping	Jönköping
Kronoberg	Växjö
Gotland	Visby
Skåne	Helsingborg, Lund
Blekinge	Karlskrona
Kalmar	Kalmar
Halland	Halmstad
Västra Götaland	Borås
Jämtland Härjedalen	Östersund
Västerbotten	Umeå
Norrbotten	Luleå
Sörmland	Eskilstuna
Värmland	Karlstad
Örebro	Örebro
Västmanland	Västerås
Dalarna	Borlänge
Gävleborg	Gävle
Västernorrland	Sundsvall

På vilket sätt statens insatser bidrar till svensk tillväxt och näringslivsutveckling står i fokus för våra rapporter.

Läs mer om vilka vi är och vad nyttan med det vi gör är på www.tillvaxtanalys.se. Du kan även följa oss på LinkedIn och YouTube.

Anmäl dig gärna till vårt [nyhetsbrev](#) för att hålla dig uppdaterad om pågående och planerade analys- och utvärderingsprojekt.

Varmt välkommen att kontakta oss!



Tillväxtanalys

Studentplan 3, 831 40 Östersund

Telefon: 010-447 44 00

E-post: info@tillvaxtanalys.se

Webb: www.tillvaxtanalys.se