2010-12-16

**Kulturens rödluvor hjälplösa inför den kommersiella vargen**

Under femton år har Ulla-Lisa Thordén arbetat med att hjälpa kulturskapare som saknat de mest grundläggande kunskaperna om företagande och hur man ska kunna leva på sin kreativa verksamhet. Hon har nyligen utkommit med boken "Luspank och idérik", en praktisk guide om företagandets och säljandets konst för alla som arbetar med ord, bild, ton, ljud, ljus eller en kombination av olika kulturella uttrycksmedel.

I Sverige utbildar vi tusentals kulturskapare varje år. De har lika lång utbildning som tandläkare, dataprogrammerare eller lärare - ibland längre. Problemet är att utbildningen i de flesta fall saknar alla inslag av att förbereda kulturskaparna på livet efter utbildningen. Att efter fem års utbildning fortfarande inte kunna omsätta sina kunskaper i en tuff, kommersiell verklighet är som att släppa ut en treåring i trafiken och önska lycka till.

Var finns då kulturskaparnas arbetsmarknad? Ingen erbjuder guldkantade kontrakt eller utspända fallskärmar efter väl förrättat värv. Politiker värnar om de redan anställda och har gjort så under hela 1900- och 2000-talet. Vem värnar om de nya, högutbildade kulturskaparna? Ingen – utom den enskilde kulturskaparen själv. Det finns heller inga tunga fackföreningar som tillvaratar deras intressen, ingen avtalsrörelse, inga årliga lönepåslag. Ingen a-kassa, oftast ingen sjukpenning eller föräldrapenning att räkna med, eftersom Försäkringskassan saknar blanketter för ojämn inkomstfördelning över tid. Inga politiker vädjar till dem i valtider.

Den bittra verkligheten för de flesta är att man inte får fast jobb inom sitt specialområde. Och därmed är man utelämnad till sin egen försörjning och blir en högst ofrivillig företagare, trots att man inte fått ett uns utbildning i dessa livsviktiga frågor. På HDK i Göteborg finns det en kurs som tar upp några av dessa frågor, men eftersom den är frivillig hoppar ca 70 % av eleverna över den. Har vi råd med detta omåttliga slöseri med kompetens?

Under fem år har en designer tillägnat sig den materiella kunskapen kring sitt valda område. Men ingen tid har ägnats åt att lära sig hur man driver ett projekt, hur man formulerar sin kompetens så att en tänkbar kund vill ge designern ett uppdrag, hur man finner kunder, hur man marknadsför och säljer in sin unika kompetens, hur man sätter pris på sin kunskap, hur man förhandlar, hur man formulerar ett avtal kring samarbete, hur man sköter sin fakturering, sin moms, sin skatt, sin deklaration etc.

Läs mer om ”Idérik och luspank” på www.Liber.se

Ulla-Lisa Thordén är jur kand, driver företaget Republic Consulting AB, är en av tolv EU ambassadörer för kvinnors företagande utsedd av Tillväxtverket 2009, har publicerat fem böcker, varav ”Sälj dig själv och ta betalt” blev årets säljbok 2005.