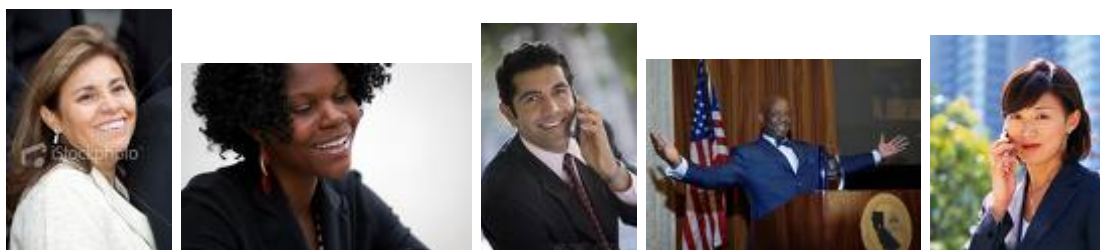


Dokumentnamn Making it! Rapport om offentliga och privata initiativ för etniska minoritetsföretag i Kalifornien/USA hösten 2008		Dokumenttyp Intern arbetsrapport	Datum Oktober 2008
Diariern/Projekt nr Dnr 4530-2008-5712	Upprättad av Jeanette Randen	Godkänd av Vukica Bosnjak	Version 1.0

# Making it!

Rapport om offentliga och privata initiativ för  
etniska minoritetsföretag i Kalifornien / USA  
hösten 2008



Jeanette Randen  
Nutek

## Innehållsförteckning

Sammanfattning .....	3
Summary .....	4
<b>1 Inledning</b> .....	<b>5</b>
1.1 Bakgrund - Program för företagare med utländsk bakgrund 2008-2010 .....	5
1.2 Syfte .....	5
1.3 Rapportens disposition .....	5
1.4 Avgränsningar och fokus .....	5
1.5 Mer information .....	6
1.6 Övrigt .....	6
<b>2 Minoritetsföretag i USA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Demografiska förändringar .....	7
2.2 Minoritetsföretag - definition .....	7
2.3 Om minoritetsföretag i USA .....	7
2.4 Satsning på minoritetsföretag – en nationell prioritet för USA .....	8
<b>3 Privata och offentliga organisationer för minoritetsföretag</b> .....	<b>9</b>
3.1 The Minority Business Development Agency .....	9
3.2 The Los Angeles Minority Business Opportunity Center (LA MBOC) .....	10
3.3 The U.S. Small Business Administration (SBA) .....	10
3.4 SCORE "Counselors to America's Small Business" .....	10
3.5 Latin Business Association .....	11
3.6 Asian Business Association .....	12
3.7 ECDC - Ethiopia Community Development Council / ECDC Enterprise Development Group (EDG) .....	13
3.8 FAME Assistance Corporation .....	14
<b>4 Mötesplatser, matchningsplatser och nätverk</b> .....	<b>16</b>
4.1 National Minority Supplier Development Council Conference and Business Opportunity Fair .....	16
4.2 The Business Assistance Virtual Network (BAVN) .....	17
4.3 MBDA Community Exchange .....	18
4.4 Erfarenheter från LBA, ABA och EDCD EDG .....	18
<b>5 Tillväxt i minoritetsföretag genom internationell handel</b> .....	<b>19</b>
5.1 The Global Diversity Initiative .....	19
5.2 Export.gov, Buyusa.gov och TradeAgreements.gov .....	19
5.3 MED Week 2008 – International Trade .....	20
5.4 The LA MBOC International Trade Subcommittee .....	20
5.5 The National Minority Supplier Development Council (NMSDC) .....	21
5.6 Internationella handelskammare och ambassader .....	21
5.7 Minority Chamber of Commerce .....	21
5.8 Erfarenheter från LBA, ABA och EDCD EDG .....	21
<b>6 Andra initiativ</b> .....	<b>22</b>
6.1 Television och video .....	22
6.2 Tidningar .....	24
6.3 Bloggar .....	25
6.4 Utbildningsinstitutioner .....	25
6.5 Tävlingar .....	26
Slutkommentarer .....	28
Referenser .....	29
Bilaga 1: Resurser för minoritetsföretagare .....	30

## Sammanfattning

*MAKING IT!*® – *Minority Success Stories* är ett TV-program i USA som har som syfte att inspirera minoriteter att förbättra sin egen situation och positivt påverka samhället genom företagande. I programmen berättar personer med olika etnisk bakgrund om hur de startat företag, överkommit svårigheter och nått framgångar. Uttrycket ”*making it*” med sin positiva och inspirerande framtoning att det är möjligt att lyckas får representera det samlade intrycket av en kortare studieresa i USA, främst i Kalifornien, under hösten 2008. Uppdraget var att samla information om initiativ och åtgärder samt metoder och verktyg för minoritetsföretag i USA, för att dra lärdom av dessa för svensk del.

Det finns idag ca 4 miljoner minoritetsägda företag i USA. Dessa har tillsammans nästan 4,7 miljoner anställda och omsätter omkring 660 miljarder dollar. Flertalet minoritetsgrupper är dock proportionellt underrepresenterade bland företagare. Detta utgör ett hinder för ekonomisk tillväxt och skapande av arbetstillfällen och har stor betydelse för USA:s totala ekonomi. Om ca 40 år kommer USA att vara ett land där ingen etnisk folkgrupp är i majoritet. De demografiska förändringarna innebär att både den privata och den offentliga sektorn måste satsa på strategier som inkluderar minoritetsföretag.

The Minority Business Development Agency, MBDA, är en federal myndighet som inrättats med det specifika syftet att främja start och tillväxt av minoritetsägda företag. MBDA koordinerar och ”växlar upp” andra offentliga och även privata resurser för att möjliggöra och stärka strategiska allianser som har som syfte att främja tillväxt hos minoritetsföretag.

Samarbeten mellan lokala, regionala, delstatliga och federala myndigheter samt privata organisationer och större företag eller företagskoncerner förekommer i stor utsträckning. Det torde finnas tusentals organisationer som har som syfte att främja företagande bland etniska minoriteter. Många inriktar sig på en etnisk grupp i ett begränsat geografiskt område. Låneverksamhet, utbildningsinsatser och affärsinriktade evenemang är några av aktiviteterna. Intressant är att flera initiativ har ingen offentlig finansiering alls utan finansieras via medlemsavgifter och sponsorföretag.

Myndigheter (både på federal, regional och lokal nivå), större företag och företagskoncerner, universitet, sjukhus och andra större organisationer har ofta som mål att en viss del av de varor och tjänster de köper ska komma från minoritetsföretag. Större och mindre matchningsevenemang arrangeras där minoritetsföretagare matchas med inköpsansvariga från större företag och myndigheter.

Vid den största nationella konferensen för minoritetsföretag, MED Week 2008, var årets tema globalisering och hur minoritetsföretag kan växa genom internationell handel. Det framhölls att företag som drivs och ägs av minoriteter i USA är beredda att dra nytta av kontakter, språkkunskaper och kulturell samhörighet med Latinamerika, Asien och Afrika för att bidra till USA:s konkurrenskraft i den globala ekonomin.

En rad exempel på olika initiativ för minoritetsföretag ges i rapporten. Även om det finns skillnader mellan USA och Sverige, är förhoppningen att dessa exempel ska kunna ge uppslag, idéer, inspiration, kontakter och ny kunskap för att vidareutveckla och eventuellt initiera nya initiativ i Sverige för att främja företagande bland personer med utländsk bakgrund.

## Summary

*MAKING IT!*® – *Minority Success Stories* is a TV show in the U.S., produced with the purpose of inspiring minorities to improve their economic situation and positively contribute to their communities through entrepreneurship. Each episode includes interviews with minority business owners telling their stories about starting a business, overcoming difficulties and becoming successful. *The expression “making it” has got a positive and inspiring ring to it* that conveys the collective impression of a study visit to the U.S., mainly California, during fall 2008. The assignment was to gather information about initiatives and measures, as well as methods and tools, for minority businesses in the U.S.

Today, there are about four million minority businesses in the U.S., employing almost 4.7 million people and generating \$660 billion. However, many minority groups are under-represented among business owners. This hampers economic growth and job creation and is therefore of great concern to the overall U.S. economy. According to estimates, in 2042 there will no longer be any *one* ethnic group in majority in the U.S. population. The demographic change implies that both the public and private sectors must pursue business and policy strategies that include minority businesses.

The Minority Business Development Agency, MBDA, is the only federal agency created specifically to foster the establishment and growth of minority-owned businesses in the U.S. MBDA coordinates and mobilizes other public and private resources to strengthen strategic alliances with the common purpose of promoting growth among minority businesses.

Cooperation between local, regional, state and federal authorities, private organizations and corporations is common. There are thousands of organizations working to promote entrepreneurial activity among ethnic minorities. Several of them focus on a certain ethnic group and limit their activities to a certain geographical area. Financial assistance and loans, training and education, business opportunity events, etc. are common activities. Interestingly, many initiatives receive no financial assistance from public authorities at all, but are sponsored by larger businesses and membership fees.

Public entities and corporations often set aside a certain percentage of their procurement of goods and services to be supplied by minority businesses. Buyers and suppliers are matched at large events.

This year's theme of MED Week 2008, the largest national conference on minority businesses, was globalization and growth through international trade. Businesses owned and operated by ethnic minorities are ready to make use of their contacts, language skills and cultural knowledge of Latin America, Asia and Africa to contribute to the competitiveness of the U.S. on the global market.

This report describes an array of examples of initiatives for minority businesses. Even though there exist many differences between the U.S. and Sweden, hopefully these examples will provide ideas, inspiration, contacts and new knowledge to further develop, and even set up new, initiatives in Sweden to promote entrepreneurship among first and second generation immigrants and refugees.

## 1 Inledning

### 1.1 **Bakgrund - Program för företagare med utländsk bakgrund 2008-2010**

Inom ramen för Nuteks ”Program för företagare med utländsk bakgrund 2008-2010” ges utrymme för en internationell utblick. USA, och speciellt Kalifornien, med en stor andel personer med utländsk bakgrund i befolkningen och med stora ekonomiska framgångar, är intressant att studera. Ett kortare uppdrag för att studera minoritetsföretag i USA har därför genomförts.

Delar i programmet för företagare med utländsk bakgrund som denna rapport ska belysa är:

*Insats 2.2 ska utarbeta nya mötes-/matchningsplatser för företagare med utländsk bakgrund.*

*”Nutek ska skaffa en överblick av vad som görs idag och sprida goda exempel.”*

*Insats 3.1.2 ska stödja utvecklingen av nya sätt att arbeta med rådgivning till företagare med utländsk bakgrund.*

*”Eftersom gruppen företagare med utländsk bakgrund är mer benägen att växa även utanför nationsgränsen finns möjlighet att inom denna insats utveckla metoder för att underlätta för export och internationalisering.”*

### 1.2 Syfte

Syftet med uppdraget, som bland annat resulterat i denna rapport, har varit att inhämta information om initiativ och åtgärder samt metoder och verktyg för minoritetsföretag i USA, för att dra lärdom av dessa för svensk del.

### 1.3 Rapportens disposition

Efter en överblick över minoritetsföretag i USA idag och några organisationer som arbetar för att främja företagande bland minoriteter, följer ett kapitel om mötes-/matchningsplatser och ett kapitel om tillväxt i minoritetsföretag genom internationell handel. Därefter beskrivs exempel på andra initiativ som kan vara av intresse för Sverige. Rapporten avslutas med några slutkommentarer, referenser och en bilaga.

### 1.4 Avgränsningar och fokus

Rapporten återspeglar rapportskrivarens erfarenheter och intryck från en fem veckors studieresa i främst södra Kalifornien. Någon heltäckande kartläggning av insatser för företagare med utländsk bakgrund i USA har inte varit målsättningen.

Fokus har varit på etablerade företag. Hänsyn har tagits till tidigare studier och rapporter i ämnet.

### **1.5 Mer information**

I bilaga 1 finns en förteckning över organisationer och initiativ med webbadresser för vidare information.

Rapportskrivaren har även samlat in en mängd skriftligt material, bland annat konferensdokumentation, tidskrifter och rapporter. Även en DVD finns i materialet.

För att ta del av detta material, kontakta rapportskrivaren:

Jeanette Randen, Nutek, telefon: 08-681 66 21, epost: [jeanette.randen@nutek.se](mailto:jeanette.randen@nutek.se).

### **1.6 Övrigt**

Stort tack till Karin Hovlin, ITPS Los Angeles, och Magnus Härviden, ITPS Washington DC, för praktisk hjälp och värdefulla tips.

## 2 Minoritetsföretag i USA

### 2.1 Demografiska förändringar

Om ca 40 år kommer USA att vara ett land där ingen etnisk folkgrupp är i majoritet. Vita (med ursprung i mellersta och norra delarna av Europa) som nu utgör en majoritet kommer då att vara en av flera minoriteter. Den latinamerikanska delen av befolkningen förväntas öka och kommer att utgöra nästan en tredjedel av befolkningen.

Redan idag finns i Los Angeles County ingen etnisk folkgrupp i majoritet. Vita utgör ca en tredjedel av befolkningen, latinamerikaner (Hispanic / Latino) utgör mer än en tredjedel, medan asiater och svarta (African American) utgör ca 10% var.<sup>1</sup>

### 2.2 Minoritetsföretag - definition

Med begreppet ”Minority Businesses” i USA menas oftast företag som ägs av personer med annan etnisk tillhörighet än vita med europeisk bakgrund. Begreppet kan också innefatta företag som ägs av personer som tillhör socialt eller ekonomiskt missgynnade grupper.

I denna rapport används begreppet minoritetsföretag alternativt minoritetsägda företag genomgående för etniska minoriteter som äger/driver företag och inkluderar invandrare/flyktingar som äger och driver företag i USA.

Definitionen är viktig för minoritetsföretag som ansöker om certifiering eftersom kriterierna kan variera.

#### **Certifiering**

Certifiering kan krävas för minoritetsföretags deltagande i vissa federala program samt i samband med federala, delstatliga eller lokala offentliga upphandlingar. Det finns även en organisation som certifierar minoritetsföretag för kontakter med större privata företag. Certifieringsprocessen i sig kan ibland vara byråkratisk och ta tid, men motiveras av förmåner såsom hjälp med företagskontakter, deltagande i mässor och databaser, finansiering, etc.

LA MBOC (se kapitel 3.2) förespråkar certifiering som ett viktigt verktyg för marknadsföring av minoritetsföretag till beslutsfattare inom företags inköpsenheter och offentliga myndigheters upphandlingsenheter. En förteckning som de sammanställt över olika typer av certifiering som är aktuella för minoritetsföretag i södra Kalifornien innehåller hela åtta stycken certifieringsmöjligheter.

### 2.3 Om minoritetsföretag i USA

Det finns ca 4 miljoner minoritetsägda företag i USA. Dessa har tillsammans nästan 4,7 miljoner anställda och omsätter omkring 660 miljarder dollar.<sup>2</sup> Det talas om tre stora

<sup>1</sup> Statistiken är en förenkling och bygger på självidentifiering, dvs personer anger själva vilken etnisk grupp de tillhör. Källa: [U.S. Census Bureau](#)

<sup>2</sup> “Minority business enterprise; Must be a national priority”, Ronald Langston, The Washington Times, 1 September 2008

grupper av minoriteter i USA. Dessa är latinamerikaner (Hispanic / Latino), asiater och svarta (African American).

<b>Minority Businesses</b>		
<i>Group</i>	<i>% of U.S. pop.</i>	<i>Number of Firms</i>
African American	12.1 %	1 198 000
American Indian & Alaska Native	1.4 %	201 000
Asian	4.5 %	1 104 000
Hispanic	11.9 %	1 574 000
Native Hawaiian & Other Pacific Islander	0.3 %	29 000
<b>All Minority Businesses</b>	<b>29.0 %</b>	<b>3 958 000</b>

Källa: MBDA / U.S. Census Bureau, data from 2002

Mellan 1997 och 2002 ökade antalet minoritetsföretag med 30% vilket är mer än tillväxten av alla företag och även tillväxten av minoritetsbefolkningen. Intäkterna är dock lägre hos minoritetsföretag jämfört med genomsnittet av alla företag.<sup>3</sup>

Flertalet minoritetsgrupper är proportionellt underrepresenterade bland företagare. Detta utgör ett hinder för ekonomisk tillväxt och skapande av arbetstillfällen inom vissa minoriteter.<sup>4</sup>

Svarta och latinamerikaner startar företag i mindre omfattning än vita och asiater och deras företag har jämförelsevis mindre framgång, anställer färre och avvecklas oftare. Detta konstateras i en ny bok "Race and Entrepreneurial Success" skriven av Robert Fairlie och Alicia Robb. Orsaken till dessa skillnader anges vara olikheter i tillgång till startkapital, utbildningsnivå och brist på arbetslivserfarenhet i andra företag. Program som erbjuder praktikplatser i företag skulle kunna vara ett sätt att utjämna skillnaderna.<sup>5</sup>

## **2.4 Satsning på minoritetsföretag – en nationell prioritet för USA**

De demografiska förändringarna i USA innebär att både den privata och den offentliga sektorn måste satsa på strategier som inkluderar minoritetsföretag. I många stycken har offentliga och privata initiativ främjat utveckling och tillväxt hos minoritetsföretag som en "social aktivitet" och inte som en näringslivssatsning. Framgång hos minoritetsföretag påverkar dock allt mer USA:s ekonomi som helhet.

För att USA ska kunna bibehålla sin levnadsstandard så måste entreprenörskapsandan hos minoriteter tas tillvara. Under ledning av President Bush och "Secretary of Commerce" så har the Minority Business Development Agency deklarerat tillväxt hos minoritetsföretag en nationell prioritet.<sup>6</sup>

<sup>3</sup> "Characteristics of Minority Businesses and Entrepreneurs – an Analysis of the 2002 Survey of Business Owners", March 2008, Minority Business Development Agency

<sup>4</sup> "Sampling Minority Business Owners and Their Families: The Understudied Entrepreneurial Experience", July 2008, Journal of Small Business Management

<sup>5</sup> "Race's Role in Startup Success; A talk with author Robert Fairlie about barriers that blacks and Latinos face in starting businesses and making them thrive", September 2008, BusinessWeek.com

<sup>6</sup> "Minority business enterprise; Must be a national priority", Ronald Langston, The Washington Times, September 2008

### **3 Privata och offentliga organisationer för minoritetsföretag**

Det amerikanska samhället präglas av entreprenörskap och företagande. Stöd och information om att starta och driva företag erbjuds av många olika organisationer och affärsfrämjande aktiviteter av ännu fler. Inte bara av kommunala, regionala, delstatliga eller nationella myndigheter utan även av utbildningsinstitutioner, kyrkor och föreningar, handelskammare, med flera.

Det torde finnas tusentals sådana organisationer. Syftet med denna rapport är inte kartläggning av offentliga och privata organisationer i USA som riktar sig till minoritetsföretagare. Här nämns dock de huvudsakliga federala offentliga aktörerna samt exempel på lokala offentliga aktörer och privata organisationer.

#### **3.1 The Minority Business Development Agency**

The Minority Business Development Agency, MBDA, är en del av amerikanska "Department of Commerce" och är den enda federala myndighet som inrättats med det specifika syftet att främja start och tillväxt av minoritetsägda företag. Dess uppgift är att aktivt verka för ökad tillväxt och konkurrenskraft hos små, medelstora och stora företag som ägs av etniska minoriteter. MBDA koordinerar och "växlar upp" andra offentliga och även privata resurser för att möjliggöra och stärka strategiska allianser som har som syfte att främja tillväxt hos minoritetsföretag.

MBDA finansierar regionala och lokala kontor runt om i landet som erbjuder hjälp med start, tillväxt och utveckling av minoritetsföretag. Minority Business Enterprise Centers (MBECs), Native American Business Enterprise Centers (NABECs), and Business Resource Centers (BRCs) erbjuder individuell hjälp. Minority Business Opportunity Committees (MBOCs) koordinerar federala, delstatliga och lokala resurser. De identifierar affärsmöjligheter och "växlar upp" offentliga program och initiativ för att öka tillgången till marknaden för minoritetsföretag.

MBDA och dess underorganisationer samarbetar med många andra organisationer, såsom The U.S. Small Business Administration (SBA), SCORE, kommuner, universitet och andra utbildningsinstitutioner, företag, med flera.

Via sin webbplats erbjuder MBDA en rad olika tjänster och informerar om sina program och sin verksamhet. Minoritetsföretagare kan söka efter kontaktuppgifter till branschorganisationer, statliga certifierings- och tillståndskontor, lokal företagsrådgivning, etc. En liknande söktjänst för finansiering är på gång.

##### **3.1.1 MED Week**

MBDA arrangerar årligen National Minority Enterprise Development Week, MED Week, som är den största federalt finansierade konferensen kring minoritetsföretag. Konferensen riktar sig både till minoritetsföretagare direkt och till personer som arbetar med att stärka företagande bland minoriteter. Temat för MED Week 2008 var "The Power of Strategic Alliances in the Global Economy". Politiker, akademiker, forskare, framgångsrika företagare och minoritetsföretagare talade om olika sätt att nå nya internationella marknader. Evenemanget inkluderade även utställningar och många möjligheter att träffa intressanta och innovativa personer. MED Week är också till för att uppmärksamma minoritetsföretag som varit ekonomiskt framgångsrika och/eller bidragit till positiv utveckling i det samhälle de verkar i. Lokala och regionala MED weeks arrangeras också.

### **3.2 The Los Angeles Minority Business Opportunity Center (LA MBOC)**

MBDA har regionala kontor i Kalifornien och driver dessutom Los Angeles Minority Business Opportunity Center (LA MBOC) i samarbete med Los Angeles stad. LA MBOC arbetar främst med tillväxt i befintliga minoritetsföretag. Fokus är på företag med en årlig omsättning på 500 000 dollar eller mer och företag som växer snabbt.

Verksamheten är inriktad på att sammanföra minoritetsföretag med offentliga och privata upphandlings-, kontrakts- och finansieringsmöjligheter. Finansiering av verksamheten kommer förutom från MBDA från företag, bland andra Disney Corporation and Magic Johnson Enterprises.

LA MBOC har ca 500 minoritetsföretag i sin databas som aktivt matchas med olika finansieringspartners som LA MBOC samarbetar med samt med företag. Ett antal matchmaking evenemang arrangeras. Ett affärsängelnätverk speciellt för investeringar i minoritetsföretag är under uppbyggnad. Listan över LA MBOC:s samarbetspartners är lång och delas in i flera grupper: myndigheter, banker och finansieringsinstitut, försäkringsföretag, företagsrådgivare, certifiering, evenemang, Los Angeles stadsförvaltning och IT.

LA MBOC rapporterar resultaten av sin verksamhet via ett webbaserat rapporterings-system till MBDA, både veckovis och kvartalsvis.

### **3.3 The U.S. Small Business Administration (SBA)**

The U.S. Small Business Administration (SBA) är en fristående myndighet med uppgift att hjälpa och bevaka småföretagens intressen. Genom ett omfattande nätverk av lokala kontor och samarbeten med offentliga och privata organisationer erbjuder SBA olika tjänster för att starta och utveckla företag. Finansiering är en stor del av SBA:s verksamhet. Satsningar för att nå speciella grupper, däribland spansktalande, görs också.

#### **Finansiering**

Läs mer om finansieringsmöjligheter från bland annat SBA i ITPS rapport "Användning av mellanhänder för utförandet av näringspolitiken – Det offentliga roll vad gäller kapitalförsörjning till SME i USA" PM2008:008.

### **3.4 SCORE "Counselors to America's Small Business"**

SCORE "Counselors to America's Small Business" är en icke vinstdrivande organisation som arbetar med utbildning för företagare och för att småföretag ska etableras, växa och ha framgång. SCORE är en samarbetspartner till U.S. Small Business Administration (SBA).

SCORE har 389 lokalorganisationer över hela USA med 10 500 frivilligarbetare. Både aktiva och pensionerade företagsledare/-ägare delar med sig av sin tid och kunskap för att ge råd till entreprenörer. Nästan 8 miljoner entreprenörer har tagit del av SCORE:s tjänster. Man erbjuder även kurser online, via podcast, etc.

SCORE har information speciellt avsedd för minoritetsföretag och deras webbplats finns i en spansk version.

### **3.5 Latin Business Association**

Latin Business Association, LBA, är USA:s största latinamerikanska företagsförening om man ser till totala antalet aktiva medlemmar och till hur många företagare man når med sin verksamhet.

#### **3.5.1 Om LBA**

LBA startades 1976 som en ideell organisation med uppgift att bygga ekonomiskt välstånd och främja affärsmöjligheter bland latinamerikanska företagare. Idag fokuseras tillväxt hos medelstora företag.

Verksamheten finansieras via medlemsavgifter och sponsorföretag.

Ansvarig för LBA är Ruben Guerra som under 15 års tid drivit och utvecklat verksamheten med en strävan att hela tiden ta organisationen till en högre nivå. Han är starkt involverad i lobbyverksamhet hos politiker på delstatsnivå. Ett tiotal medarbetare arbetar hel- eller deltid på organisationens kontor, men betydligt fler personer är engagerade i styrelser, arbetsgrupper, mm.



#### **3.5.2 Medlemsföretag**

Antalet medlemmar är ca 1 200 registrerade medlemsföretag. Därutöver når LBA 20 000 via sitt nyhetsbrev och mellan 20 000 och 30 000 via sina 10 partnerorganisationer som utgörs av handelskammare, Los Angeles Minority Business Opportunity Center (LA MBOC), och andra företagsorganisationer. Medlemsföretagen representerar ett vitt spektrum av företag och branscher såsom advokater, revisionsbyråer, arkitekter, banker och finansieringsinstitut, ingenjörer, vård och omsorg, försäkringsbolag, TV-produktionsbolag, import-/exportfirmor, handel, tillverkningsindustrin, restauranger, etc. Tidigare bedrevs viss verksamhet på spanska, men nu har man helt övergått till engelska. Även icke latinamerikanska företag är välkomna som medlemmar.

#### **3.5.3 Sponsorer**

Bland sponsorföretagen finns flera banker, hotell, serviceföretag, bilföretag, vårdföretag, universitet och en tidning. Sponsorerna erbjuds tillgång till den marknad medlemsföretagen representerar. Samarbetet mellan sponsorföretagen och LBA beskrivs som en "win-win situation".

Union Bank of California är ett av sponsorföretagen. Som en del i bankens uttalade samhällsengagemang erbjuds minoritetsföretag särskilda lån. "Access to Capital" är ett finansieringsprogram som LBA:s medlemmar inbjuds delta i. Union Bank of California är också ett av många större företag som har som målsättning att öka andelen inköp av tjänster från minoritetsföretag.

#### **3.5.4 Verksamheten**

LBA arrangerar möten med olika teman, exempelvis "Företagande i kristider" och "Offentlig upphandling och kontrakt med företag". Dessa möten fungerar även som nätverksträffar där medlemsföretag kan knyta kontakter. I augusti 2009 planeras en stor global konferens.

#### **3.5.5 Övrigt**

Fokuseringen på tillväxt i medlemsföretagen märks bland annat genom attityden: "Om du har *en* restaurang, varför inte öppna *en till*?"

## 3.6 Asian Business Association

### 3.6.1 Om ABA

The Asian Business Association startades 1976 för att proaktivt hjälpa "Asian Americans" att få tillgång till ekonomiska möjligheter och avancemang.

Organisationen arbetar för att sammanföra olika grupper inom den asiatiska företagsvärlden kring gemensamma

problem som påverkar deras företagsverksamhet. ABA tillhandahåller sina medlemmar aktuell information om affärsmöjligheter samt om privata och offentliga program.



Endast tre personer arbetar heltid med organisationen. Ca 40 personer är dock involverade i organisationens styrelse, kommittéer, referensgrupp, mm. VD:n Dennis Huang anser att vad som görs för minoritetsföretag från offentligt håll inte är tillräckligt. Vidare anser han att kineser, i förhållande till andra minoriteter, har mycket att lära när det gäller att visa samhällsengagemang.

### 3.6.2 Medlemmar

Medlemmarna delas upp i olika kategorier: generella medlemmar, associerade medlemmar, företagsmedlemmar och medlemmar från offentlig sektor. I den sistnämnda kategorin finns Los Angeles Minority Business Opportunity Center (LA MBOC).

### 3.6.3 Sponsorer

Ett 20-tal större företag sponsrar ABA. Dessa företag är banker, flygplanstillverkare, telekomföretag, mediaföretag, energibolag, mfl samt ett par lokala myndigheter.

*"Competition is one of the cornerstones of the American free enterprise system. It is desirable and right that minority-owned and women-owned organizations have the opportunity to share equally in the sales of products and services to our company. Having a diverse supplier base helps us gauge the needs of our diverse customer base. The Walt Disney Company has partnered with the Asian Business Association as a corporate supporter to Spread the Magic."*

*Beverly Cole, Director, Corporate M/WBE Program  
The Walt Disney Company*

ABA erbjuder sponsorföretag en länk till den asiatiska företagsvärlden, både i USA och i Asien genom olika evenemang, utställningar och personliga kontakter.

Företag som vill stödja ABA har tre olika möjligheter att välja bland:

- 1) bli företagsmedlemmar
- 2) sponsra ABA:s stipendium
- 3) sponsra ett evenemang som ABA arrangerar

### 3.6.4 Verksamheten

Genom olika aktiviteter medverkar ABA till betydelsefulla kontakter medlemmarna emellan. Återkommande aktiviteter är månadsträffar, golfturneringar, prisceremonier, kurser och utbildningar. (Golfturneringarna är i huvudsak till för att få in pengar till verksamheten.) För närvarande är verksamheten inriktad på kvalitet för ett fåtal snarare än att försöka nå så många som möjligt. Ett nyhetsbrev skickas ut till medlemmarna ett antal gånger per år.

### 3.6.5 Övrigt

Temat för 2008 års årliga "ABA-LA Awards Banquet" är *resilience* (förmåga att komma igen), med hänvisning till Konfucius ordspråk "Vår största ära är inte att aldrig falla utan att resa oss upp var gång vi faller". Temat valdes med tanke på nuvarande turbulens på de finansiella marknaderna.

## 3.7 ECDC - Ethiopia Community Development Council / ECDC Enterprise Development Group (EDG)

ECDC strävar efter att göra det möjligt för flyktingar och invandrare från Afrika att snabbt bli självförsörjande, produktiva och integrerade samhällsmedborgare i sitt nya hemland USA. Förutom praktiskt stöd till nyanlända afrikaner, utbildningsinsatser, sjukvårdsinformation, mm, så erbjuds även hjälp till att starta och driva företag via ECDC Enterprise Development Group.

### 3.7.1 Om ECDC Enterprise Development Group (EDG)

Med hjälp av ett bidrag från The Office of Refugee Resettlement 1992 skapades ett program för att främja ekonomisk självförsörjning genom att erbjuda lån, praktisk hjälp och företagsrådgivning till flyktingar som var intresserade av att starta företag.

1994 utökades verksamheten till att omfatta entreprenörer med låga inkomster, främst minoritetsföretagare.

2001 blev ECDC Enterprise Development Group (ECDC EDG) ett dotterbolag till Ethiopia Community Development Council.



### 3.7.2 Sponsorer och partners

Verksamheten finansieras med hjälp av stöd och donationer från individer, myndigheter och företag.

### 3.7.3 Verksamheten

ECDC EDG erbjuder mikrolån, utbildning i att starta och driva företag samt hjälp med skatter och deklaration.

#### Mikrolån och lån till småföretagare

När det gäller låneverksamheten erbjuds rådgivning både före, i samband med och efter lånet. Fokus är på alternativa finansieringsmöjligheter för personer som har svårt att få lån hos vanliga banker. Lånesumman är på upp till 35 000 dollar. ECDC EDG är en av Small Business Administration's finansiella intermediärer för lån och har dessutom certifierats som både Community Development Entity (CDE) och Community Development Financial Institution (CDFI). 2007 hade EDG betalat ut mer än 8,3 miljoner dollar i mikrolån till över 500 klienter. EDG har byggt upp sitt kapital med hjälp av flera storbanker; federala, regionala och lokala myndigheter; privatpersoner; fonder och företag.

#### Individual Development Account (IDA)<sup>7</sup> – matchad finansiering

EDG kan hjälpa till att tjäna pengar för att starta eller utveckla ett företag, (eller gå en utbildning, eller köpa ett hus/lägenhet). Detta görs inom ett så kallat "matchat

<sup>7</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Individual\\_Development\\_Accounts](http://en.wikipedia.org/wiki/Individual_Development_Accounts)

finansieringsprogram” där deltagarna måste uppfylla vissa krav när det gäller bland annat inkomst. EDG matchar deltagarnas egna sparande med ett bidrag på upp till 9 000 dollar. Exempelvis om en deltagare sparar 5 000 dollar så skjuter EDG till ytterligare 5 000 dollar. Deltagarna får samtidigt gå en kurs i personlig ekonomi/finansiering där ämnen som budget, mål, kredithantering, bankkontakter, etc. tas upp.

#### **Företagskuvös**

EDCD har köpt en egen fastighet där man har inrättat 35 kontorsrum för företagare med fri tillgång till Internet och andra kontorstjänster. Idag pågår där febril verksamhet och ca hälften av rummen används. Företagen är verksamma inom en rad olika branscher: taxi- och ambulans, kvartersbutik, restaurang, dagis, parkering, IT, hemsjukvård, etc. Fastighetsmäklare och tobaksrelaterad verksamhet säger man dock nej till.

#### **Utbildning**

EDG samarbetar med en yrkesskola när det gäller viss utbildning vilket öppnar för fler utbildningsmöjligheter.

#### **Möten**

Möten där deltagare i EDG:s program- och låneverksamhet bjuds in genomförs flera gånger per år. Syftet är bland annat att främja affärskontakter och uppmuntra till gemensam problemlösning.

#### **3.7.4 Övrigt**

I Etiopien anses det inte OK att låna, medan det i USA, litet överdrivet, fungerar så att ju mer man lånar desto bättre är ens kreditvärde. Denna kulturskillnad försöker man överbrygga med hjälp av information och utbildning om det finansiella systemet i USA.

### **3.8 FAME Assistance Corporation**

Före raskravallerna i Los Angeles 1992 fanns det i praktiken inga initiativ eller program för ekonomisk utveckling i fattigare områden såsom South Central Los Angeles med en stor andel minoriteter i befolkningen. FAME har här varit pådrivande i arbetet med att få olika utvecklingsprojekt och –program till stånd.

FAME Assistance Corporation är en icke-vinstdrivande organisation som är associerad med First African Methodist Episcopal Church of Los Angeles (FAME).

FAME är den äldsta svarta kyrkan i Los Angeles, startade 1872, och har 17 000 medlemmar. Det finns en lång tradition av stöd till olika initiativ för företagsutveckling och samhällsutveckling.



Verksamheten idag innefattar låneverksamhet, företagskuvöser (-inkubatorer) och utbildningssatsningar för företagare.

- FAME började sin låneverksamhet 1992 med ett bidrag på 1 miljon dollar från Walt Disney Company och ARCO Foundation. Tillsammans med Small Business Administration (SBA) erbjuder FAME även mikrolån.
- När det gäller inkubatorverksamheten tillämpas en modell som utvecklats vid Enterprise Center of Philadelphia i Pennsylvania. Enligt ett liga-system (liknande det som används för baseball) delas företagen in i olika ligor beroende på hur utvecklat företaget är administrativt och finansiellt.
- 2006 startades en 6-veckors kurs i kredithantering för småföretagare. Hittills har närmare ett hundra företagsägare deltagit i kursen.

Ett trettiotal partners från både offentliga och privata sektorn bidrar på olika sätt till verksamheten.

## **4 Mötesplatser, matchningsplatser och nätverk**

Flertalet organisationer, både offentliga och privata, arrangerar mötesplatser där minoritetsföretag kan träffa andra minoritetsföretag, eller där minoritetsföretag och större företag/upphandlande offentliga myndigheter kan träffas. Detta sker i form av konferenser och möten, men även virtuella mötesplatser via Internet används.

Nätverk som uppstår via organisationers mötesverksamhet kan vara mer eller mindre aktiva och relationerna mer eller mindre långvariga. Det krävs medvetna satsningar från företagarens sida att prioritera kontaktskapande aktiviteter.

Inte bara organisationers medlems- och mötesverksamhet kan vara viktig när det gäller att utöka sina affärskontakter. Nätverk och mötesplatser uppstår även kring kurser och utbildningar; i kyrkor, idrottsföreningar och annan föreningsverksamhet; kring tidningar, TV-program och webbplatser. Se kapitel 6.

Här anges först exempel på mötesplatser där minoritetsföretag möter större företag och upphandlande myndigheter. Sedan anges andra exempel på mötesplatser och nätverk.

### **4.1 National Minority Supplier Development Council Conference and Business Opportunity Fair**

Den största konferensen i sitt slag heter National Minority Supplier Development Council Conference and Business Opportunity Fair. Det är en årlig konferens som 2008 hölls i Las Vegas, Nevada, under temat "Minority Business and Corporations: Playing to Win".

Under fyra dagar samlades uppskattningsvis 7 000 inköpsansvariga från större företag, beslutsfattare och upphandlingsansvariga från myndigheter, samt minoritetsföretagare för att göra affärer och positionera sina företag för framgångar både i USA och utomlands. Mer än 850 utställningsstånd utnyttjades av minoritetsföretagare och representanter för större företag och myndigheter.

Programmet för konferensen innehöll även föreläsningar, seminarier och workshops med företagsledare, inköpschefer, nationella, regionala och lokala offentliga beslutsfattare samt många andra experter på minoritetsföretag.

Konferensen innebär många tillfällen till "nätverkande" inom både konferensprogrammet och speciella arrangemang i samband med konferensen såsom middagar och prisutdelningar.

#### **4.1.1 National Minority Supplier Development Council**

The National Minority Supplier Development Council (NMSDC) består av ett nationellt kontor i New York och 39 regionala kontor runt om i USA. 3 500 företag, organisationer och myndigheter är medlemmar av NMSDC, däribland de flesta av USA:s största företag samt universitet, sjukhus och andra inköpsorganisationer. De regionala NMSDC-kontoren certifierar och matchar mer än 15 000 minoritetsägda företag med medlemsföretag som vill köpa varor och tjänster.

NMSDC är en av USA:s ledande företagsorganisationer. Den startades 1972 för att öka affärsmöjligheterna för minoritetsföretag.

2006 köpte NMSDC:s medlemsföretag varor och tjänster för mer än 100 miljarder dollar av minoritetsföretag. Det handlar inte om att på något vis sänka standarden på upphandlingen eller inköpen, tvärtom så har kraven blivit tuffare de senaste åren och minoritetsföretagen konkurrerar som kvalificerade leverantörer.

NMSDC har en mängd olika program och tjänster:

- **Certifiering** – ansökningar, intervjuer och företagsbesök
- **MBISYS®** - databas med över 15 000 certifierade minoritetsföretag
- **Rekommendationer** – av lämpliga minoritetsföretag
- **Lån och tillgång till finansieringslösningar** - via olika typer av fonder
- **Centers of Excellence** – hjälp med företagsutveckling
- **Corporate Plus®** - minoritetsföretag som kan leverera nationellt
- **Minority Business Information Center** – statistik och information
- **Learning Programs** – online kurser och utbildningsinsatser
- **Advanced Management Education Program** – ledarskapsutveckling
- **Growth Initiative** – för att öka investeringar i minoritetsföretag
- **Business Opportunity Fairs** – matchmaking evenemang
- **Networking opportunities** – upphandlare/inköpare talar till minoritetsföretag
- **Awards and special recognition** – priser och utmärkelser

Dessutom genomförs aktiviteter för att sammanföra representanter från större företag och upphandlande myndigheter med minoritetsföretag under formella och mer informella former för att främja långsiktiga och ömsesidigt förmånliga relationer.

#### **Minoritetsföretag främjas vid upphandling**

Det är vanligt att myndigheter (både på federal, regional och lokal nivå), större företag och företagskoncerner, universitet, sjukhus och andra större organisationer har som mål att en viss del av de varor och tjänster de köper ska vara från minoritetsföretag.

#### **Offentlig Upphandling**

Läs mer i ITPS rapport ”Offentlig upphandling i EU och USA – hinder och möjligheter för små och medelstora företag” A2004:027

## **4.2 The Business Assistance Virtual Network (BAVN)**

The Business Assistance Virtual Network (BAVN) är en gratistjänst som tillhandahålls av Los Angeles stad och Los Angeles Minority Business Opportunity Center (LA MBOC). Via en webbplats<sup>8</sup> kan minoritetsföretag ladda ner information om alla kontrakts- och upphandlingsmöjligheter inom Los Angeles stadsförvaltning. Det kan gälla allt ifrån bygg- och anläggningsarbeten till restaurang- och souveniraffärsverksamhet vid någon av flygplatserna.

Webbplatsen innehåller även möjligheter att hitta certifierade underleverantörer att anlita för att kunna lämna in ett fullständigt anbud.

<sup>8</sup> [www.labavn.org](http://www.labavn.org)

### **4.3 MBDA Community Exchange**

The Minority Business Development Agency administrerar ett diskussionsforum<sup>9</sup> på Internet. Här kan minoritetsföretagare diskutera med andra minoritetsföretagare. Det kan gälla både affärssamarbeten, tips / problemlösning och annat som är angeläget för minoritetsföretagare. Diskussionsämnena är indelade i olika ämnesområden, med de senaste inläggen först.

När ett företag registrerar sig för att delta i diskussionsforumet får det även lägga in en företagsprofil för att underlätta potentiella affärskontakter. Det kostar ingenting för ett företag att registrera sig och delta.

### **4.4 Erfarenheter från LBA, ABA och EDCD EDG**

Asian Business Association's erfarenhet är att på förhand bokade möten är att föredra när det gäller matchmaking evenemang. Spontana kontakter under en mäsas förekommer i mindre utsträckning.

Även LA MBOC anser att så kallade "one-on-one" möten ger mycket bättre resultat än allmänna informationsmöten där företag presenterar sina framtida behov av varor och tjänster.

---

<sup>9</sup> [www.mbda.gov/apps/forum](http://www.mbda.gov/apps/forum)

## 5 Tillväxt i minoritetsföretag genom internationell handel

Den globala ekonomin innebär hårdare konkurrens, även för mindre lokala företag. Minoritetsföretag, även de som är förhållandevis små, anses kunna ta del av internationell handel direkt eller via samarbeten med större företag som kan hjälpa dem att nå nya marknader. Tillväxtmarknaderna anses finnas i Asien, Afrika, Mellanöstern och Latinamerika där vissa regioner växer dubbelt så snabbt som i USA och i Europa.<sup>10</sup>

Minoritetsföretag innehar tillgångar som kan utgöra konkurrensfördelar när det gäller internationell handel. Det kan vara kontakter i aktuella regioner och länder, språkkunskaper, historisk och kulturell förståelse samt potentiell snabbhet och rörlighet på grund av deras storlek.

Nedan presenteras några relevanta satsningar och verksamheter.

### 5.1 *The Global Diversity Initiative*

The Global Diversity Initiative (GDI)<sup>11</sup> inom den amerikanska regeringens handelsfrämjande verksamhet samarbetar med både offentliga och privata organisationer för att erbjuda hjälp och rådgivning till minoritetsföretag som satsar internationellt.

Genom utbildningsaktiviteter ämnar GDI öka medvetenheten om handelsmöjligheter och exporthjälp bland minoritetsföretag. Detta görs ofta i samarbete med handels- och företagsorganisationer men man håller även egna seminarier och workshops. Via nyhetsbrev, epost-utskick, statistik och artiklar tillhandahålls information om handel. Framgångsrika handelsfrämjande åtgärder bland minoritetsföretag uppmärksammas och belönas.

GDI bevakar och representerar minoritetsföretagens intressen i OECD:s arbetsgrupp för små och medelstora företag, liksom när det gäller handelspolitik inom det amerikanska regeringsarbetet.

### 5.2 *Export.gov, Buyusa.gov och TradeAgreements.gov*

Flera federala initiativ ska underlätta för företag, inklusive minoritetsföretag, att ta tillvara på möjligheter inom internationell handel.

Export.gov<sup>12</sup> är ett samarbete mellan inte mindre än nitton federala myndigheter inom den amerikanska statsmakten för att hjälpa amerikanska företag med att planera för internationella försäljningsstrategier och lyckas på den globala marknaden. Alltifrån marknadsinformation och en sökbar databas med konkreta tips om affärsmöjligheter till rådgivning vid export av jordbruksprodukter och olika finansierings- och betalningsmöjligheter erbjuds via webbportalen.

Buyusa.gov<sup>13</sup> är en federal tjänst som ska göra det lättare för amerikanska företag att hitta nya internationella affärspartners på den globala marknaden. Via en söktjänst får man kontaktuppgifter till lokala kontor, så kallade Export Assistance Centers, runt om i

<sup>10</sup> Minority Business Development Agency, [MBDA](#)

<sup>11</sup> [www.buyusa.gov/globaldiversity](http://www.buyusa.gov/globaldiversity)

<sup>12</sup> [www.export.gov](http://www.export.gov)

<sup>13</sup> [www.buyusa.gov](http://www.buyusa.gov)

USA och via handelsfrämjande avdelningar på amerikanska ambassader över hela världen.

En annan federal tjänst är TradeAgreements.gov<sup>14</sup> som tillhandahåller information om USA:s internationella handelsavtal, både existerande handelsavtal och sådana under pågående förhandling.

### **5.3 MED Week 2008 – International Trade**

Vid den största nationella årliga konferensen för minoritetsföretag, MED Week (se kapitel 3.1.1), var årets tema: "The Power of Strategic Alliances in the Global Economy".

Ronald Langston, National Director för Minority Business Development Agency, MBDA, som arrangerar konferensen, framhöll följande:

*"Företag som drivs och ägs av minoriteter i USA är beredda att dra nytta av kontakter, språkkunskaper och kulturell samhörighet med Latinamerika, Asien och Afrika för att bidra till USA:s konkurrenskraft i den globala ekonomin. För att USA ska kunna bibehålla sin levnadsstandard så måste entreprenörskapsandan hos minoriteter tas tillvara. Under ledning av President Bush och Secretary of Commerce så har the Minority Business Development Agency deklarerat tillväxt hos minoritetsföretag en nationell prioritet."*

Konferensen innehöll seminarier och workshops där minoritetsföretag kunde ta del av hur de kan gå tillväga praktiskt för att alliera sig med större företag och/eller ge sig ut på den globala marknaden. Talare från både organisationer och företag diskuterade hur företag gått tillväga för att identifiera intressanta partners och hur strategiska allianser lett till tillväxt. Dr. L. Greehnhalg presenterade sin senaste rapport: "Increasing MBE Competitiveness through Strategic Alliances".<sup>15</sup> Svensken Bo Andersson, som arbetar för General Motors, bidrog med erfarenhet från sitt arbete med internationella inköp och leveranser. En workshop handlade om hur mindre företag kan dra nytta av frihandelsavtalen och vilken hjälp företag kan få från amerikanska motsvarigheten till Exportrådet.

### **5.4 The LA MBOC International Trade Subcommittee**

The LA MBOC International Trade Subcommittee är en arbetsgrupp inom LA MBOC (se kapitel 3.2) som fokuserar på tillväxt i minoritetsföretag genom internationell handel. Målsättningen är att exponera minoritetsföretag för möjligheter till handel med länder utanför USA. Arbetsgruppen är sammansatt av representanter för offentliga och privata handelsfrämjande organisationer. Evenemang av olika slag genomförs, till exempel mässor och resor.

Ett exempel på en handelsfrämjande resa är en 9-dagars inspirationsresa till Kina som LA MBOC var med och arrangerade. Resan innefattade förberedelser i form av rådgivning och information. Under resan ordnades deltagande i matchmaking evenemang, studiebesök på fabriker och hos grossister samt praktisk information om import- och exportmöjligheter.

---

<sup>14</sup> <http://tradeagreements.gov>

<sup>15</sup> "Increasing MBE Competitiveness through Strategic Alliances", 2008  
[http://www.mbd.gov/?section\\_id=6&bucket\\_id=16&content\\_id=6335&well=entire\\_page](http://www.mbd.gov/?section_id=6&bucket_id=16&content_id=6335&well=entire_page)

### **5.5 The National Minority Supplier Development Council (NMSDC)**

NMSDC (se kapitel 4.1) utvecklar ett globalt nätverk (Global Link) bestående av icke statliga organisationer för att etablera kontakter och möjliga affärssamarbeten över hela världen med minoritetsföretag.

### **5.6 Internationella handelskammare och ambassader**

Internationella handelskammare och handelsavdelningar vid ambassader bedriver verksamhet som minoritetsföretag kan ha nytta av. Det kan vara mässor, resor, möten med besökande utländska företag, praktisk hjälp och förmedlande av kontakter.

### **5.7 Minority Chamber of Commerce**

En organisation som arbetar med minoritetsföretag i Florida, The Minority Chamber of Commerce, startade för fyra år sedan ett internationellt handelsprogram. Syftet är att marknadsföra amerikanska minoritetsföretags produkter och tjänster i främst latinamerika. Man har genom flertalet handelsresor etablerat varaktiga och viktiga relationer med företagsledare och representanter för företagsorganisationer i flertalet länder. I Honduras, Colombia, Guatemala och Costa Rica har man lokala kontor. Frihandelsavtalen anses vara viktiga förutsättningar för framgångsrik handel.

### **5.8 Erfarenheter från LBA, ABA och EDCD EDG**

Latin Business Association är mycket intresserade av den globala ekonomin och möjligheter till internationell handel. LBA Global Conference 2006 innehöll seminarier om globala möjligheter för företagare med latinamerikansk bakgrund med titlar såsom:

- det globala företagsklimatet och dess trender
- interkulturell kommunikation och dess betydelse för framgång
- internationella affärsstrategier.

LBA planerar en ny Global Conference under 2009.

EDCD Enterprise Development Group anser att deras företag är för små för att handla med länder utanför USA och är därför inte intresserade av internationell handel.

Asian Business Association fokuserar för tillfället på den amerikanska marknaden, men är öppen för andra möjligheter i framtiden.

## 6 Andra initiativ

Här presenteras andra initiativ än den typ av organisationer som nämndes i kapitel 3, som främjar företagande bland minoriteter.

### 6.1 Television och video

En mängd olika TV-program inom kategorin reality-shows har handlat om företagande och entreprenörskap de senaste åren. En del av dessa program har även nått svensk publik. Det kan handla om att ta fram en affärsidé, övertyga investerare att investera i företaget, etc. Ett nytt TV-program som anammar ”makeover” idén söker lämpliga kandidater bland minoritetsföretag i svårigheter för att skicka dit ett expertteam som ska få företaget på fötter igen<sup>16</sup>.

En annan sorts TV-satsning är det internetbaserade Small Business TV, SBTV.com, som sänder dagliga program för småföretagare.

Även på Internet-sajter som YouTube finns flera videos från bland annat kända TV-program som handlar om minoritetsföretagande<sup>17</sup>.

Ett mer traditionellt TV-program som är inriktat på att visa upp lyckade minoritetsföretag är *MAKING IT! ® – Minority Success Stories*.

#### 6.1.1 MAKING IT! ® - Minority Success Stories

*MAKING IT! ® – Minority Success Stories* är ett TV-program som funnits i ca 20 år. Programmet är till för att inspirera minoriteter att förbättra sin egen situation och positivt påverka samhället genom företagande.

Programmet har vunnit flera prestigefulla priser från både statliga och privata organisationer, bland annat två Emmys för ”Best Public Affairs Series”.

TV-programmet är ett halvtimmes program som sänds varje vecka. Det kan ses i de markbundna kanalerna i hela Kalifornien, och på 100-tals kabel- och satellitkanaler över hela USA.

I varje program intervjuas två personer om deras erfarenheter som företagare. Fokus är på utmaningar, triumfer och samhällsengagemang bland minoritetsägda företag. Personliga berättelser om hur drömmar om eget företagande har blivit sanna genom ihärdigt och hårt arbete fungerar som inspiration för andra som vill förbättra sin situation och positivt bidra till den lokala samhällsutvecklingen. Dessutom medverkar ofta personer från SBA och organisationer som arbetar med minoritetsföretag, handelskammare, med flera för att ge nyttig och användbar information.



<sup>16</sup> [http://www.bbala.org/expo\\_Mind\\_Your\\_Business.html](http://www.bbala.org/expo_Mind_Your_Business.html)

<sup>17</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=ZtZ58BG91ds>

Programledare är två kända nyhetsankare från ett av de främsta, lokala TV-bolagen (KTLA).

#### **Medverkande företag**

Över 1 000 företag har hittills medverkat i programmet. För att få medverka i *MAKING IT!*® måste man äga ett företag och tillhöra en etnisk minoritet (asiat, latinamerikan, indian, svart) eller vara krigsveteran eller kvinna. Dessutom ska man ha en intressant berättelse (inspirerande, motiverande, originell, etc.). Programmet är numera så välkänt att produktionsbolaget inte behöver leta efter företag som vill medverka – företagen hör av sig själva och står i kö för att få vara med.

#### **Sponsorföretag**

*MAKING IT!*® sponsras av flera stora och dynamiska företag inom bankväsendet, hotellbranschen, telekomsektorn, med flera. Exempel är AT&T, Bank of America, Hilton Hotels, Honda, Toyota och Walt Disney Company. Sponsorföretagen erbjuder en marknadskanal till etniska minoriteter.

#### **Nelson Davis och Nelson Davis Television Productions (NDTP)**

Produktionsbolaget Nelson Davis Television Productions (NDTP) ligger bakom programmet *MAKING IT!*®. Nelson Davis startade företaget 1988 med visionen:

*"Our purpose is to be a leader in promoting personal and economic empowerment in minority communities. We do this by combining the infinite power of media to provide beneficial information and inspiring stories with the support of commercial sponsors who desire to reach an ethnically diverse audience. We believe that a 'mass market' no longer exists, and that all forms of media must be used in innovative ways to mutually benefit the community, our sponsors, and our organization."*

Nelson Davis har lång erfarenhet av television och har jobbat för ett av de stora nationella TV-bolagen, NBC, under flera år. Hans affärsidé är att sammanföra särskilda TV-program med sponsorföretag som vill nå en nischad publik / ett specifikt marknadssegment. Han strävar efter att kombinera sin kunskap om TV-produktion och sin kunskap om marknadsföring för att kommunicera ett positivt budskap och främja ekonomisk utveckling bland minoriteter. Han betonar vikten av att arbeta långsiktigt med programidén. *MAKING IT!*® ska vara inspirerande och leda till handling.

Två gånger har Nelson Davis fått ta emot pris från U.S. Small Business Administration: en gång som "Media Advocate of the Year" och en gång som "Minority Advocate of the Year". 2001 erhöll han "National Minority Media Cornerstone Award" från Minority Business Development Agency.

#### **Övrigt**

Media innehåller många negativa bilder av minoriteter. Nelson Davis framhåller i sammanhanget att *MAKING IT!*® – *Minority Success Stories* presenterar riktiga människor som visar på positiva värderingar.

Kring TV-programmet har byggts upp en verksamhet med nyhetsbrev, webbplats<sup>18</sup> med tips för företagare och möjlighet att se tidigare program, evenemang och träffar.

---

<sup>18</sup> [www.makingittv.com](http://www.makingittv.com)

## 6.2 Tidningar

Det finns en stor mängd tidningar och månadsmagasin som har minoritetsföretagare som målgrupp. Några av de större är: *Hispanic Business*<sup>19</sup>, *Minority Business Entrepreneur*<sup>20</sup> och *Black Enterprise*<sup>21</sup>.



Det finns även tidningar som riktar sig allmänt till minoriteter men som också har en avdelning som riktar sig till företagare. Ett exempel på detta är *LATINA Style Magazine*.

### 6.2.1 Latina Style Magazine - LATINA Style Business Series

*LATINA Style Magazine* är en tidning för latinamerikanska kvinnor i USA som är yrkesverksamma eller driver egna företag. De har startat något de kallar för *LATINA Style Business Series*. Detta interaktiva företagsutvecklingsprogram sammanför latinamerikanska kvinnliga företagare med företag och myndigheter som erbjuder tjänster och varor för att starta och utveckla företag.



Över 10 000 latinamerikanska kvinnliga entreprenörer har deltagit i *LATINA Style Business Series* sedan programstarten 1998. U.S. Small Business Administration stöder programmet.

Evenemanget är ett heldagsseminarium med utställningar, interaktiv paneldebatt, föreläsare och talare samt prisutdelning. Latinamerikanskor delar med sig av sina erfarenheter av att starta och driva företag. Frukost, lunch och kvällsbuffé utgör tillfällen att "nätverka" och etablera kontakter.

Programmet lägger stor vikt vid att skapa en solid företagsekonomisk grund för de latinamerikanskor som startar företag. Sponsorföretag betalar för en expertpanel eller någon expert från det egna sponsorföretaget. Ämnen som tas upp är: tillgång till finansiering, strategisk försäljning och marknadsföring, företagstjänster, IT samt privata och offentliga upphandlingsmöjligheter. Varje evenemang har 200-300 deltagare.

*LATINA Style Business Series* har uppmärksammats av flertalet av de nationella TV-bolagens nyhetsprogram och i flera av de största dagstidningarna<sup>22</sup>.

Enligt Department of Labor har latinamerikanska kvinnliga företagare den högsta tillväxttakten i USA. Mer än en tredjedel (34,9%) av alla latinamerikanska företag ägs av kvinnor.

<sup>19</sup> [www.hispanicbusiness.com](http://www.hispanicbusiness.com)

<sup>20</sup> [www.mbemag.com](http://www.mbemag.com)

<sup>21</sup> [www.blackenterprise.com](http://www.blackenterprise.com)

<sup>22</sup> *Latina Style Business Series Celebrates the 10 Year Anniversary Tour in Atlanta, GA, June 2008, Women's Health Weekly*

### 6.3 Bloggar

Ett exempel på en blogg som handlar om minoritetsföretag är Kamau Austin's blog Kamau's Business Blog Page<sup>23</sup>. Den marknadsförs som "the proud home of the world's 1st Black Business Blog for Black - Hispanic -and minority Business".

Även Nelson Davis som nämndes i kapitel 6.1 ovan har en egen blogg<sup>24</sup> där han delar med sig av sina funderingar kring minoritetsföretagare, sitt TV-program, och inspirerande tankar och idéer.

### 6.4 Utbildningsinstitutioner

Flertalet yrkesskolor och högskolor/universitet erbjuder kurser i entreprenörskap. Kurserna kan handla om start av företag, bokföring, finansiering, marknadsföring, företagsutveckling och ledarskap. Samarbete sker ofta mellan lokala universitet och organisationer som främjar (minoritets-)företagande. Här följer ett exempel på sådant samarbete, samt ett exempel på ett universitet som direkt vänder sig till minoritetsföretagare.

#### 6.4.1 Los Angeles Minority Business Enterprise Center (MBEC)

Los Angeles Minority Business Enterprise Center (LA MBEC) drivs av ett av de största privata universiteten i södra Kalifornien, University of Southern California, USC, (närmare bestämt USC Business Expansion Network, en enhet inom USC Civic & Community Relations). Verksamheten finansieras av federala Minority Business Development Agency.

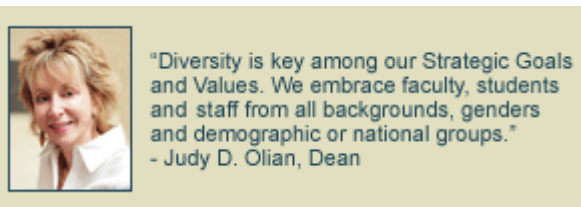
USC's Business Expansion Network har i uppdrag att främja entreprenörskapsandan i Los Angeles-området: bland individer, företag och organisationer. Genom LA MBEC kan USC erbjuda tillgång till kvalificerade utbildningsinsatser och praktiska resurser.

Sedan starten 1996 har LA MBEC hjälpt över 1 200 lokala minoritetsföretag att få över 140 miljoner dollar i finansiering och upphandling/kontrakt.

#### 6.4.2 UCLA Anderson School of Management

UCLA, University of California at Los Angeles, har mångfald som en grundvärdering. Eftersom det är en delstatlig institution så ska studenter, lärare och personal återspegla den mångfald som finns bland befolkningen i Kalifornien. Man anser att mångfald möjliggör en bred och berikande utbildningsmiljö.

UCLA Anderson School of Management räknas till en av de främsta "business schools" i världen och erbjuder både utbildningar som leder till en examen och kurser som möter behovet hos näringslivet.



Lärarkåren hos UCLA Anderson rankas som en av de absolut främsta när det gäller intellektuellt kapital av en av USA:s främsta affärstidningar. De är kända för forskning och kurser som handlar om ledarskap inom företag och näringsliv.

<sup>23</sup> <http://www.einfonews.com/blogs/kamausblog.htm>

<sup>24</sup> <http://www.makingittv.com/nelsonsblog/index.html>

Skolan anser att deras inlärningsmiljö är rikare, mer kreativ, tankeväckande, stimulerande och intressant på grund av bland annat den etniska mångfald som finns på campus.

UCLA Anderson's Price Center for Entrepreneurial Studies erbjuder ett ledarskapsutvecklingsprogram<sup>25</sup> för entreprenörer som speciellt riktar sig till minoritetsföretagare. Bland sponsorerna för detta utbildningsprogram märks flera storbanker och större IT-företag. Partner är The Greenlining Institute, ett multi-etniskt forsknings-, ledarskapsutvecklings- och policyinstitut som arbetar för att stärka färgade samhällsgrupper.

Förutom de lärdomar som inhämtas under utbildningen så får kursdeltagarna tillgång till UCLA Anderson School of Managements alumn nätverk med många värdefulla kontakter, något som kan vara mycket betydelsefullt i framtida företagsrelaterade aktiviteter.

En av initiativtagarna till utbildningsprogrammet är dekan och fakultetschef Alfred E. Osborne, Jr. Under hans ledning har skolan utvecklats till en förkämpe för mångfald inom näringslivet samt för främjande och vidareutbildning av minoritetsföretagare. Al Osborne har fått flera utmärkelser för sitt bidrag till företagsutveckling bland minoriteter. Han har valts in i The Minority Business Hall of Fame and Museum och utsågs till en av de mest inflytelserika personerna vad gäller att främja mångfald bland storföretagens leverantörer.

## **6.5 Tävlingar**

Några av alla priser och utmärkelser som minoritetsföretagare, och personer som arbetar med att främja företagande bland etniska minoriteter, kan få har redan nämnts tidigare i rapporten. Här följer fler exempel:

### **6.5.1 Outstanding 50 Asian Americans in Business**

Asian American Business Development Center, Inc delar varje år ut priset "Outstanding 50 Asian Americans in Business Award"<sup>26</sup>. Man framhåller själva att det är det största nationella priset för företagare med asiatisk bakgrund. Priset hedrar personer av asiatiskt ursprung som visat utomordentlig ledarskapsförmåga, har vision och har byggt ett framgångsrikt företag. Syftet med priset är att ge ett erkännande till entreprenörer och företagare som bidragit till ekonomin. Prisceremonin utgör ett tillfälle att synas i media.

### **6.5.2 Black Enterprise Financial Fitness Contest**

Black Enterprise Magazine har inrättat en tävling som heter "Financial Fitness Contest"<sup>27</sup>. Vinnarna får var sitt prispaket som består av en timmes konsultation med en finansieringsexpert, 2 000 dollar som kan användas för att öppna ett investeringskonto eller till online värdepappershandel samt en artikel om vinnaren i tidningen Black Enterprise.

<sup>25</sup> [www.anderson.ucla.edu/x663.xml](http://www.anderson.ucla.edu/x663.xml)

<sup>26</sup> [www.aabdc.com/outstanding50](http://www.aabdc.com/outstanding50)

<sup>27</sup> <http://legacy.blackenterprise.com>

### 6.5.3 Anna Maria Arias Memorial Business Fund Awards

Till minne av Latina Style Magazine's grundare delas ett årligt pris ut under benämningen "Anna Maria Arias Memorial Business Fund Awards"<sup>28</sup>.

Tio framstående latinamerikanskor får pris för utomordentlig innovationsförmåga, prestationer och samhällstjänst. Tack vare sponsorföretag och partners från näringslivet så kan en prissumma på 5 000 dollar delas ut till varje utvald latinamerikansk företagare.

Anna Maria Arias blir ihågkommen för hennes drivkraft och arbete för att göra det möjligt för latinamerikanska kvinnor att nå ekonomisk framgång.



---

<sup>28</sup> <http://latina50.latinastyle.com>

## Slutkommentarer

President George W Bush proklamerade i ett officiellt tal med anledning av MED Week 2008 (den största konferensen för minoritetsföretag) att USA måste på nytt förplikta sig att skapa förutsättningar där *alla* kan nå den amerikanska drömmen.

Samhället i USA präglas av **entreprenörskapsanda** och där finns en dynamik och marknad som kan innebära stora möjligheter. Att starta ett eget företag och sedan utveckla det framgångsrikt är för många i minoritetsbefolkningen, liksom för flyktingar och nykomna invandrare, vägen till höjd levnadsstandard och integration i det amerikanska samhället. Det talas om "empowerment" via företagande och affärsverksamhet. *MAKING IT! ® – Minority Success Stories* är ett TV-program i USA som är till för att inspirera minoriteter att förbättra sin egen situation och positivt påverka samhället genom företagande.

De personer som intervjuats för den här rapporten har visat sig vara något av **eldsjälar** som med stor inspiration engagerar sig för att främja företagande bland minoriteter och invandrare, bland andra Nelson Davis som ligger bakom TV-programmet *MAKING IT! ®*. Även hos företag, både minoritetsföretagare och bland övriga företagare, märks ett samhällsengagemang som kan sammanfattas i uttrycket: "If I grow, the community grows!"

Det är dock långt ifrån alla initiativ som motiveras av enbart socialt engagemang. **Etnisk mångfald hanteras på rent affärsmässiga grunder** och ses som något som bidrar till tillväxt hos företag. Även på nationell nivå ses tillväxt bland minoritetsföretag som nödvändigt för att USA ska kunna fortsätta att vara konkurrenskraftigt, vilket uttryckligen framhållits av ledande politiker.

**Samarbeten** mellan organisationer, sponsorföretag, lokala, regionala, delstatliga och federala myndigheter verkar vara mycket vanligt förekommande. Ett evenemang eller en organisation kan sponsras av många. Ofta finns långa listor med sponsorer och logotyperna får slåss om plats på skriftligt material och på webbplatser. Om en organisation ordnar ett evenemang för sina medlemsföretag, bjuds ofta andra partnerorganisationers medlemmar in till ett rabatterat pris. Företag och organisationer söker efter samarbeten som båda vinner på. Intressant är att flera initiativ har ingen offentlig finansiering alls.

Det finns en stor mängd olika initiativ i USA för att främja minoritetsföretag och det märks kreativitet vad gäller nya initiativ. En del av dessa kan säkert vara intressanta och inspirerande för Sveriges del. En stor skillnad mellan USA och Sverige är dock folkmängden och det antal företag som drivs av personer med olika etnisk bakgrund. Marknaden eller målgruppen för olika initiativ, exempelvis tidningar, är i Sverige begränsad. Samordnade insatser för olika grupper kan därför vara en lösning, till exempel TV-program som kan inspirera både ungdomar, kvinnor och invandrare till att starta, driva och utveckla företag.

Förhoppningen är att denna rapport ska kunna ge uppslag, idéer, inspiration, kontakter och ny kunskap för att vidareutveckla och eventuellt initiera nya initiativ i Sverige för att främja företagande bland personer med utländsk bakgrund.

## Referenser

### ***Besök och kontakter***

Linda Smith, Executive Director, Minority Business Opportunity Center, Office of Mayor Antonio Villaraigosa, City Hall, Los Angeles, California

Dennis J. Huang, Executive Director, Asian Business Association, Los Angeles, California

Larissa Ordaz, Operations Manager, Latin Business Association, Los Angeles, California

Nelson Davis, President, and Adrienne Stocker, Marketing Coordinator, Nelson Davis Television Productions, Los Angeles, California

Susanna Park, Program Manager, Media Relations, UCLA Anderson School of Management, Los Angeles, California

Small Business Administration, Glendale, California

Ronald Langston, National Director; Mary Millben, Senior Advisor to the National Director; Raven Jackson and Robin Quinn, Administrative Assistants, Minority Business Development Agency, Washington DC

Tsehaye Teferra, President; Elias Fanta, Loan Officer; Kate Vandermade, Program Specialist; Emmanuel Mpfoyokurera, Loan Officer / IDA & Training Manager, ECDC Enterprise Development Group, Arlington, Virginia (Washington DC area)

### ***Rapporter, böcker och artiklar***

“Characteristics of Minority Businesses and Entrepreneurs – an Analysis of the 2002 Survey of Business Owners”, March 2008, Minority Business Development Agency

“Sampling Minority Business Owners and Their Families: The Understudied Entrepreneurial Experience”, July 2008, Journal of Small Business Management

”Race and Entrepreneurial Success - Black-, Asian-, and White-Owned Businesses in the United States”, September 2008, Robert Fairlie and Alicia Robb

”Race’s Role in Startup Success; A talk with author Robert Fairlie about barriers that blacks and Latinos face in starting businesses and making them thrive”, September 2008, BusinessWeek.com

“Minority business enterprise; Must be a national priority”, Ronald Langston, The Washington Times, September 2008

”Företagande bland kvinnor och etniska minoriteter i USA – Utkast”, Marcus Zackrisson och John Wallon, ITPS

## Bilaga 1: Resurser för minoritetsföretagare

Här följer en förteckning över ett urval av resurser för minoritetsföretag. De organisationer / initiativ / tidningar som omnämns i rapporten markeras med en asterisk\*.

Asian Business Association\*

[www.aba-la.org](http://www.aba-la.org)

Asian Women In Business

[www.awib.org](http://www.awib.org)

Asian Enterprise - Tidning

[www.asianenterprise.com](http://www.asianenterprise.com)

Black Enterprise\* - Tidning

[www.blackenterprise.com](http://www.blackenterprise.com)

Black Women Enterprises

[www.blackwomenenterprises.org](http://www.blackwomenenterprises.org)

Empower Me! – Afroamerikanska kvinnor

[www.empowerme.org](http://www.empowerme.org)

Ethiopian Community Development Council\*

[www.entdevgroup.org](http://www.entdevgroup.org)

EZcertify.com – Information om certifiering

[www.ezcertify.com](http://www.ezcertify.com)

FAME Assistance Corporation\*

[www.famerenaissance.org](http://www.famerenaissance.org)

Hispanic Business\* - Tidning

[www.hispanicbusiness.com](http://www.hispanicbusiness.com)

Hispanic Business Women's Alliance

[www.hbwa.net](http://www.hbwa.net)

Hispanic SMB

[www.hbwa.net](http://www.hbwa.net)

Indian Business & Professional Women

[www.ibpw.net](http://www.ibpw.net)

Latin Business Association (LBA)\*

[www.lbausa.org](http://www.lbausa.org)

LATINA Style Magazine\* - Tidning

[www.latinastyle.com](http://www.latinastyle.com)

Los Angeles Minority Business Enterprise Center (LA MBEC)\*

[www.losangelesmbec.org](http://www.losangelesmbec.org)

Los Angeles Minority Business Opportunity Center (LA MBOC)\*  
[www.lamboc.org](http://www.lamboc.org)

Making IT\* - TV-program av Nelson Davis  
[www.makingittv.com](http://www.makingittv.com)

Minority Chamber of Commerce\*  
[www.minoritychamber.net](http://www.minoritychamber.net)

Minority Business Development Agency (MBDA)\*  
[www.mbda.gov](http://www.mbda.gov)

Minority Business Enterprise Legal Defense and Education Fund  
[www.mbeldef.org](http://www.mbeldef.org)

Minority Business Entrepreneur\* - Tidning  
[www.mbemag.com](http://www.mbemag.com)

Minority Business News  
[www.mbnusa.biz](http://www.mbnusa.biz)

National Black Chamber of Commerce  
[www.nationalbcc.org](http://www.nationalbcc.org)

National Center for American Indian Enterprise Development  
[www.ncaied.org](http://www.ncaied.org)

National Minority Business Council  
[www.nmbc.org](http://www.nmbc.org)

National Minority Supplier Development Council\*  
[www.nmsdcus.org](http://www.nmsdcus.org) <http://msdc.adaptone.com/nmsdc/app/template/Index.vm>

Native American Marketing and Development Corporation  
[www.namcorinc.com](http://www.namcorinc.com)

New America Alliance (NAA) - Latinoföretagare  
[www.naaonline.org](http://www.naaonline.org)

SCORE\* - Utbildning och rådgivning för småföretagare, stöds av SBA  
[www.score.org](http://www.score.org) [www.score.org/minority.html](http://www.score.org/minority.html) [www.score.org/hispanic.html](http://www.score.org/hispanic.html)

Small Business Administration (SBA)\*  
[www.sba.gov](http://www.sba.gov)

Small Business Television (SBTV)\*  
[www.sbtv.com](http://www.sbtv.com)

**SME Toolkit** - IBM och IFC gratis programvara för minoritetsföretagare  
<http://us.smetoolkit.org/us/en>

United States Hispanic Chamber of Commerce (USHCC)  
[www.usbcc.com](http://www.usbcc.com)