



Medfinansieret af
Den Europæiske Union



Danmarks
Erhvervsfremmebestyrelse

Virksomhedsprogrammet II

Erhvervshusene

Marts 2025

Version: 1.0

IRISgroup

Pluss.

Projektnummer	008, 009, 010, 011, 012, 024
Version	1.0
Udgivelsesdato	10.03.25
Udarbejdet af	AAC, HMF, LE, RLF, FMP
Kontrolleret af	FMP

INDHOLD

Indledning.....	5
1 Sammenfatning	6
1.1 Tværgående konklusioner	6
1.2 Anbefalinger til at styrke Virksomhedsprogrammet	8
1.3 Anbefalinger til fremtidig prioritering af midler	11
2 Profil af brugerne af Virksomhedsprogrammet II.....	15
2.1 Brugernes fordeling på erhvervshusregioner	16
2.2 Brugernes branchefordeling.....	17
2.3 Brugernes størrelsesfordeling.....	18
2.4 Brugernes aldersfordeling	19
2.5 Anvendelse af Virksomhedsprogrammet	20
2.6 Erfaring med erhvervsfremmesystemet	22
2.7 Oplevelse af processen	25
2.8 Forbedringer	28
3 SMV:Digital	31
3.1 Kort intro til SMV:Digital	31
3.2 Fremdrift på indikatorer.....	32
3.3 Deltagerne i SMV:Digital.....	33
3.4 Værdiskabelse for målgruppen	36
3.5 Programmets design og virkemidler	39
3.6 Administration og proces.....	41
3.7 Samspil med økosystemet	43
3.8 Anbefalinger	44
4 SMV:Grøn	46

4.1 Kort intro til SMV:Grøn	46
4.2 Fremdrift på indikatorer	47
4.3 Deltagerne i SMV:Grøn	48
4.4 Værdiskabelse for målgruppen	50
4.5 Programmets design og virkemidler	52
4.6 Administration og proces	54
4.7 Samspil med økosystemet	56
4.8 anbefalinger	57
5 SMV:Grønne kompetencer	59
5.1 Kort intro til SMV:Grønne kompetencer	59
5.2 Fremdrift på indikatorer	60
5.3 Deltagerne i SMV:Grønne kompetencer	61
5.4 Værdiskabelse for målgruppen	63
5.5 Programmets design og virkemidler	66
5.6 Administration og proces	70
5.7 Samspil med økosystemet	71
5.8 anbefalinger	72
6 SMV:Eksport	74
6.1 Kort intro til SMV:Eksport	74
6.2 Fremdrift på indikatorer	75
6.3 Deltagerne i SMV:Eksport	76
6.4 Værdiskabelse for målgruppen	78
6.5 Programmets design og virkemidler	80
6.6 Administration og proces	82
6.7 Samspil med økosystemet	84
6.8 anbefalinger	84
7 SMV:Vækstpilot	86

7.1 Kort intro til SMV:Vækstpilot.....	86
7.2 Fremdrift på indikatorer.....	87
7.3 Deltagerne i SMV:Vækstpilot.....	89
7.4 Værdiskabelse for målgruppen	90
7.5 Programmets design og virkemidler	92
7.6 Administration og proces.....	95
7.7 Samspil med økosystemet	96
7.8 Anbefalinger	97
8 SMV:PRO.....	99
8.1 Kort intro til SMV:PRO.....	99
8.2 Fremdrift på indikatorer.....	100
8.3 Deltagerne i SMV:PRO	102
8.4 Værdiskabelse for målgruppen	104
8.5 Programmets design og virkemidler	106
8.6 Administration og proces.....	108
8.7 Samspil med økosystemet	110
8.8 Anbefalinger	110
9 Metodebeskrivelse	112

Indledning

Denne rapport præsenterer resultaterne fra midtvejsevalueringen af Virksomhedsprogrammet II. Virksomhedsprogrammet består af seks spor, som giver tilskud til, at SMV'er kan købe ekstern rådgivning eller kompetenceudvikling inden for forskellige temaer; at SMV'er kan investere i udstyr eller certificeringer, der understøtter et cirkulært projekt; og at SMV'er kan ansætte en vækstpilot. De seks spor er:

- SMV:Digital
- SMV:Grøn
- SMV:Grønne kompetencer
- SMV:Eksport
- SMV:PRO
- SMV:Vækstpilot

Virksomhedsprogrammet blev oprindeligt igangsat med midler fra REACT-EU, og er i dag en signaturindsats for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse (DEB), der i 2022 bevilgede 428,4 mio. kr. fra Regionalfonden, Socialfonden Plus og finansloven til at videreføre programmet indtil udgangen af 2025. I den forbindelse blev Virksomhedsprogrammet udvidet med sporene SMV:PRO og SMV:Grønne kompetencer.

DEB besluttede i 2024 at videreføre dele af Virksomhedsprogrammet efter 2025, men der forventes fremadrettet at være behov for yderligere tilpasninger af programmet med henblik på at skabe størst mulig effekt med de tilgængelige midler.

Formålet med midtvejsevalueringen er at dokumentere, hvordan Virksomhedsprogrammet fungerer (programniveauet), hvem der benytter det (porteføljeniveauet), hvilket udbytte det skaber for deltagerne (målgruppeniveauet), samt hvordan det spiller sammen med andre indsatser og aktører i erhvervsfremmesystemet (økosystemniveauet). Midtvejsevalueringen bidrager dermed til at skabe et kvalificeret vidensgrundlag til sammensætningen af fremtidens Virksomhedsprogram, og der bliver også opstillet en række anbefalinger til, hvordan programmet kan justeres og forbedres.

IRIS Group og Pluss har gennemført evalueringen på vegne af Erhvervsstyrelsen fra sommeren 2024 til vinteren 2024/25. Datagrundlaget består af mere end 100 interviews med deltagervirksomheder brugere, ikke-brugere, vækstpiloter, rådgivere, forretningsudviklere, erhvervshuse (projektholdere) og andre aktører i økosystemet. Dertil kommer en spørgeskemaundersøgelse besvaret af alle virksomheder, der har afsluttet et forløb i Virksomhedsprogrammet II, samt registerdata fra erhvervshusene med informationer om ansøgere og bevilningsmodtagere. Evalueringens metode og datagrundlag er uddybet i bilag 1.

Evalueringsrapporten består af otte hovedkapitler. Kapitel 1 indeholder en sammenfatning af de vigtigste konklusioner og anbefalinger fra midtvejsevalueringen. Kapitel 2 giver indblik i, hvad der kendetegner brugerne af Virksomhedsprogrammets seks spor, og hvilket overordnet udbytte de har fået af deres deltagelse. Kapitel 3-8 indeholder en nærmere evaluering af hvert af Virksomhedsprogrammets seks spor. Hvert af disse kapitler indeholder en kort introduktion til sporet, en status på fremdriften i forhold til de aftalte måltal, samt afsnit om brugerne, sporets design og værdiskabelse, og brugernes oplevelse af brugerrejsen. Hvert kapitel afsluttes med anbefalinger og forbedringsforslag til det specifikke spor.

1 Sammenfatning

Dette kapitel sammenfatter tværgående konklusioner og anbefalinger fra midtvejsevalueringen af Virksomhedsprogrammet II. Sammenfatningen består af tre dele. Først præsenterer vi de vigtigste tværgående konklusioner fra evalueringen. Dernæst præsenterer vi anbefalinger til, hvordan det eksisterende design af Virksomhedsprogrammet kan styrkes. Endelig præsenterer vi anbefalinger til, hvordan midlerne til Virksomhedsprogrammet fremover kan prioriteres.

1.1 Tværgående konklusioner

Mange superbrugere af erhvervsfremmesystemet blandt deltagerne

Den typiske bruger af Virksomhedsprogrammet er en etableret dansk SMV inden for industri, transport eller engroshandel med enten 1-10 ansatte eller 11-50 ansatte, der tidligere har modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet. Konkret viser midtvejsevalueringen, at cirka to tredjedele af deltagervirksomhederne har modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet før Virksomhedsprogrammet II, og at 39 % af bevillingsmodtagerne har fået mere end én bevilling fra Virksomhedsprogrammet I og II. En væsentlig andel af deltagerne kan således karakteriseres som superbrugere af erhvervsfremmesystemet og Virksomhedsprogrammet. Der er især mange superbrugere blandt deltagerne i SMV:Grøn, mens der er flere mindre erfarne brugere i SMV:Digital.

Erhvervshusene er den primære indgang til Virksomhedsprogrammet

Midtvejsevalueringen viser, at langt størstedelen af deltagerne har fået kendskab til Virksomhedsprogrammet gennem erhvervshusene og deres nyhedsbreve. Relativt få har hørt om programmet via andre kanaler som fx deres lokale erhvervsservice eller brancheorganisationer. Da det i flere af sporene ikke er en udfordring at rekruttere virksomheder, er det umiddelbart ikke et problem for sporenes fremdrift, at rekrutteringen foregår gennem relativt få kanaler. Vi vurderer dog, at den anvendte rekrutteringsstrategi er med til at sikre, at det især er de eksisterende brugere af erhvervshusenes og erhvervsfremmesystemets tilbud, der anvender Virksomhedsprogrammet. For SMV:Grøn og SMV:Grønne kompetencer kan en udvidelse af rekrutteringskanalerne formentlig bidrage til, at de kan nå de opstillede måltal.

Deltagerne oplever stort udbytte og værdi af Virksomhedsprogrammet

Generelt oplever virksomhederne, at de får et stort udbytte af at deltage i Virksomhedsprogrammet. Alle sporene er på hver deres måde med til at styrke virksomhedernes forudsætninger for yderligere udvikling og arbejde med fx grøn omstilling, eksport, digitalisering mv. Flere af sporene (især SMV:Digital og SMV:Vækstpilot) skaber også synlige forbedringer. Konkret vurderer hele 80 % ved afslutningen af forløbet, at deres deltagelse i Virksomhedsprogrammet allerede har haft (37 %) eller vil få (43 %) en positiv betydning for deres produktivitet. Derudover vurderer to tredjedele af alle deltagerne, at de enten har oplevet eller vil opleve forbedringer i deres bæredygtighed på grund af Virksomhedsprogrammet. Det er ikke overraskende særligt deltagerne i SMV:Grøn og SMV:Grønne kompetencer som oplever eller forventer forbedringer i deres bæredygtighed.

Vouchers er et efterspurgt virkemiddel

Det primære virkemiddel i Virksomhedsprogrammet er vouchers til køb af eksternt

rådgivning, kompetenceudvikling, investering samt tilskud til ansættelse af en vækstpilot. Generelt vurderer vi, at vouchers er et effektivt virkemiddel. De giver SMV'erne mulighed for en skræddersyet 1:1 indsats, hvilket de i høj grad efterspørger. Denne efterspørgsel er både tydelig i vores interviews og i antallet af ansøgere til Virksomhedsprogrammet. Samtidig er vouchers et relativt enkelt virkemiddel, som både indebærer et potentiale for at rekruttere mindre erfarne brugere af erhvervsfremmesystemet (som ikke har ressourcer til at deltage i længerevarende forløb) og giver mulighed for relativt lave administrationsudgifter. Den høje andel af superbrugere blandt deltagerne i Virksomhedsprogrammet indikerer dog, at erhvervshusene i relativt begrænset omfang indfrier potentialet i virkemidlet for at få flere mindre erfarne brugere af erhvervsfremmesystemet som deltagere.

På den baggrund – og fordi kontinuitet er med til at understøtte rekruttering, kendskabsgraden og lave administrationsomkostninger – vurderer vi, at vouchers også fremadrettet bør være det primære virkemiddel i Virksomhedsprogrammet, men at Erhvervsstyrelsen kan overveje, om en fortsættelse af Virksomhedsprogrammet skal have et større fokus på mindre erfarne brugere (jf. anbefaling 6).

Voucherstørrelse og støtteprocent er hensigtsmæssig

Midtvejsevalueringen viser, at det gennemsnitlige tilsagn i hvert af sporene (bortset fra i SMV:PRO og SMV:Grøn) er tæt på det maksimalt mulige tilsagn, og at der generelt er relativt lille variation i tilsagnene inden for hvert spor. Samtidig er næsten alle SMV'er enige eller meget enige i, at tilskuddet har været afgørende for købet af rådgivning, købet af kompetenceudvikling, eller ansættelsen af en vækstpilot, ligesom hovedparten af SMV'erne angiver, at deres deltagelse har bidraget til, at de allerede ved forløbets afslutning har igangsat/gennemført konkrete tiltag. Disse resultater indikerer, at tilskuddet har bidraget til at fremskynde og kvalificere udviklingstiltag i virksomhederne, hvilket også bekræftes i vores interviews. Konkret fremhæver de interviewede virksomheder, at tilskuddet fungerer som katalysator for at komme i gang med nye udviklingstiltag, da et tilskud gør udviklingsprojekter nemmere at sælge internt i virksomhederne, og da tilskuddet naturligt medfører et afgrænset forløb, som gør det nemmere at prioritere udvikling i en travl hverdag.

På den baggrund vurderer vi, at voucherstørrelsen og støtteprocenten ligger på et passende niveau, der både giver virksomhederne incitament til at deltage og understøtter deres engagement i forløbene. Vi vurderer dog også, at det givet den høje efterspørgsel er muligt at lave en mindre reduktion i støtteprocenten for at få midlerne til at række længere (uddybes i anbefaling 9).

Udfordrende brugerrejse – særligt i de grønne programmer

På trods af at virksomhederne, som tidligere nævnt, generelt oplever stort udbytte af Virksomhedsprogrammet, angiver kun cirka halvdelen (54 %), at udbyttet i høj eller meget høj grad stod mål med de administrative krav. Dette indikerer, at en væsentlig andel af virksomhederne oplever de administrative krav som værende for høje. Især deltagerne i de to "grønne programmer" (SMV:Grønne kompetencer og SMV:Grøn) er utilfredse med brugerrejsen, men også i de øvrige spor oplever flere virksomheder brugerrejsen som administrativt krævende.

Virksomhederne – særligt de mindre erfarne brugere – oplever generelt ansøgningsprocessen som værende tung. De oplever fx, at de skal bruge bestemte ord i ansøgningen (herunder engelske begreber, som de ikke bruger i hverdagen, eller den rette

bæredygtighedslingo), før den går igennem, og at ansøgningen nemt bliver en 'teoretisk beskrivelse'. I forlængelse heraf oplever virksomhederne gennemgående ikke OnlineLegat som værende brugervenligt. De fremhæver filer der ikke kan uploades, manglende overblik over hvor de er, ingen telefonsupport mv. Foruden selve ansøgningsprocessen oplever flere virksomheder markedsafsøgningen som tung, ligesom flere virksomheder er i tvivl om formålet med den dokumentation, de skal levere.

Givet disse udfordringer er det også tydeligt, at erhvervshusenes sparring og vejledning er afgørende for at afklare virksomhedernes behov, udarbejde en ansøgning og sikre at virksomhederne kommer godt igennem deres forløb. Det er en forudsætning i programmet, at erhvervshusene kan hjælpe virksomhederne igennem ansøgningsprocessen og forløbet, men vi vurderer også, at det ville være hensigtsmæssigt, hvis processen var mere enkel og behovet for sparring dermed mindre (uddybes i anbefalingerne 1-4).

1.2 Anbefalinger til at styrke Virksomhedsprogrammet

Vi vurderer, at det er muligt at styrke Virksomhedsprogrammet på en række områder. Nedenfor præsenterer vi otte anbefalinger. Anbefalingerne har forskellige hensyn og kan i nogle tilfælde trække i forskellige retninger. Når anbefalingerne skal omsættes i praksis, skal Erhvervshusene og ERST derfor være opmærksomme på at prioritere og balancere anbefalingerne forskellige hensyn op mod hinanden.

Hovedparten af anbefalingerne er relateret til en forenkling af brugerrejsen (herunder ansøgningsproces, markedsafsøgning og dokumentation). Det er væsentligt at forenkle brugerrejsen, da flere virksomheder oplever brugerrejsen som værende udfordret. Dette er en fælles opgave for ERST og erhvervshusene. Det er vigtigt, at det administrative setup i Virksomhedsprogrammet gøres mere enkelt, hvis operatøren (pt. erhvervshusene) skal bruge færre ressourcer på administration end aktuelt er tilfældet, uden at det påvirker rekrutteringen og kvaliteten af ansøgningerne negativt.

1. Ansøgningsprocessen bør gøres mere enkel

Hvis virksomhederne i højere grad selv skal kunne gennemføre ansøgningsprocessen uden understøttelse fra erhvervshusene er det nødvendigt at forsimple ansøgningsprocessen. Konkret tjener ansøgningsprocessen to formål: 1) Den skal fremme, at virksomhederne får tænkt sig godt om ift. deres behov, og 2) den skal give erhvervshusene grundlag for at vurdere, om ansøgningen lever op til kravene for tilsagn. Særligt når tilsagn i flere spor er baseret på først-til-mølle vurderer vi ikke, at ansøgningsskemaerne kan forenkles.

Vi anbefaler, at erhvervshusene i en fælles indsats tænker indholdet i ansøgningsskemaet forfra med ovenstående to formål in mente. Herunder, at erhvervshusene er 1) opmærksomme på at anvende mindre akademisk sprog i ansøgningsformularen, 2) at erhvervshusene overvejer om dele af ansøgningsformularen kan ændres til multiple choice med lukkede svarmuligheder, og 3) at erhvervshusene overvejer, om de i endnu højere grad kan gøre brug af 'rådgivningspakker' for at forenkle ansøgningen. Vi anbefaler også, at erhvervshusene overvejer at anvende kunstig intelligens i behandlingen af ansøgninger på baggrund af vurderingskriterier og tidligere vurderinger foretaget af erhvervshuskonsulenter. Flere private fonde arbejder allerede med kunstig intelligens for at reducere ressourcer brugt på at vurdere ansøgninger, hvorfra der sandsynligvis kan hentes inspiration.

2. Styrk brugervenligheden i OnlineLegat

Midtvejsevalueringen viser, at der er udfordringer med brugervenligheden af OnlineLegat. Hvis disse udfordringer bliver adresseret, vil det frigive tid til både virksomhederne og erhvervshuskonsulenter. Sidstnævnte bruger aktuelt mange ressourcer på at hjælpe virksomhederne med at håndtere udfordringerne. Konkret anbefaler vi, at erhvervshusene:

- adresserer udfordringer med at uploade filer i OnlineLegat
- sikrer opdaterede vejledninger til OnlineLegat, som stemmer overens med den faktiske opsætning
- overvejer om det er muligt at samle data om flergangsbrugere, så de ikke skal indrapportere de samme data flere gange
- overvejer om der kan tilføjes en automatisk gemmefunktion
- overvejer at fjerne minimumskrav for antal ord i projektbeskrivelsen;
- generelt overvejer hvordan OnlineLegat kan gøres mere brugervenligt, så det f.eks. er nemmere at få et overblik over, hvor langt man er i ansøgningen.

I tråd med denne anbefaling har erhvervshusene for nyligt nedsat en arbejdsgruppe, som skal se på muligheder for at styrke brugervenligheden af OnlineLegat. Det er også en mulighed at erstatte OnlineLegat med et andet system, hvis det enten ikke er muligt eller er for ressourcetungt at foretage ændringer i OnlineLegat.

3. Undersøg mulighederne for at gøre markedsafsøgningen mere fleksibel

Brugerrejsen for Virksomhedsprogrammet er aktuelt en stop-go-proces. Først indsender virksomhederne en ansøgning, som de afventer svar på. Derefter starter processen med markedsafsøgning. Denne skal godkendes, hvilket betyder at der går endnu længere tid, før de kan komme i gang. Samtidig har flere virksomheder allerede valgt en rådgiver eller vækstpilot, når de går ind forløbet. For disse virksomheder bliver markedsafsøgningen ofte en pseudo-proces, som både spilder virksomhedernes og rådgivernes tid.

Samtidig er markedsafsøgningen medvirkende til, at virksomhederne får gennemtænkt deres behov, og vi har i interviewene flere eksempler på virksomheder, som ville ønske, at de havde gjort mere ud af deres markedsafsøgning, da deres rådgiver/vækstpilot (fundet via netværk) viste sig at være et dårligt match. Derfor hverken kan eller bør markedsafsøgningen fjernes fra brugerrejsen.

Vi anbefaler dog, at erhvervshusene overvejer muligheden for at gøre markedsafsøgningen mere fleksibel.

4. Vær tydelig om formålet med dokumentation – og gør den mindre hvor muligt

Midtvejsevalueringen viser, at mange virksomheder oplever, at der er en stor dokumentationsbyrde forbundet med at deltage i Virksomhedsprogrammet. Flere af disse virksomheder er også i tvivl om, hvad dokumentationen skal bruges til, og om de fx kan komme til at skrive noget, som har betydning for, om de kan få 'deres' penge. Vi anbefaler, at erhvervshusene i højere grad kommunikerer tydeligt til virksomhederne om, hvad formålet med dokumentation og afsluttende produkter er (fx Grøn plan i SMV:Grøn og udviklingsplanen i SMV:PRO). Herunder skal det være tydeligt for virksomheder, om dokumentationen og produkterne er til for virksomhedernes egen skyld eller for projektets skyld. Hvis dokumentationen er til for projektets skyld, er det dernæst vigtigt, at erhvervshusene kommunikerer tydeligt om, hvad oplysningerne skal bruges til.

I forlængelse heraf anbefaler vi også, at erhvervshusene overvejer, om dokumentationen kan mindskes. Fx i SMV:Grøn hvor vi har indtryk af, at det er et stort arbejde for virksomhederne at estimere CO2-effekter i Grøn plan. Så stort et arbejde at nogle virksomheder vælger at angive, at deres forløb ikke har bidraget til CO2-effekter, selvom der i virkeligheden er CO2-effekter. Her er det væsentligt at overveje, om virksomhedernes indsats med at estimere CO2-effekter står mål med det, som estimerne skal bruges til. Vi vurderer under alle omstændigheder, at det er vanskeligt for virksomhederne at komme med præcise CO2-estimer på egen hånd. Hvis det er vigtigt med præcise CO2-estimer, anbefaler vi, at det i højere grad bliver en fast del af forløbene, så virksomhederne kan få hjælp af deres rådgiver til at udfylde Grøn plan.

5. Kommuniker tydeligere om hvad erhvervshusene gør for at gøre deltagelsen nem

I takt med at udfordringerne i brugerrejsen bliver adresseret, er det også vigtigt, at erhvervshusene kommunikerer om, at ansøgningsprocessen m.v. er blevet nemmere. Der er en fortælling blandt flere virksomheder om, at det er svært og bureaukratisk at søge og modtage midler. Vi anbefaler derfor, at erhvervshusene arbejder på at have flere cases viser, hvordan virksomheder har grebet de administrative processer og især markedsafsøgningen an. Der er allerede temapakker og cases på Virksomhedsprogrammets hjemmeside med fokus på indhold og udbytte af forløbene. Det er fint, men mange virksomheder afholder sig fra at gå ind i programmerne, fordi de frygter for de administrative byrder. Derfor er det også en god idé at fremhæve eksempler på, hvordan andre virksomheder er kommet nemt og ubureaukratisk gennem forløbene.

6. Øget fokus på uerfarne brugere af erhvervsfremmesystemet

Der er høj efterspørgsel efter alle sporene, med undtagelse af SMV:Grøn og SMV:Grønne kompetencer, hvorfor det generelt ikke er en udfordring at rekruttere virksomheder. Vi oplever dog, som tidligere nævnt, at en stor del af deltagerne i Virksomhedsprogrammet er superbrugere, og at erhvervshusene i relativt begrænset omfang realiserer potentialet i virkemidlet for at nå bredere ud til virksomheder med begrænset erfaring med erhvervsfremmesystemet (uerfarne brugere). Det er relevant at få uerfarne brugere ind i erhvervsfremmesystemet af flere grunde. For det første bidrager det til at sikre, at erhvervsfremmesystemet er til gavn for en større del af den danske virksomhedspopulation og derfor alt andet lige også til opbakningen til systemet. For det andet vil erhvervsfremmesystemet formentlig kunne gøre en relativt stor forskel for de uerfarne brugere, som ikke er vant til at trække på eksterne input til at adressere deres udfordringer. Derfor forventer vi også, at Virksomhedsprogrammets merværdi alt andet lige vil være stor for uerfarne brugere. For det tredje kan et program som Virksomhedsprogrammet ved at få uerfarne brugere med også henvise til andre tilbud i erhvervsfremmesystemet – og dermed både sørge for at virksomhederne får øjnene op for mulighederne i erhvervsfremmesystemet, og at de mange programmer i systemet ikke bruger unødigt mange ressourcer på rekruttering til deres ellers gennemtænkte tilbud.

Vi anbefaler derfor, at erhvervshusene i dialog med Erhvervsstyrelsen overvejer, om en del af midlerne i de enkelte spor i den resterende programperiode skal reserveres til uerfarne brugere af erhvervsfremmesystemet. Disse virksomheder er alt andet lige sværere at rekruttere. Hvis Virksomhedsprogrammet i højere grad skal nå ud til dem, vurderer vi, at det er nødvendigt at afsætte flere ressourcer til markedsføring og nye rekrutteringstiltag, samt at dette så vidt muligt udmøntes decentralt og gennem direkte dialog med målgruppen. Det kan fx være gennem "callcentre" i samarbejde med den lokale erhvervsservice, udvalgte

rådgivere og evt. brancheorganisationer, hvor der gennem kvalificeret sparring er tid og resourcer til at afdække virksomhedernes behov og potentialer i forhold til at deltage i sporene. Det er i den forbindelse naturligvis afgørende, at der også etableres en incitamentsstruktur, som understøtter dette, og at der dermed afsættes/flyttes særskilte midler til den decentrale og håndholdte rekrutteringsindsats.

7. Styrk overgangen til andre programmer

Mange af deltagerne i erhvervsfremmesystemet er superbrugere, som ofte har deltaget i flere af sporene. Vi har dog indtryk af, at det ofte er lidt tilfældigt, om virksomhederne ender med at deltage i andre spor, og at det sjældent er med udgangspunkt i en samlet plan for virksomhedens udvikling. Vi anbefaler derfor, at erhvervshusene i deres indledende dialoger med virksomhederne er mere opmærksomme på at lave en samlet plan for virksomhederne. Særligt i SMV:Eksport er der også potentiale for i den indledende dialog med virksomheder at gøre dem opmærksomme på eksportfremmeindsatser i regi af Trade Council, som kan hjælpe virksomhederne med at eksekvere på deres planer, hvis de falder inden for Trade Councils prioriterede sektorområder.

8. Reducér tilbageløbet af midler

Flere af vores anbefalinger vil alt andet lige også bidrage til at reducere tilbageløbet. Vi vurderer, at særligt følgende forhold er med til at reducere tilbageløbet.

- 1) Virksomhederne er klare på deres behov (de er erkendte).
- 2) Virksomhederne har lavet en grundig markedsafsøgning
- 3) Det er nemt at timeregistrere (så virksomhederne registrerer alle deres nødvendige timer)
- 4) Der er en tydelig forventningsafstemning med virksomhederne om de administrative krav, så de ikke kommer som en overraskelse for virksomhederne
- 5) Der er kort tid fra tilsagn til projektstart, da dette mindsker risikoen for, at virksomheder eller vækstpiloter springer fra i ventetiden. F.eks. kan man gøre som i SMV:PRO, hvor tilsagnet først gives, når aftalen med den eksterne rådgiver er fastsat.

Vi anbefaler, at erhvervshusene overvejer, om de kan gøre noget for at sikre disse forhold for derigennem at reducere tilbageløbet. F.eks. kan erhvervshusene med fordel være tydelig om formålet med dokumentation (jf. anbefaling #4), overveje at gøre markedsafsøgningen mere fleksibel (jf. anbefaling #3) og fokusere indsatsen på virksomheder med erkendte behov (jf. anbefaling #10 nedenfor). Derudover er det vigtigt, at erhvervshusene – og fremadrettede operatører på VP III - løbende og særligt ifm. opstarten forventningsafstemmer med virksomhederne om, hvad det indebærer at deltage i de enkelte spor.

1.3 Anbefalinger til fremtidig prioritering af midler

Det er et vilkår for Virksomhedsprogrammet III, at der er færre midler end tidligere til rådighed. I dette afsnit kommer vi derfor med anbefalinger til, hvordan midlerne fremadrettet kan prioriteres for at skabe størst mulig effekt. Da operatørerne til VP III findes i forbindelse med annonceringen i 2025, refererer vi i de fremadrettede anbefalinger neutralt til operatøren.

9. Sænk støtteprocenten på rådgivningsvouchers

Som tidligere nævnt, vurderer vi generelt, at voucherstørrelsen og støtteprocenten er hensigtsmæssig. Givet den høje efterspørgsel efter sporene og den høje merværdi forbundet med tilskuddet, vurderer vi dog også, at det er muligt at lave en mindre reduktion af støtteprocenten en uden, at det vil have stor indflydelse på merværdien og udbyttet. Dette særligt hvis Virksomhedsprogrammet også i højere grad bliver fokuseret på erkendte behov, hvor virksomhederne kan se en tydelig fordel i enden af forløbet, jf. anbefaling 10 nedenfor. På den baggrund anbefaler vi, at støtteprocenten på rådgivningsvouchers sænkes fra 50 % til 40 %, mens støtteprocenten på investeringsvouchers fastholdes på 25 %.

10. Fokuser på virksomheder med erkendte behov

Vouchers er et særligt velegnet virkemiddel til at adressere virksomhedernes erkendte behov. Når virksomhederne har erkendte behov, er de mere klare i deres forventninger og markedsafsøgning, og erhvervshusene har ikke så stort et behov for indledende behovsafklaring og modning, som kræver ressourcer. I flere af sporene anvendes vouchers aktuelt også til virksomheder med ikke-erkendte behov, hvorfor erhvervshusene bruger meget tid på individuel behovsafklaring forud for og undervejs i ansøgningsprocessen (særligt i SMV:Eksport, SMV:PRO og SMV:Grøn). Det udfordrer rammerne for Virksomhedsprogrammet.

Vi anbefaler på den baggrund, at Virksomhedsprogrammet fremadrettet primært bliver fokuseret på virksomheder med erkendte behov. Det vil både være med til at sænke de anvendte administrative ressourcer hos operatørerne, og bidrage til en afgrænsning af målgruppen. Vi anerkender, at modning og dialog er vigtigt for at få flere virksomheder ind i erhvervsfremmesystemet, og at der også ofte er størst merværdi forbundet med at hjælpe umodne virksomheder i gang. Men denne proces kan gennemføres mere ressourceeffektivt via kollektive aktiviteter, gennem operatørernes løbende virksomhedsdialoger under deres basisbevilling, eller ved i højere grad at aktivere de lokale erhvervsservices i rekrutteringen. I det omfang modning fortsat skal være en del af Virksomhedsprogrammet, anbefaler vi, at modningen gennemføres med mere kollektive aktiviteter inden for Virksomhedsprogramets rammer.

11. Afgræns målgruppen nærmere, så færre kan søge

Når der fremover er færre midler til rådighed i Virksomhedsprogrammet, bliver det endnu vigtigere for programmets effektskabelse, at de 'rigtige' virksomheder kommer med. Det er derfor vigtigt at overveje, hvad operatørerne kan gøre for at sikre dette, uden samtidig at øge ressourcerne til administration markant. Aktuelt anvendes først-til-mølle i flere af sporene, hvilket bidrager til at holde administrationsudgifterne nede. Vi anbefaler, at denne udvælgelsesproces fortsætter. Vi anbefaler dog også, at det overvejes at:

- 1) opstille flere relevante minimumskrav. Fx kan operatørerne overveje at stille større krav til virksomhedernes kapacitet i ansøgningen, så flere mindre virksomheder uden eksekveringsressourcer sorteres fra.
- 2) lave udvalgte vurderingskriterier om til minimumskrav

I det omfang operatørerne fremover prioriterer midler til uerfarne brugere af erhvervsfremmesystemet, kan det være relevant at overveje, om minimumskravene til denne type brugere skal være lavere, end for de mere etablerede og erfarne brugere.

12. Reducér antallet af spor

Selvom vi vurderer, at ovenstående anbefalinger vil bidrage til, at de tilgængelige midler i Virksomhedsprogrammet III vil række længere, vurderer vi også, at det er nødvendigt at reducere antallet af spor. Dette skyldes, at vi vurderer, at det er bedre at fokusere indsatsen på færre områder, end at sprede den tyndt ud, når målet er at skabe størst mulig effekt. Det indebærer også et behov for at træffe svære valg og fravalg. Valg der afhænger af, hvilke hensyn der lægges til grund.

Et hensyn er **politisk aktualitet og prioritering**. Virksomhedsprogrammet er skrevet ind i Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses strategi 2024-2027 som en signaturindsats, og alle sporene understøtter de strategiske formål med den decentrale erhvervsfremme. Hvis vi alligevel skal differentiere mellem sporene baseret på politisk aktualitet, vurderer vi, at de mest aktuelle temaer er grøn omstilling, digitalisering og automatisering samt modstandsdygtighed (herunder cybersikkerhed, robuste værdikæder, kriseberedskab, forsyningssikkerhed m.v.). Disse temaer bliver aktuelt mest understøttet af SMV:Grøn, SMV:Grønne kompetencer, SMV:Digital og SMV:PRO.

Et andet hensyn er **virkemidlets match med målgruppen**. Vi vurderer som tidligere nævnt ikke, at vouchers er det mest velegnede virkemiddel til modning og ikke-erkendte behov. Hvis vi følger dette hensyn, er det dermed mest relevant at fravælge de spor, hvor store dele af virksomhederne ikke har erkendte behov, og hvor erhvervshusene bruger mange ressourcer på at modne dem. Det er særligt tilfældet i SMV:Eksport, SMV:Grøn og SMV:PRO.

Et tredje hensyn er **efterspørgslen efter de enkelte spor**. Som tidligere nævnt har de fleste spor ikke udfordringer med at rekruttere virksomheder, hvilket er en indikator på en høj efterspørgsel. SMV:Grøn og SMV:Grønne kompetencer er de spor, som har mest vanskeligt ved at rekruttere virksomheder. Ikke fordi virksomhederne ikke efterspørger hjælp til deres grønne omstilling. I SMV:Grøn oplever flere virksomheder kravet om cirkulær økonomi som en barriere. I SMV:Grønne kompetencer er det for flere virksomheder en barriere, at deres behov for kompetenceudvikling ikke står mål med tilskuddets størrelse og kravene til deltagelse. For disse virksomheder er det mere attraktivt at for et mindre kompetenceudviklingsforløb af udvalgte medarbejdere selv.

Et fjerde hensyn er de enkelte spors **merværdi og udbytte**. Som tidligere nævnt, vurderer vi, at tilskuddet generelt er afgørende for, at de deltagende virksomheder investerer i rådgivning, kompetenceudvikling m.v., og at de deltagende virksomheder i høj grad oplever et udbytte af deres deltagelse. I den henseende er alle sporene velfungerende, og dette hensyn er derfor ikke velegnet til at understøtte en prioritering.

Et femte hensyn er at skele til **hvilke prioriteter i ERDF og ESF+, hvor der fortsat er midler tilbage**. Vores indtryk fra dialogen med Erhvervsstyrelsen er, at der er flest tilbageværende midler inden for *ERDF 2 – Grøn omstilling*, som tilsagnet til SMV:Grøn er givet under, og færre tilbageværende midler inden for *ERDF 1.3 - Internationalisering, digitalisering og grøn omstilling*, som tilsagnene til SMV:Digital, SMV:PRO og SMV:Eksport er givet under. Hvis vi følger dette hensyn, er det dermed mest relevant at fravælge én eller flere af sporene under ERDF 1.3, da der ellers er risiko for, at midlerne bliver spredt så meget ud, at det får negativ betydning for effektskabelsen. Det samme er tilfældet ift. *ESF+ 1.2 - Kompetenceløft og livslang læring*, som tilsagnene til SMV:Vækstpilot og SMV:Grønne kompetencer er givet under.

Et sjette hensyn er at skele til hvordan de enkelte spor **bidrager til ERDFs og ESF+'s mål**. Det overordnede mål med indsatsen under ESF+ i 2021-2027 er at styrke vækst og udvikling i hele landet ved at bidrage til "at opnå et højt niveau af beskæftigelse, retfærdig social beskyttelse samt en kompetent og modstandsdygtig arbejdsstyrke, der er klar til fremtidens arbejdsmarked". ERDF skal primært bidrage til de politiske mål om et mere konkurrencedygtigt og intelligent Europa, et grønnere og robust Europa samt et Europa tættere på borgerne. Vi vurderer, at alle sporene er designet til at understøtte dele af disse mål – ligesom de som tidligere nævnt i høj grad skaber et udbytte for de deltagende virksomheder. Det er derfor vanskeligt at bruge dette kriterie til at foretage en prioritering.

Et syvende hensyn er at skele til, hvilke **andre offentlige tilskud og støtteprogrammer**, som er tilgængelige på de enkelte områder. Her vurderer vi, at sporene som udgangspunkt adresserer forhold, som ikke bliver adresseret andre steder i innovations- og erhvervsfremmesystemet. Dette selvom SMV:Digital også eksisterer udenfor Virksomhedsprogrammet i Digitaliseringsstyrelsen. En undtagelse hertil er dog SMV:Eksport. Selvom SMV:Eksports fokus på det *eksportforberedende* hænger fint sammen med Trade Councils fokus på *eksporteksekvering*, har Trade Council også programmer, som hjælper SMV'er med at blive eksportparate (fx Eksportsparring og SBM). Derfor vurderer vi, at SMV:Eksport er det spor, som overlapper mest med andre offentlige tilskuds- og støttemuligheder. Vi vurderer dog også, at vejledning ift. internationalisering er en del af erhvervshusenes kerneopgave.

På baggrund af ovenstående hensyn, anbefaler vi samlet set, at SMV:Eksport ikke videreføres i Virksomhedsprogrammet III. I det omfang Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse fortsat ønsker at prioritere eksport og internationalisering, kunne det være gennem mere kollektive modningsaktiviteter, som kan skabe gode overgange til Trade Councils ydelser. Det er også en mulighed, at eksportforberedelse kan være et væsentligt element i professionalisering af virksomheder med ingen eller begrænset eksporterfaring, og at de muligheder der er i SMV:Eksport derfor i begrænset omfang kan indbygges som en del af SMV:PRO.

2 Profil af brugerne af Virksomhedsprogrammet II

I dette kapitel giver vi et samlet overblik over, hvad der karakteriserer brugerne af Virksomhedsprogrammets seks forskellige spor i forhold til branche, geografi, alder og størrelse samt anvendelse af erhvervsfremmesystemet. Brugere er i denne sammenhæng defineret som virksomheder, der har modtaget bevillingstilsagn fra et af programmerne per 25. oktober 2024. Derudover giver vi indblik i brugernes oplevelse af udbytte og værdiskabelse på tværs af de seks spor.

Kapitlet er baseret på data fra erhvervshusenes fælles dashboard (som Erhvervsstyrelsen har visningsadgang til) og som opdateres løbende, samt spørgeskemadata indsamlet via OnlineLegat. Se 'Metodebilag' for yderligere beskrivelse af datagrundlaget.

Tabellen herunder viser et samlet overblik over ansøgninger, bevillinger og afslag til de seks spor.

Tabel 1: Ansøgningerne til de seks spor

Program	Ansøgninger	Bevillinger	Afslag	Ansøgt (kr.)	beløb	Bevilliget (kr.)	beløb
Digital	1.678	418	1.172	167.550.000		38.233.116	
Vækstpilot	776	508	27	69.840.000		40.592.954	
Grønne kompetencer	745	500	67	43.500.000		20.471.203	
PRO	560	397	82	98.701.125		55.414.599	
Grøn	605	295	133	97.850.00		30.199.120	
Eksport	417	284	79	56.850.000		38.056.921	
Total	4.859	2.466	1.564	534.291.125		222.967.913	

Kilde: Opgørelse fra erhvervshusene per 01.11.2024. Bevillinger er givet fra marts 2023, da Virksomhedsprogrammet 2.0 begyndte.

Tabellen viser, at Virksomhedsprogrammet samlet har modtaget knap 5.000 ansøgninger og givet næsten 2.500 bevillinger. Samlet beløber bevillingerne sig til knap 223 mio. kr., mens der i alt er ansøgt tilskud svarende til 534 mio. kr. Dette indikerer en generelt stor søgning til Virksomhedsprogrammet.

Der er dog forskel på søgningen til de forskellige spor under Virksomhedsprogrammet. SMV:Digital har modtaget flest ansøgninger (1.678) og givet lidt over 400 bevillinger. På grund af den høje søgning er SMV:Digital også det spor, som har givet flest afslag (1.172). De øvrige spor har generelt modtaget færre ansøgninger end SMV:Digital, og med 300-500 bevillinger, er der også givet markant færre afslag på disse spor. Årsagen til den særligt høje efterspørgsel er formentlig, at SMV:Digital har eksisteret længst, kan anvendes til mange forskellige problemstillinger og kan søges flere gange af samme virksomhed.

Antallet af bevillinger i de enkelte spor angivet i tabel 1 trækker, som tidligere nævnt, på erhvervshusenes fælles dashboard. Hvert spor afrapporterer også på antallet af tildelte vouchers i deres kvartalsvise afrapporteringer til Erhvervsstyrelsen. For alle spor er der forskelle

på antal bevillinger angivet i tabel 1, og hvad sporene senest har afrapporteret til Erhvervsstyrelsen. Disse forskelle skal særligt ses i lyset af tidsforskydningen fra erhvervshusenes seneste afrapportering til Erhvervsstyrelsen (i slutningen af august 2024) og frem til dataene er trukket fra erhvervshusenes fælles dashboard (i slutningen af oktober 2024). I denne periode kan der fx være blevet tildelt nye bevillinger, eller bevillinger kan være bortfaldet (fx fordi virksomheder ikke accepterer tilsagn eller fortryder deres ansøgning).

2.1 Brugernes fordeling på erhvervshusregioner

Tabellen nedenfor viser et samlet overblik over, hvordan Virksomhedsprogrammernes bevillinger er fordelt på tværs af spor og erhvervshusregioner. Tabellen viser også, om bevillingerne passer med den regionale fordelingsnøgle for de enkelte spor. Den regionale fordelingsnøgle fastlægges af erhvervshusene. For alle spor med undtagelse af SMV:Grønne kompetencer stiller Erhvervsstyrelsen dog krav til, hvor stor en andel af virksomhederne, der skal komme fra Region Sjælland. En grøn farve indikerer, at sporet lever op til det regionale måltal for den relevante region, mens en rød farve indikerer, at sporet *ikke* lever op til det regionale måltal. Endelig viser tabellen yderst til højre, hvordan den totale virksomhedspopulation i Danmark fordeler sig på tværs af erhvervshusregioner.

Tabel 2: Bevillinger fordelt på spor og erhvervshusregioner

Erhvervs-husregion	Grøn	Grønne Kompetencer	Digital	Eksport	PRO	Vækst-pilot	Total VP II	Total DK
Midtjylland	29%	28%	24%	20%	13%	27%	24%	22%
Hovedstaden	29%	23%	27%	27%	24%	20%	24%	34%
Nordjylland	11%	17%	8%	13%	11%	17%	13%	10%
Syddjylland	15%	17%	12%	14%	6%	13%	13%	12%
Sjælland	11%	13%	21%	21%	37%	17%	22%	14%
Fyn	5%	2%	7%	5%	8%	6%	5%	8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Kilde: Opgørelse fra erhvervshusene per 25.10.2024 og Danmarks Statistik (ERHV6).

Tabellen viser, at Virksomhedsprogrammet dækker hele landet, men at cirka halvdelen af bevillingerne er givet til virksomheder i Midtjylland eller Hovedstaden. Modsat er der givet færrest bevillinger til virksomheder på Fyn (5 %), som også er den erhvervshusregion med færrest virksomheder (8 %). Region Sjælland er i EU-sammenhæng defineret som en overgangsregion, og næsten alle spor har derfor sat mål for andelen af bevillinger til Region Sjælland, som er højere end regionens andel af den danske virksomhedspopulation. Dette gælder særligt SMV:PRO, hvor målet er, at 50 % af bevillingerne skal gives til sjællandske virksomheder. Derfor er 22 % af bevillingerne givet til sjællandske virksomheder, selvom denne erhvervshusregion 'kun' huser 14 % af den danske virksomhedspopulation.

Tabellen viser også, at sporene generelt lever op til den regionale fordelingsnøgle, men at det særligt er svært at rekruttere nok virksomheder fra Fyn og Sjælland. Sidstnævnte skyldes formentlig, at sporene, som tidligere nævnt, har sat relativt høje mål for andelen af

bevillinger til sjællandske virksomheder (ift. regionens samlede antal virksomheder), og at der generelt er færre virksomheder på Fyn end i de andre regioner.

2.2 Brugernes branchefordeling

Tabellen nedenfor viser, hvordan Virksomhedsprogrammets bevillinger fordeler sig på tværs af spor og brancher. Tabellen viser også yderst til højre, hvordan den samlede virksomhedspopulation i Danmark fordeler sig på tværs af brancher.

Tabel 3: Bevillinger fordelt på spor og brancher

Branche	Grøn	Grønne Kompetencer	Digital	Ekspert	PRO	Vækst pilot	Total VP II	Total DK
Industri	39%	24%	19%	29%	16%	16%	22%	6%
Service	9%	17%	20%	7%	17%	19%	16%	36%
Bygge & anlæg	10%	15%	7%	2%	13%	7%	11%	13%
Engroshandel & transport	29%	21%	24%	22%	17%	15%	20%	15%
Detailhandel	3%	3%	12%	10%	6%	8%	7%	8%
Vidensservice & rådgivning	6%	15%	12%	9%	12%	19%	13%	11%
Finansiering	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	5%
Information & kommunikation	3%	3%	7%	20%	13%	15%	10%	6%
Ukendt	0%	0%	0%	0%	3%	1%	1%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Kilde: Opgørelse fra erhvervshusene per 25.10.2024 og Danmarks Statistik
 Note: Kolonnen for hele Danmark er baseret på data for 2021. Virksomheder med 0 og flere end 250 ansatte er udeladt i kolonnen for hele Danmark.

Samlet viser tabellen, at Virksomhedsprogrammet når bredt ud til mange forskellige brancher, men at knap halvdelen af bevillingsmodtagere kommer fra brancherne industri samt engroshandel & transport (hhv. 22 % og 20 %). Disse brancher (særligt industri) er overrepræsenterede ift. deres andel af den samlede danske virksomhedspopulation (hhv. 6 % og 15 %). Modsat er servicebranchen med 16 % af de samlede bevillinger underrepræsenteret ift. branchens andel af virksomhedspopulationen (36 %). Bevillingernes fordeling på de resterende brancher ligger tæt på disse branchers andel af den samlede virksomhedspopulation.

Virksomheder fra brancherne industri samt transport & engroshandel benytter særligt spor med fokus på grøn omstilling og eksport. Det skyldes formentlig, at mange industri- og transportvirksomheder mødes af stigende bæredygtighedskrav (fx CO2-reduktion, øget cirkularitet, mv.), som følge af ny regulering (især fra EU), som i første omgang primært rammer større virksomheder, men også sendes videre til deres underleverandører. Derudover er industrien kendetegnet ved en høj eksportandel sammenlignet med det øvrige erhvervsliv,

hvilket kan forklare, hvorfor industrivirksomheder står for knap en tredjedel af bevillingerne fra SMV:Eksport.

SMV:PRO og i lidt mindre grad SMV:Vækstpilot er de spor, som har den bredeste branchedækning. Det skal formentlig ses i lyset af, at der er tale om brede programmer med fokus på bl.a. at hjælpe virksomheder med strategi, ledelse og kompetenceforsyning. SMV:PRO – og til dels de grønne spor – er også lykkedes med at komme igennem til bygge & anlægsbranchen, hvilket ellers normalt er en udfordring i erhvervsfremmeprojekter. Det hænger formentlig sammen med, at SMV:PRO har høje måltal for Region Sjælland, og at denne region har mange bygge- og anlægsvirksomheder (jf. tabel 4 nedenfor).

Tabellen nedenfor viser, hvordan Virksomhedsprogrammets bevillinger fordeler sig på erhvervsregioner og brancher. Generelt er der ikke store forskelle på erhvervsregionernes branchemæssige fordeling. Dog er industrivirksomheder mindre godt repræsenteret i Hovedstaden og Sjælland, mens særligt bygge & anlæg er godt repræsenteret blandt tilsagnene givet til virksomheder i Region Sjælland.

Tabel 4: Bevillinger fordelt på erhvervsgeografier og brancher

Branche	Midtjylland	Hovedstaden	Nordjylland	Syddjylland	Sjælland	Fyn	Total DK
Industri	26%	16%	29%	29%	15%	28%	6%
Service	12%	19%	18%	15%	18%	10%	36%
Bygge & anlæg	10%	5%	9%	7%	21%	5%	13%
Engroshandel & transport	23%	17%	16%	24%	22%	17%	15%
Detailhandel	6%	8%	10%	6%	5%	12%	8%
Vidensservice & rådgivning	13%	19%	10%	10%	10%	13%	11%
Finansiering	1%	1%	0%	2%	0%	1%	5%
Information & kommunikation	8%	15%	6%	8%	8%	14%	6%
Ukendt	0%	1%	1%	0%	1%	0%	0%
Total	577 (100%)	576 (100%)	310 (100%)	318 (100%)	525 (100%)	127 (100%)	100%

Kilde: Opgørelse fra erhvervshusene per 25.10.2024 og udtræk fra Danmarks Statistik
 Note: Kolonnen for hele Danmark er baseret på data for 2021. Virksomheder med 0 og flere end 250 ansatte er udeladt i kolonnen for hele Danmark.

2.3 Brugernes størrelsesfordeling

Tabellen nedenfor viser, hvordan bevillingerne fordeler sig på spor og virksomhedsstørrelse (opgjort som antal ansatte). Tabellen viser også yderst til højre, hvordan den samlede virksomhedspopulation fordeler sig på de forskellige størrelsesgrupper.

Tabel 5: Bevillinger fordelt på spor og størrelse

Antal an- satte	Grøn	Grønne Kompe- tencer	Digital	Eksport	PRO	Vækst- pilot	Total VP II	Total DK
1 – 4	16%	14%	9%	23%	19%	37%	21%	86%
5 – 10	16%	19%	30%	31%	21%	26%	24%	
11 – 50	44%	46%	49%	39%	42%	31%	42%	11%
Over 50	23%	21%	12%	7%	14%	7%	14%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Kilde: Opgørelse fra erhvervshusene per 25.10.2024 og Danmarks Statistik (GF13)
 Note: Virksomheder med 0 og flere end 250 ansatte er udeladt i kolonnen for hele Danmark. Virksomheder med 1-4 og 5-10 ansatte er grundet databegrænsninger lagt sammen.

Tabellen viser, at langt hovedparten af virksomhederne er små SMV'er, som beskæftiger 1-50 ansatte. 45 % af virksomhederne er helt små virksomheder med 1-10 ansatte, som også udgør 86 % af den danske virksomhedspopulation. Dette skal formentlig ses i lyset af, at små virksomheder ofte har begrænsede økonomiske ressourcer til at realisere deres udviklingsbehov. Derfor kan offentlige tilskud ofte gøre en større forskel ift. mulighederne for at finde og prioritere ressourcer til udviklingstiltag.

42 % af bevillingerne går til virksomheder med 11-50 ansatte, hvorfor denne gruppe er betydeligt overrepræsenteret ift. at den udgør 11 % af den danske virksomhedspopulation. Dette hænger formentlig sammen med, at det – trods et offentligt tilskud – ofte kræver en del ressourcer og mandetimer at gennemføre et udviklingsprojekt. Ressourcer som de helt små virksomheder (med under 10 ansatte) ofte har vanskeligere ved at mobilisere ved siden af den daglige drift.

2.4 Brugernes aldersfordeling

Tabellen nedenfor viser, hvordan bevillingerne fordeler sig på spor og virksomhedernes alder. Tabellen viser også yderst til højre, hvordan den samlede virksomhedspopulation fordeles sig på de forskellige aldersgrupper.

Tabel 6: Bevillinger fordelt på spor og alder

Alder	Grøn	Grønne Kompe- tencer	Digital	Eksport	PRO	Vækst- pilot	Total VP II	Total DK
Under 3 år	8%	6%	4%	6%	7%	24%	10%	20%
Over 3 år	92%	94%	96%	94%	92%	75%	90%	80%
Ukendt	0%	0%	0%	0%	2%	1%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Kilde: Opgørelse fra erhvervshusene per 25.10.2024. NNmarkedsdata er benyttet til den danske virksomhedspopulation.

Tabellen viser, at på tværs af sporene næsten udelukkende er etablerede virksomheder over tre år, som modtager bevillinger. Denne gruppe står for 90 % af bevillingerne, hvilket er

højere end gruppens andel af den samlede virksomhedspopulation (80 %). De sidste 10 % af bevillingerne er givet til virksomheder under tre år, hvilket er lavere end deres andel i den samlede virksomhedspopulation (20 %).

Denne fordeling skyldes formentlig, at det, som tidligere nævnt, kræver en del ressourcer at gå ind i et udviklingsprojekt. Mange iværksættere har travlt med at udvikle og få styr på mere basale forhold i deres forretningsmodel (fx product market fit, opbygning af kundebase, etablering af kerneteam, mv.), og har derfor mindre tid og behov for udviklingstiltag relateret til fx eksport og digitalisering. Der findes også mange andre tilbud i erhvervsfremmesystemet, som netop er målrettet iværksættere.

Modsat de øvrige spor har SMV:Vækstpilot en relativt høj andel iværksættere blandt sine bevillingsmodtagere (24 %). Det skyldes formentlig, at iværksættervirksomheder ofte er udfordrede mht. at få økonomi og ressourcer til at hænge sammen. Derfor kan tilskud til aflønning af en ny medarbejder bidrage til en efterspurgt kapacitetsopbygning.

2.5 Anvendelse af Virksomhedsprogrammet

I efteråret 2024 har samlet 2.033 unikke virksomheder modtaget bevillingstilsagn fra Virksomhedsprogrammet II. Tabellen herunder viser, hvor mange af disse virksomheder, der har deltaget i flere forløb under Virksomhedsprogrammet I og/eller Virksomhedsprogrammet II. Tabellen viser, at lidt over halvdelen af virksomhederne (61 %) kun har fået ét bevillingstilsagn ifm. Virksomhedsprogrammet II. De resterende 39 % har modtaget mere end én bevilling. Knap en fjerdedel (24 %) har fået to bevillinger, mens 9 % har fået 3 bevillinger, og 6 % har fået fire eller flere bevillinger. Dermed er der en stor gruppe virksomheder, som har brugt Virksomhedsprogrammet mere end én gang (39 %).

Tabel 7: Deltagervirksomhedernes anvendelse af Virksomhedsprogrammet

Antal deltagelser i VP I og VP II	Antal unikke virksomheder (%)
1 forløb i VP II	1.241 (61%)
2 forløb i VP I og VP II	480 (24%)
3 forløb i VP I og VP II	191 (9%)
4 eller flere forløb i VP I og VP II	120 (6%)
Total antal virksomheder i VP II	2.033 (100%)

Kilde: IRIS Groups/Pluss' analyse af opgørelser fra erhvervshusene.

Tabellen herunder viser hvilke af sporene i Virksomhedsprogrammet I og II, som flergangsbrugerne (i Virksomhedsprogrammet II) brugte første gang. Tabellen giver således et indblik i, hvilke spor der har været den mest udbredte indgang til Virksomhedsprogrammet for flergangsbrugerne.

Tabel 8: Flergangsbrugernes indgang (det først anvendte spor) til Virksomhedsprogrammet

Spor	Andel
Grøn (VP I)	31%
Digital (VP I)	24%
PRO (VP II)	8%
Vækstpilot (VP II)	8%
Vækstpilot (VP I)	8%
Eksport (VP II)	5%
Eksport (VP I)	5%
Digital (VP II)	5%
Grønne kompetencer (VP II)	4%
Grøn (VP II)	2%

Kilde: IRIS Groups/Pluss' analyse af opgørelser fra erhvervshusene.

Tabellen viser, at SMV:Grøn og SMV:Digital i Virksomhedsprogrammet I er de spor, som flest flergangsbrugere anvendte første gang (hhv. 31 % og 24 %). Det virker naturligt, at mange flergangsbrugere havde deres debut i den første runde af Virksomhedsprogrammet I, da det har givet dem tid til at færdiggøre deres projekter, før de har startet nye projekter op. Derudover er SMV:PRO med sit brede fokus på bl.a. ledelse og strategi tænkt som en mulig første indgang til erhvervsfremmesystemet. Programmet tegner sig dog kun for 8 % af første gangsbrugere. Dette skal dog ses i lyset af, at dette spor ikke var med i Virksomhedsprogrammet I.

Tabellen herunder viser, hvor stor en andel af bevillingsmodtagerne inden for de enkelte spor i Virksomhedsprogrammet II, som har modtaget mere end én bevilling fra det samme spor i Virksomhedsprogrammet I og II.

Tabel 9: Andel flergangsbrugere inden for de enkelte spor i Virksomhedsprogrammet II

Grøn	Grønne kompetencer	Digital	Eksport	PRO	Vækstpilot
39%	26%	26%	16%	10%	0,2%

Kilde: IRIS Groups/Pluss' analyse af opgørelser fra erhvervshusene. Note: Bevillinger fra SMV: Grøn REACT er talt med i SMV: Grøn 2.0 og SMV: Grønne Kompetencer.

Tabellen viser, at især SMV:Grøn har en høj andel flergangsbrugere. Således har 39 % af bevillingsmodtagerne modtaget mere end én bevilling fra samme program. For SMV:Grønne kompetencer og SMV:Digital er der også en høj andel flergangsbrugere inden for samme program (26 %). Andelen er lavere for de øvrige spor. For SMV:PRO skal dette ses i lyset af, at sporet ikke var med i Virksomhedsprogrammet I, og derfor ligger naturligt lavt. For SMV:Vækstpilot skyldes det, at det ikke er tilladt at deltage flere gange i dette spor.

Samlet viser de to foregående tabeller, at SMV:Grøn I og SMV:Digital I har fungeret som indgang til programmet for de fleste brugere, og at især de grønne og digitale spor under Virksomhedsprogrammet har mange flergangsbrugere.

2.6 Erfaring med erhvervsfremmesystemet

I forlængelse af afsnit 2.5, som viser, at en væsentlig andel af brugerne af Virksomhedsprogrammet II er flergangsbrugere, viser nedenstående tabel, hvor stor en andel af brugerne, som ifølge dem selv har forudgående erfaring med erhvervsfremmesystemet.

Tabel 10: Har I før deltagelsen i SMV:XX modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet?

	Digital	Vækstpi-lot	PRO	Grønne kompetencer	Ek-sport	Grøn	Total VP II
Nej	51%	39%	36%	27%	26%	14%	34%
Ja, direkte tilskud	30%	27%	41%	49%	52%	57%	38%
Ja, hos erhvervshuse	23%	39%	31%	38%	31%	46%	34%
Ja, hos klyngeorganisationer	2%	2%	2%	0%	2%	3%	2%
Ja, hos GTS-institutter	2%	2%	2%	4%	1%	7%	2%
Ja, hos videninstitutter	2%	2%	1%	4%	3%	4%	2%
Ja, hos destinationsselskaber og/eller turismeudviklingsselskaber	0%	2%	1%	0%	2%	1%	1%
Andet, angiv venligst	3%	2%	2%	5%	3%	4%	3%
Ved ikke	3%	4%	3%	0%	3%	1%	3%
Total	101 (100%)	303 (100%)	192 (100%)	151 (100%)	55 (100%)	74 (100%)	877 (100%)

Note: Det har været muligt at angive flere svar, hvorfor andelen ikke summerer til 100 %. Enkelte virksomheder har svaret inkonsistent på spørgsmålet, fx ved både at vælge et ja-svar, 'Nej' og/eller 'Ved ikke'. Hvis en respondent har svaret 'Nej' tælles det kun som 'Nej' uanset, hvad respondenteren ellers har svaret. Hvis respondenteren har svaret et ja-svar og 'Ved ikke' tælles det kun som 'Ved ikke'. SMV:Digital har afsluttet flere forløb, før den fælles spørgeramme blev aftalt. I ovenstående tabel indgår kun virksomheder, som har afsluttet forløb efter spørgerammens fastsættelse.

Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024.

Tabellen viser, at cirka en tredjedel af virksomhederne på tværs af Virksomhedsprogrammet II ikke tidligere har modtaget vejledning eller støtte fra erhvervsfremmesystemet, mens ca. to tredjedele har erfaringer med systemet. SMV:Digital har den største andel førstegangsbbrugere (51 %). Dette er ikke overraskende, da SMV:Digital er det ældste spor, og da digitalisering appellerer til mange virksomheder. Derimod er andelen af førstegangsbbrugere lavere end forventet i SMV:PRO, der med sit brede fokus har intentionen om at fungere som en indgang til erhvervsfremmesystemet.

Denne fordeling hænger formentlig både sammen med, at administrative krav ofte skræmmer ikke-erfarne virksomheder væk fra erhvervsfremmesystemet, og at hovedparten af deltagere rekrutteres gennem erhvervshusenes egne kanaler. Sidstnævnte er tydeligt i nedenstående tabel.

Figur 11: Hvordan fik I kendskab til SMV:XX?

	Digital	Eksport	Grøn	Grønne kompetencer	PRO	Vækst-pilot	Total VP II
Erhvervshusene	51%	69%	61%	60%	62%	56%	53%
Privat rådgiver	4%	25%	12%	22%	21%	3%	7%
Lokalt erhvervskontor	11%	7%	16%	10%	13%	17%	12%
Virksomhedsprogram-mets hjemmeside	17%	16%	27%	17%	10%	15%	17%
Fandt det selv	5%	4%	5%	11%	5%	9%	6%
Virksomhedsguiden.dk	2%	0%	7%	3%	4%	3%	2%
Sociale medier	3%	5%	7%	9%	5%	5%	4%
Erhvervs- eller branche-organisation	8%	0%	7%	6%	2%	2%	7%
Klyngeorganisation	-	0%	0%	1%	0%	1%	0%
Lokalt jobcenter	-	0%	0%	0%	0%	5%	1%
Viden-/uddannelsesin-stitution	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%
Andet, angiv venligst	10%	2%	7%	2%	4%	10%	9%
Det husker jeg ikke	0%	4%	3%	5%	7%	4%	1%
Total	2.051* (100%)	55 (100%)	74 (100%)	151 (100%)	192 (100%)	393 (100%)	2.826 (100%)

Note: Det har været muligt at angive flere svar, hvorfor andelen ikke summerer til 100 %. Enkelte virksomheder har svaret inkonsistent på spørgsmålet ved at vælge 'Det husker jeg ikke' sammen med andre svar. I disse tilfælde er respondents svar kun talt under 'Det husker jeg ikke'. *SMV:Digital har integreret dette spørgsmål i deres ansøgningsformat. Besvarelser fra alle ansøgere i VP II (per januar 2024) indgår i ovenstående tabel. Nogle svarmuligheder mangler eller varierer fra de ovenstående og er derfor ikke medtaget.

Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024.

Tabellen viser, at 53 % af deltagervirksomhederne på tværs af sporene har fået kendskab til Virksomhedsprogrammet gennem erhvervshusene. Dernæst følger Virksomhedsprogram-mets hjemmeside med 17 %, mens privat rådgivning og lokale erhvervskontorer udgør hhv. 7 % og 12 %. Erhvervshusenes rolle som den primære indgang til Virksomhedsprogrammet hænger godt sammen med den høje andel af flergangsbrugere, som allerede før deltagelsen har en relation til erhvervshusene gennem nyhedsbreve, tidligere vejledning eller henvisninger.

Nedenstående tabel viser andelen af virksomheder i de enkelte spor, som er blevet henvist til andre tilbud gennem deres deltagelse i Virksomhedsprogrammet. Tallene giver dermed indblik i, hvor godt de enkelte spor fungerer som brobygger til andre tilbud i erhvervsfremmesystemet og til andre spor i Virksomhedsprogrammet.

Figur 12: Er I blevet gjort opmærksom på og/eller henvist til andre tilbud gennem deltagelsen i SMV:XX?

	Digital	Eksport	Grøn	Grønne kompetencer	PRO	Vækst-pilot	Total VP II
Ja, vi er blevet henvist til andre tilbud, som er relevante for os	35%	45%	35%	37%	59%	38%	42%
Ja, vi er blevet gjort opmærksom på andre tilbud, men de er ikke relevante for os lige nu	23%	25%	34%	25%	26%	24%	25%
Nej, og det er heller ikke relevant for os lige nu	33%	15%	26%	26%	11%	25%	23%
Nej, og det har vi savnet	10%	15%	5%	13%	4%	13%	10%
Total	101 (100%)	55 (100%)	74 (100%)	151 (100%)	192 (100%)	302 (100%)	875 (100%)

Note: SMV:Digital har afsluttet flere forløb, før den fælles spørgeramme blev aftalt. I ovenstående tabel indgår kun virksomheder, som har afsluttet forløb efter spørgerammens fastsættelse. Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024.

Tabellen viser, at samlet 67 % af deltagervirksomhederne i Virksomhedsprogrammet II ifm. deres deltagelse er blevet henvist til andre tilbud. 42 % har oplevet disse tilbud som relevante, mens 25 % ikke har oplevet dem relevante på nuværende tidspunkt. Desuden er det kun 10 % som har savnet at blive henvist til andre erhvervsfremmetilbud. Disse data indikerer, at erhvervshusene i de enkelte spor generelt er gode til at henvise virksomhederne til andre tilbud. Dog indikerer vores kvalitative data, at det for virksomhederne ofte fremgår tilfældigt, om de bliver henvist til andre spor eller tilbud i erhvervsfremmesystemet, og at det sjældent er med udgangspunkt i en samlet plan for virksomhedens udvikling.

2.7 Oplevelse af processen

Nedenstående tabel giver et indblik i, hvordan virksomhederne har oplevet forskellige dele af deres forløb i de enkelte spor.

Figur 13: Andel som er meget enige eller enige i nedenstående udsagn.

	Digital	Eksport	Grøn	Grønne kompetencer	PRO	Vækst-pilot	Total VP II
Det var tydeligt for mig, hvad jeg som virksomhed kunne få hjælp til under programmet	78%	82%	77%	79%	85%	83%	82%
Ansøgningsprocessen var overskuelig	62%	67%	54%	54%	61%	69%	63%
Det var let for os at finde de rette rådgivere / leverandører / udbydere af kompetenceudvikling *	75%	78%	81%	77%	79%	75%	77%
Forretningsudvikleren i Erhvervshuset har ydet værdifuld sparring/vejledning i forløbet **	76%	100%	95%	85%	95%	96%	93%
Vores ledelse var engageret i forløbet	96%	95%	95%	92%	96%	93%	94%
De rette medarbejdere var engageret i forløbet	95%	96%	100%	98%	96%	93%	96%
Det var samlet set let og enkelt at deltage i forløbet	71%	78%	62%	57%	78%	81%	73%
Total	101 (100%)	55 (100%)	74 (100%)	151 (100%)	192 (100%)	302 (100%)	875 (100%)

Note: SMV:Digital har afsluttet flere forløb, før den fælles spørgeramme blev aftalt. I ovenstående tabel indgår kun virksomheder, som har afsluttet forløb efter spørgerammens fastsættelse.

*: Underspørgsmålet er kun stillet, hvis respondenter i PRO og Vækstpilot tidligere har angivet, at de har gjort brug af kompetenceudvikling. For de øvrige spor har alle fået underspørgsmålet. PRO: n = 57. Vækstpilot: n = 76. Total VP II: n = 514.

** : Underspørgsmålet er kun stillet, hvis respondenter tidligere har angivet, at de har sparet med en forretningsudvikler/konsulent fra Erhvervshusene i forløbet. Digital: n = 41. Eksport: n = 33. Grøn: n = 64. Grønne kompetencer: n = 81. PRO: n = 146. Vækstpilot: n = 228. Total VP II: n = 593.

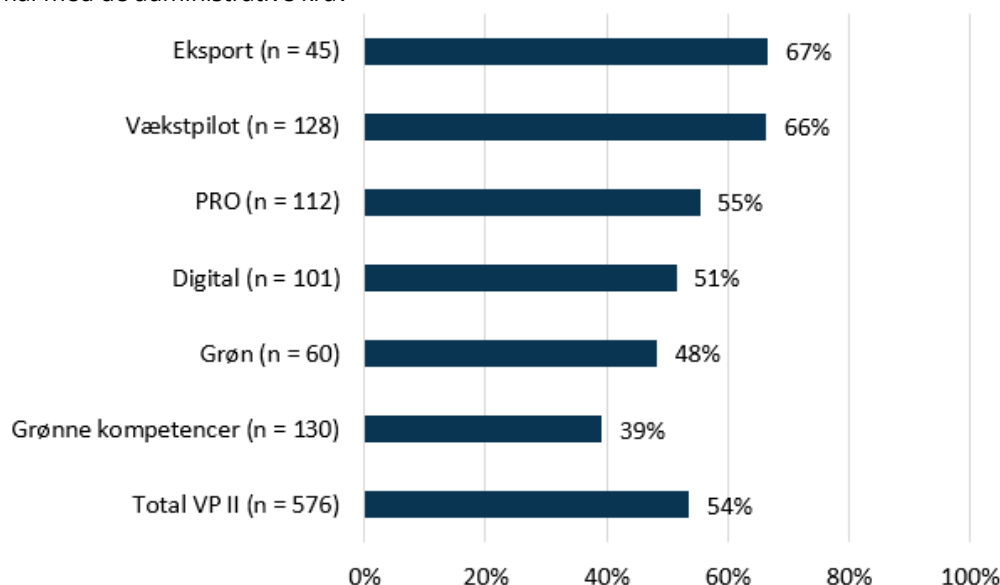
Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024.

Tabellen viser, at virksomhederne generelt oplever, at relevante medarbejdere og ledelsen har været engageret i deres forløb, hvilket alt andet lige er positivt for forankringen af den skabte viden i virksomhederne. Samtidig er virksomhederne generelt også tilfredse med den sparring, som de har fået fra forretningsudviklerne i erhvervshuset (selvom SMV:Digital og SMV:Grønne kompetencer skiller sig lidt ud her). Dette skal ses i lyset af, at forretningsudviklerens indsats, ifølge vores interviews, ofte er afgørende for, om den enkelte virksomhed kommer igennem ansøgningsprocessen og opnår tilskud.

Netop ansøgningsprocessen er det element af processen, som på tværs af sporene bliver vurderet mindst positivt. Særligt i SMV:Grøn og SMV:Grønne kompetencer vurderer relativt få, at ansøgningsprocessen har været overskuelig, og at det samlet set har været enkelt at deltage i forløbet. Dette passer med indsigterne fra vores interviews. Dermed viser evalueringen, at der er potentiale for at gøre ansøgningsprocessen mere enkel (hvilket også er

udbyttet i sammenfatningen). Dette understreges også af nedenstående figur, som viser at relativt få virksomheder oplever, at deres udbytte stod mål med de administrative krav. Da virksomhederne gennemgående oplever at have fået et stort udbytte af deres deltagelse, skal forklaringen på disse tal, findes i en oplevelse hos flere virksomheder af for høje administrative krav.

Figur 14: Andel som i høj grad eller i meget høj grad oplever, at udbyttet ved at deltage stod mål med de administrative krav

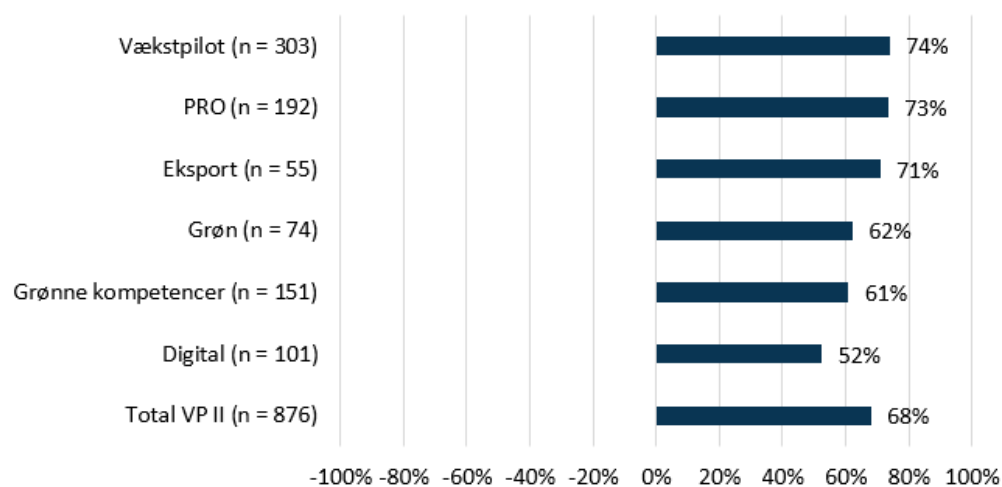


Note: SMV:Digital har afsluttet flere forløb, før den fælles spørgeramme blev aftalt. I ovenstående tabel indgår kun virksomheder, som har afsluttet forløb efter spørgerammens fastsættelse, da det er de eneste, som har besvaret spørgsmålet.

Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024.

Nedenstående figur viser den samlede Net Promoter Score (NPS) for Virksomhedsprogrammet II. NPS måler, hvor sandsynligt det er, at deltagerne vil anbefale forløbet til andre. Det er derfor særdeles positivt med en NPS på 68 %. Det vidner om en høj grad af tilfredshed blandt deltagerne. NPS er højest i SMV:Vækstpilot og lavest i SMV:Digital, men i alle tilfælde er NPS over 50 %. Den høje NPS harmonerer ikke med ovenstående resultater, hvor kun 54 % angiver, at deres udbytte i høj eller i meget høj grad stod mål med de administrative krav. Spørgsmålene anvender forskellige svarskalaer, hvorfor vi er forsigtige med en 1:1 sammenligning. En mulig forklaring er dog, at flere virksomheder vil anbefale forløbet til andre, selvom de kun i nogen grad oplever at udbyttet står mål med de administrative krav.

Figur 15: Net Promoter Score



Note: Spørgsmål: Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale andre at deltage i et lignende forløb? Net Promoter Score udregnes ved at trække andelen som svarer 0-6 (detractors) fra andelen som svarer 9-10 (promoters). En Net Promoter Score befinder sig på et kontinuum fra -100 % til 100 %. SMV:Digital har afsluttet flere forløb, før den fælles spørgeramme blev aftalt. I ovenstående tabel indgår kun virksomheder, som har afsluttet forløb efter spørgerammens fastsættelse.

Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024.

2.8 Forbedringer

Nedenstående tabel viser andelen af virksomheder, som har oplevet forbedringer eller forventer at opnå forbedringer i deres produktivitet, omsætning, eksport, antal ansatte og bæredygtighed på grund af deres deltagelse i de enkelte spor.

Tabel 16: Forventer du, at I fremadrettet vil opleve forbedringer i følgende forhold på grund af jeres deltagelse i SMV:XX?

		Digital	Eksport	Grøn	Grønne kompetencer	PRO	Vækst-pilot	Total VP II
Produktivitet	Ja	97%	75%	73%	60%	88%	80%	79%
	<i>Det har vi allerede gjort</i>	44%	33%	23%	15%	35%	51%	37%
	<i>Forventer det i fremtiden</i>	53%	41%	50%	46%	53%	29%	43%
Omsætning i DK	Ja	90%	60%	91%	85%	90%	91%	88%
	<i>Det har vi allerede gjort</i>	20%	25%	14%	9%	23%	29%	22%
	<i>Forventer det i fremtiden</i>	70%	35%	77%	76%	67%	62%	66%
Eksport	Ja	50%	98%	53%	46%	44%	46%	50%
	<i>Det har vi allerede gjort</i>	4%	25%	7%	5%	7%	8%	8%
	<i>Forventer det i fremtiden</i>	46%	73%	46%	41%	38%	37%	42%
Ansatte	Ja	78%	93%	66%	63%	87%	73%	76%
	<i>Det har vi allerede gjort</i>	9%	11%	4%	11%	17%	19%	14%
	<i>Forventer det i fremtiden</i>	69%	82%	62%	52%	70%	54%	61%
Bæredygtighed	Ja	59%	45%	97%	95%	58%	56%	66%
	<i>Det har vi allerede gjort</i>	12%	13%	43%	37%	15%	22%	23%
	<i>Forventer det i fremtiden</i>	48%	32%	54%	58%	43%	34%	43%
Total		101 (100%)	55 (100%)	74 (100%)	150 (100%)	191 (100%)	300 (100%)	871 (100%)

Note: SMV:Digital har afsluttet flere forløb, før den fælles spørgeramme blev aftalt. I ovenstående tabel indgår kun virksomheder, som har afsluttet forløb efter spørgerammens fastsættelse.

Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024.

Samlet set viser tabellen, at Virksomhedsprogrammet i høj grad bidrager til at skabe forbedringer i virksomhederne, og at programmet har potentiale til at skabe varige effekter for de deltagende virksomheder.

Konkret viser tabellen, at cirka 80 % af de deltagende virksomheder enten allerede har oplevet forbedringer i deres produktivitet eller forventer at opnå det som følge af deres deltagelse i Virksomhedsprogrammet. Særligt SMV:Digital og SMV:PRO ser ud til at bidrage til at fremme virksomhedernes produktivitet. Modsat er SMV:Grøn, SMV:Grønne kompetencer og SMV:Eksport de spor, som i lavest grad ser ud til at bidrage til virksomhedernes produktivitet

(selvom en væsentlig andel også i disse spor forventer produktivitetsforbedringer). Disse spor bidrager i stedet særdeles positivt til hhv. virksomhedernes bæredygtighed og eksport, som da også er sporenes primære fokus. På tværs af sporene oplever næsten alle virksomheder – med SMV:Eksport som en delvis undtagelse – også, at deres deltagelse har bidraget til, at de har oplevet forbedringer eller vil opleve forbedringer i deres omsætning i Danmark, mens særligt SMV:Eksport og SMV:PRO ser ud til at bidrage positivt til antallet af ansatte i virksomhederne.

Det er naturligvis usikkert om virksomhedernes forventninger til et fremtidigt udbytte viser sig at holde stik. Som vi vil gennemgå i de enkelte kapitler, oplever virksomhederne dog et stort udbytte af Virksomhedsprogrammet, og 60-80 % af deltagerne allerede ved forløbets afslutning har igangsat eller gennemført konkrete tiltag i virksomheden. Hvis vi også medtager de virksomheder, som ikke har igangsat eller gennemført konkrete tiltag, men som har en plan for det, stiger andelen på tværs af sporene til 90-100 %. Da den største barriere for at opleve forbedringer ofte er at omsætte viden, kompetencer m.v. fra et erhvervsfremme-projekt til konkrete tiltag som kan skabe forbedringer, vurderer vi på den baggrund, at det er sandsynligt, at en væsentlig del af de virksomheder, der har angivet forventninger til fremtidigt udbytte, vil realisere en del af dette i fremtiden.

Nedenstående tabel udfolder sporenes effekt på bæredygtighed nærmere. Konkret viser tabellen andelen af virksomheder som oplever, at deres deltagelse i Virksomhedsprogrammet har gjort dem bedre i stand til at arbejde med bæredygtighed operationaliseret som ESG.

Tabel 16: Andel som i høj grad eller i meget høj grad oplever, at indsatsen har gjort dem bedre i stand til at arbejde med følgende områder

	Grønne kompetencer	Grøn	Vækst-pilot	Digital	PRO	Ek-sport	Total VP II
Miljø- og klimamæssig bæredygtighed og grøn omstilling	77%	69%	21%	17%	17%	9%	33%
Mangfoldighed og diversitet samt inklusion af udsatte grupper	28%	19%	17%	7%	20%	13%	18%
Ansvarlig virksomhedsadfærd	41%	27%	20%	18%	39%	20%	28%
TOTAL	151 (100%)	74 (100%)	303 (100%)	101 (100%)	192 (100%)	55 (100%)	876 (100%)

Note: SMV:Digital har afsluttet flere forløb, før den fælles spørgeramme blev aftalt. I ovenstående tabel indgår kun virksomheder, som har afsluttet forløb efter spørgerammens fastsættelse.

Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024.

Samlet set viser tabellen, at Virksomhedsprogrammet II har haft størst effekt inden for miljø- og klimamæssig bæredygtighed samt ansvarlig virksomhedsadfærd, mens der har været en mere begrænset effekt inden for det sociale aspekt af ESG.

Særligt SMV:Grøn og SMV:Grønne kompetencer har bidraget til at gøre virksomhederne i stand til at arbejde med miljø- og klimamæssig bæredygtighed og grøn omstilling. Disse to spor har i lighed med SMV:PRO også i relativt høj grad bidraget til at gøre virksomhederne bedre i stand til at arbejde med både mangfoldighed og diversitet samt ansvarlig virksomhedsadfærd. SMV:Vækstpilot og særligt SMV:Digital og SMV:Eksport bidrager sammenlignet

med de øvrige spor i lavest grad til at gøre virksomhederne bedre i stand til at arbejde med ESG.

Sporene har forskellige fokusområder, og flere af sporene er ikke født med en direkte kobling til ESG. Derfor er det også naturligt, at sporenes bidrag til ESG varierer. Det er heller ikke nødvendigvis et problem, at nogle spor i begrænset omfang bidrager til ESG, hvis disse spor bidrager til andre relevante samfundshensyn som produktivitet, eksport m.v., hvilket i høj grad er tilfældet for SMV:Digital, SMV:Eksport og SMV:Vækstpilot. Samtidig udgør Virksomhedsprogrammet ikke hele Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses portefølje. Porteføljen indeholder f.eks. også en lang række projekter med fokus på social inklusion, som bidrager direkte til det sociale aspekt af ESG. Derfor ser vi heller ikke et behov for, at Virksomhedsprogrammet fremadrettet skal justeres for også at favne dette. Det vil bidrage til en unødigt spredning af programmets fokus.

3 SMV:Digital

3.1 Kort intro til SMV:Digital

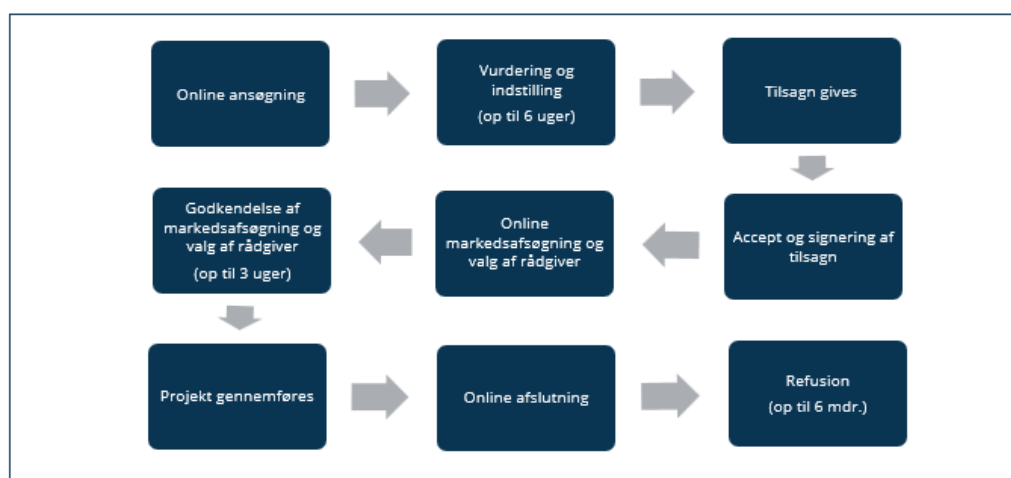
Formålet med SMV:Digital er at hjælpe danske virksomheder med at styrke deres forretning gennem øget brug af digitalisering. Det kan fx være i form af e-handel, automatisering af rutineopgaver eller indsamling og anvendelse af data.

Virkemidlet i SMV:Digital under Virksomhedsprogrammet II er tilskud på 100.000 kr. til privat rådgivning. Rådgivningen kan have fokus på potentialeafklaring og/eller implementering. Potentialeafklaringsprojekter kan fx handle om at hjælpe virksomheder med at identificere, hvor der er størst potentiale ved at bruge nye digitale løsninger, herunder hvilke løsninger der er relevante at investere i, og hvordan business casen for en investering ser ud. Implementeringsprojekter kan fx handle om at hjælpe virksomhederne til effektiv implementering af nye digitale løsninger, herunder fx oplæring af medarbejdere i nye systemer. I denne projektperiode (2023-2025), forventer SMV:Digital at uddele 613 rådgivningsvouchers på 100.000 kr., jf. sporets indikatorskema.

Det samlede SMV:Digital program indeholder også andre tilbud finansieret med bl.a. finanslovsmidler. Blandt nuværende og tidligere virkemidler under det samlede SMV:Digital program er bl.a. mindre tilskud til privat rådgivning (på 25.000 kr.), tilskud til investeringer i digitale løsninger (op til 250.000 kr.) samt tilskud til lån og afprøvning af en robot (på 125.000 kr.).

Det er et krav, at deltagerne i SMV:Digital er SMV'er, som beskæftiger mellem 3-249 årsværk, og at de selv medfinansierer 50 % af rådgivningen. Medfinansieringen kan lægges kontant eller med interne timer afholdt i projektet. Derudover skal virksomhederne gennemføre en markedsafsøgning af potentielle rådgivere, og den valgte rådgiver skal være oprettet og godkendt i SMV:Digitals rådgiverdatabase. Virksomhederne har 12 måneder til at gennemføre projektet fra underskrivelse af tilsagnsbrevet.

Figur 17: Virksomhedernes vej gennem SMV:Digital



Erhvervshus Midtjylland er national operatør på SMV:Digital.

3.2 Fremdrift på indikatorer

Dette afsnit giver et overblik over fremdriften på de indikatorer, der er aftalt mellem projektholder og Erhvervsstyrelsen. Tallene tager udgangspunkt i projektholders afrapportering til Erhvervsstyrelsen per 31. august 2024.

Tabellen herunder viser status på det opstillede aktivitetsmål, hvilket i denne sammenhæng er antal tilsagn givet til en rådgivningsvoucher på 100.000 kr.

Figur 18: Status på de opstillede aktivitetsmål per 31.08.2024

Aktivitet	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Rådgivningsvoucher på 100.000	613	450	73 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

Tabellen viser, at 450 virksomheder har modtaget en tilskudsvoucher under SMV:Digital, hvilket svarer til en fremdrift på 73 % ift. måltallet på 613. Der er stor søgning til sporet, og det er derfor nødvendigt at give en del afslag (også på gode ansøgninger). Ifølge projektholders seneste statusnotat, har programmet således i første halvår af 2024 modtaget og behandlet 1.075 ansøgninger, hvoraf 296 er tilbudt et tilsagn. Det giver en godkendelsesprocent på knap 30 %.

Tabellen nedenfor viser status på de opstillede outputmål, som omfatter antal virksomheder der har hhv. modtaget og gennemført et projekt med en tilskudsvoucher på 100.000 kr.

Figur 19: Status på de opstillede outputmål per 31.08.2024

Output	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Antal virksomheder, der har modtaget støtte i form af tilskud (herunder mikro-, små-, mellemstore- og store virksomheder)	613	450	73 %
Gennemførelse af forventet 613 stk. "stor tilskudsvoucher" på 100.000 kr.	613	136	22 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

Tabellen viser, at 136 virksomheder har gennemført og afsluttet deres projekt i regi af Virksomhedsprogrammet II, hvilket svarer til en fremdrift på 22 % af det opstillede måltal på 613. Dermed er SMV:Digital godt på vej til at realisere målene for antal virksomheder, der modtager støtte, mens der endnu er en del virksomheder, som ikke har afsluttet deres projekt. Dette skal ses i lyset af, at virksomhederne har 12 måneder til at gennemføre projektet. Derfor er vi heller ikke bekymrede for fremdriften.

Tabellen nedenfor viser en status på de opstillede effektmål, som bl.a. omfatter private investeringer (i form af medfinansiering) og øget digitalisering i deltagende virksomheder.

Figur 20: Status på de opstillede effektmål per 31.08.2024

Indikator	Måltal i projektperioden	Status	Målopnåelse i procent
Private investeringer, som svarer til offentlig støtte (herunder tilskud og finansielle instrumenter)	61.300.000	14.325.184	23 %
Antal virksomheder med større omsætning	300	-	-
At deltagende virksomheder øger deres digitaliseringsgrad og oplever fremgang indenfor omsætning, produktivitet, ansatte eller eksport	380	136	36 %
At deltagende virksomheder øger deres digitaliseringsgrad og øger deres mod på yderligere digitalisering.	380	130	34 %
At deltagende virksomheder øger deres digitaliseringsgrad og på baggrund af deres digitale projekt har investeret eller har udarbejdet en plan for at investere i ny teknologi.	380	124	33 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt. - angiver, at projektholdet endnu ikke er begyndt at samle data ind på denne indikator. 'Målopnåelse i procent' er beregnet pba. måltallene for den samlede projektperiode.

Tabellen viser, at deltagervirksomhederne lagt en egenfinansiering på lidt over 14 mio. kr. Det svarer til, at de virksomheder, som har gennemført deres projekt (i alt 136, jf. outputmålene), har lagt lidt mere end 50 % i egenfinansiering ifm. projektet. Vi vurderer derfor, at fremdriften er fornuftig, og at den naturligt vil stige i takt med, at virksomhederne færdiggør deres projekter.

Programmet er ca. en tredjedel i mål med effektmålene for virksomheder, der oplever 1) økonomisk fremgang via øget digitalisering 2) større mod på yderligere digitalisering samt 3) investeringer i ny teknologi eller planer herom. I fortolkningen af disse tal, er det vigtigt at være opmærksom på, at 136 virksomheder på tidspunktet for afrapporteringen havde gennemført et forløb. Derfor har 100 % oplevet økonomisk fremgang via øget digitalisering, 96 % fået mod på yderligere digitalisering og 92 % investeret i ny teknologi (eller lavet en plan herfor). Hvis denne tendens fortsætter i takt med at flere virksomheder afslutter deres forløb, er det sandsynligt, at SMV:Digital vil nå sine effektmål.

Der er ifm. den seneste afrapportering ikke angivet data for indikatoren vedr. antal virksomheder med større omsætning, hvorfor status er angivet som -. Dette skyldes, at tilsagnsmottager ikke skal afrapportere på denne indikator gennem projektperioden, da indikatoren bliver opgjort vha. data indhentet af Erhvervsstyrelsen fra Danmarks Statistik.

3.3 Deltagerne i SMV:Digital

I dette afsnit laver vi en kortfattet beskrivelse af deltagerne i SMV:Digital. Vi henviser løbende til bruger- og spørgeskemadata, som er præsenteret nærmere i kapitel 2.

Branche, geografi og størrelse

Virksomhederne i SMV:Digital kommer især fra engroshandel & transport (24 %), service (20 %) og industri (19 %). Andelen er lidt lavere inden for detailhandel og videnservice/rådgivning (12 %), og markant lavere inden for bygge & anlæg samt IKT (7 %). Selvom digitalisering er relevant for alle brancher, vurderer vi, at denne fordeling afspejler, at især handels-

og transportvirksomheder har behov for digitale løsninger til fx e-handel, lager og logistik, og at industrivirksomheder har behov for digitalisering og automatisering af produktionen.

Erhvervshusene er opmærksomme på, at virksomheder fra nogle brancher er underrepræsenterede. De har derfor kørt målrettede informationskampagner til bygge & anlægsbranchen i 2024, hvilket har været med til at øge kendskabet.

Størstedelen af deltagerne kommer fra Hovedstaden (27 %), Midtjylland (24 %) og Sjælland (21 %), og SMV:Digital opfylder generelt den ønskede "fordelingsnøgle" mellem erhvervshus-regionerne. Kun på Fyn og i Nordjylland er SMV:Digital en smule under den ønskede andel på 9 %, da hhv. 8 % af virksomhederne kommer fra Nordjylland og 7 % fra Fyn.

Langt hovedparten (79 %) af deltagerne i SMV:Digital beskæftiger 5-50 ansatte, og næsten alle deltagere (96 %) er etablerede virksomheder, der har eksisteret i over tre år. Sammenlignet med de øvrige dele af Virksomhedsprogrammet har relativt få deltagere (9 %) 1-4 ansatte, hvilket hænger naturligt sammen med sporets krav om minimum tre ansatte. SMV:Digital modtager også finansiering fra Finansloven, som anvendes til små virksomheder med under tre ansatte. Ca. 12 % af virksomhederne har over 50 ansatte. Erhvervshusene vurderer, at programmet formentlig er mindre attraktivt for de lidt større virksomheder, som er mere selvkørende, hvad angår digitalisering og udviklingsprojekter, og som ofte har økonomisk bedre forudsætninger for at gennemføre digitale udviklingstiltag. Hovedparten af de interviewede virksomheder udgøres da også af SMV'er med under 50 ansatte, men interviewene rummer dog også få eksempler lidt større virksomheder, der har draget nytte af sporet.

Samlet set er den typiske deltager i SMV:Digital en etableret virksomhed med 5-50 ansatte, som ligger i Hovedstaden eller Midtjylland og er beskæftiget inden for handel, transport, service eller industri. Vi vurderer, at dette passer med programmets design og fokusområde.

Erfaring med erhvervsfremmesystemet

Sammenlignet med de øvrige spor i Virksomhedsprogrammet, er der mange førstegangsbrugere af erhvervsfremme blandt deltagerne i SMV:Digital. Således har omkring halvdelen (51%) af deltagerne ikke modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet før deres deltagelse i SMV:Digital. Evalueringen viser også, at SMV:Digital ofte fungerer som virksomhedernes første indgang til Virksomhedsprogrammet.

Knap 60 % af deltagerne i Virksomhedsprogrammet er blevet henvist videre til andre tilbud gennem SMV:Digital 2.0. De resterende virksomheder er ikke henvist videre til andre tilbud, men kun hver tiende mener, at det har manglet.

Karakteristika ved ikke-brugerne

Det er kendetegnende for de interviewede ikke-brugere, som har søgt og fået afslag på en ansøgning til SMV:Digital, at deres viden om programmet og erhvervsfremmesystemet er begrænset, før de sender ansøgningen afsted. De har ingen eller begrænset viden om sporet, og de har intet eller begrænset kendskab til andre virksomheder, som har benyttet det. Derudover har de ingen eller sparsom kontakt med det regionale erhvervshus, ligesom de ikke har fået sparring ifm. den første ansøgning.

Selvom de har sendt en ansøgning afsted til programmet, er deres kendskab til væsentlige formalia om ansøgningsprocessen også sparsom, herunder viden om først-til-mølle-

princippet. De har derfor ikke siddet klar, da puljen åbnede, hvorfor deres ansøgning formentlig ikke er kommet i betragtning, før puljen blev opbrugt. De er dog motiverede for at søge igen – gerne med støtte fra et erhvervshus, så de er bedre informeret og vejledt om udformning af ansøgning og selve processen.

På samme vis peger erhvervshusene i interviewene på, at ikke-brugerne typisk ikke har kendskab til hverken sporet eller erhvervshusene. Erhvervshusene er dog opmærksomme på det og har gennemført en særlig markedsføringsindsats i de brancher, hvor sporet har få brugere (navnlig bygge & anlæg). Det gælder særligt i Region Sjælland, som både har mange bygge- og anlægsvirksomheder, og samtidig skal udgøre 20 % af bevillingerne. Erhvervshusenes vurdering er, at det har medvirket til at øge kendskabet.

Selvom der er virksomheder, som ikke kender programmet, vurderer erhvervshusene, at kendskabet til SMV:Digital er styrket gennem årene. Dette afspejles også i den høje søgning til programmet og den høje andel førstegangsbrugere af erhvervsfremme, jf. ovenfor.

Barrierer for deltagelse

Udover manglende kendskab og viden om programmet, peger både erhvervshuse, rådgivere og virksomheder (både deltagere og ikke-brugere) på en række andre barrierer, som kan være årsag til, at nogle virksomheder vælger ikke at deltage i SMV:Digital.

Nogle barrierer er mere generiske og gælder formentlig for mange programmer i erhvervsfremmesystemet. Det kan handle om travlhed med den daglige drift i virksomhederne, der ikke efterlader meget tid til udviklingsprojekter. Der kan også være manglende viden om, at der findes rådgivere, som kan hjælpe med konkrete udfordringer og behov i virksomheden. Endelig kan det skyldes en frygt for, at et offentligt tilskud kommer med en lang række administrative byrder, som ikke er besværet værd.

Andre barrierer relaterer sig mere specifikt til det digitale område. Det kan fx handle om, at nogle virksomheder har dårlige erfaringer fra tidligere samarbejder med private it-rådgivere, der har været både dyre og dårlige. Det kan også skyldes en manglende erkendelse af, at digital omstilling er en nødvendighed, hvis man vil fremtidssikre sin virksomhed.

Erhvervshuskonsulenter, rådgivere og virksomheder (både deltagere og ikke-brugere) peger på, at det er muligt at stimulere relevante ikke-brugere til at søge SMV:Digital på flere måder. Fx kan erhvervshusene styrke opfølgningen blandt de virksomheder, der har fået afslag på deres ansøgning med tilbud om sparring på ansøgning og proces næste gang en pulje åbner. Derudover kan erhvervshusene styrke markedsføringen i de brancher, hvor der er få brugere, og kendskabet er lavt.

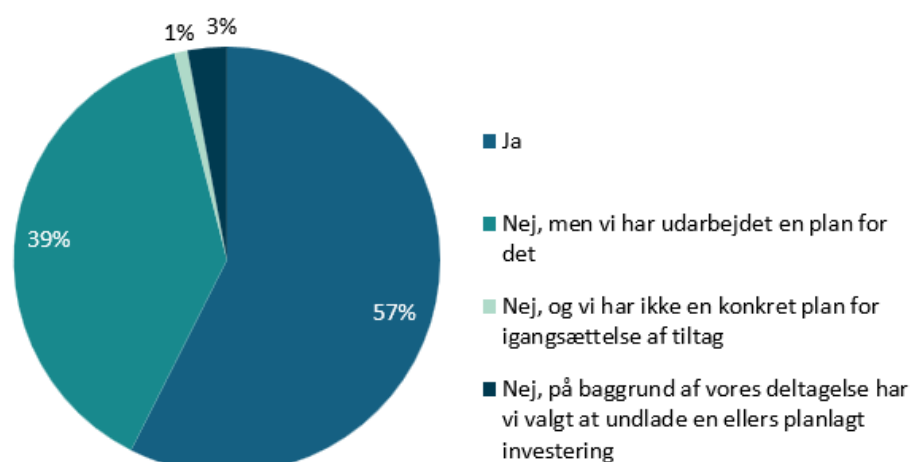
Erhvervshusene gør allerede begge dele til en vis grad, men vi vurderer, at erhvervshusene kan overveje at styrke indsatsen, hvis sporet i endnu højere grad ønsker at hjælpe førstegangsbrugere af erhvervsfremmesystemet. Dog bør indsatsen formentlig suppleres med andre tiltag, som kan understøtte førstegangsbrugernes vej ind i sporet (og således ikke blot resulterer i flere afviste ansøgninger). Det kan fx være ved at reservere en del af puljerne til førstegangsbrugere.

3.4 Værdiskabelse for målgruppen

Samlet set viser midtvejsevalueringen, at SMV:Digital skaber stor værdi for de deltagende virksomheder. Således angiver hele 82 % af deltagerne, at de i høj grad har fået et udbytte af deres deltagelse i programmet, mens 17 % angiver i nogen grad. Ingen angiver, at de ikke har fået et udbytte af deltagelsen.

På samme vis viser figuren herunder, at SMV:Digital forløbene fører til mange investeringer i opgraderet eller ny teknologi. Langt hovedparten af deltagerne har allerede lavet investeringen eller planlægger at gøre det.

Figur 21: Har deltagelsen i SMV:Digital bidraget til, at virksomheden har investeret i nye digitale løsninger / teknologier eller opgradering af eksisterende?



Note: SMV:Digital har afsluttet flere forløb, før den fælles spørgeramme blev aftalt. I ovenstående tabel indgår kun virksomheder, som har afsluttet forløb efter spørgerammens fastsættelse.

Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024. n=101.

Vores interviews med deltagervirksomheder viser, at mange projekter handler om at indkredse virksomhedernes konkrete udfordringer og behov samt afsøge markedet for eksisterende digitale løsninger, som bedst kan imødekomme behovet. I nogle tilfælde hjælper rådgiverne også med at oplære virksomhederne i de systemer, som de investerer i. Det kan være systemer, som kan understøtte mange forskellige dele af forretningen, fx 1) kunder og produktion (CRM-systemer, ERP-systemer, online communities for kunder), 2) online salg, markedsføring og kundedialog (fx e-handelsplatforme, kampagnesystemer) og 3) digitalisering af kerneydelser (fx online platforme til at forberede og afvikle kurser).

Udover at scanne markedet for eksisterende digitale løsninger, har nogle projekter også fokus på systemintegration. Det kan handle om, hvordan nyindkøbte digitale løsninger kan integreres med andre systemer (hos virksomheden selv eller deres kunder). Men det kan også være en kortlægning af, hvilke systemer der med fordel kan integreres (både internt og ud mod kunder) mhp. at optimere processer og dataflows. Endelig har nogle projekter særligt fokus på dataanvendelse. Det skyldes bl.a., at SMV:Digital har kørt tematiserede puljer med det fokus ("Skab værdi med dine data"). Projekterne kan fx handle om at få overblik over kundedata, og hvordan de kan behandles og give nye indsigter vha. fx AI.

Tabellen herunder viser det umiddelbare udbytte, som virksomhederne ved afslutningen af forløbet vurderer, at de har opnået gennem SMV:Digital. Som det fremgår af tabellen, mener næsten alle deltagere (99 %), at de er blevet mere afklarede ift. hvor i virksomheden, der er størst potentiale for at investere i nye digitale løsninger eller opgradere eksisterende løsninger. Hele 92 % vurderer også, at de har fået større viden om, hvordan de kan implementere nye løsninger, og næsten alle (98 %) har fået mere mod på at fortsætte den digitale rejse.

Figur 22: Deltagervirksomhedernes umiddelbare udbytte af SMV:Digital

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV: Digital	
Vi er blevet mere afklarede ift. hvor i virksomheden, der er størst potentiale for at investere i nye digitale løsninger eller opgradere eksisterende	99 %
Vi har fået mere mod på at fortsætte den digitale rejse	98 %
Vi har fået øget viden om, hvordan vi kan implementere nyindkøbte digitale løsninger	92 %

Note: SMV:Digital har afsluttet flere forløb, før den fælles spørgeramme blev aftalt. I ovenstående tabel indgår kun virksomheder, som har afsluttet forløb efter spørgerammens fastsættelse.

Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024. n=101.

Samlet set er det vores vurdering, at SMV:Digital i høj grad bidrager til at fremme digitalisering hos deltagerne, herunder at SMV:Digital klæder dem bedre på til at indkøbe nye digitale løsninger på et kvalificeret grundlag og implementere løsningerne effektivt. Samtidig er projekterne i høj grad med til at anspore virksomhederne til fortsat at arbejde med digital omstilling.

Merværdi

Både interview og spørgeskema blandt deltagervirksomheder viser, at tilskuddet har afgørende betydning for virksomhedernes beslutning om at indkøbe privat rådgivning, jf. tabellen neden for. Konkret vurderer næsten alle deltagerne (96 %), at tilskuddet til rådgivning var afgørende for, at virksomheden valgte at indkøbe privat rådgivning. Det betyder, at SMV:Digital er blandt de spor i Virksomhedsprogrammet, som har den højeste merværdi (sammen med SMV:Eksport).

Figur 23: Deltagervirksomhedernes vurdering af tilskuddets betydning

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV: Digital	
Tilskuddet til rådgivning var afgørende for, at vores virksomhed valgte at indkøbe privat rådgivning	96 %

Note: SMV:Digital har afsluttet flere forløb, før den fælles spørgeramme blev aftalt. I ovenstående tabel indgår kun virksomheder, som har afsluttet forløb efter spørgerammens fastsættelse.

Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024. n=101.

Vores interviews med de deltagende virksomheder viser da også, at tilskuddet på flere måder har gjort en afgørende forskel. De fleste virksomheder vurderer, at tilskuddet til rådgivning har været med til at fremskynde beslutningen om at igangsætte et digitalt udviklingsprojekt, og at projektet er gennemført på kortere tid, end det ellers ville have været. Det skyldes flere forhold. Først og fremmest er en puljeåbning en konkret anledning til, at virksomhederne får eksekveret på idéer til digitale projekter, de har talt om længe. Derudover

er det nemmere at træffe beslutning om et digitalt projekt, fordi tilskuddet tager en del af den økonomiske risiko ved projektet "ud af ligningen". Endeligt betyder tilskuddet, at projektet sættes ind i formelle rammer med løbende deadlines, som skal overholdes for at tilsagnet ikke frafalder, og med en rådgiver på sidelinjen til at understøtte fremdriften. Det medvirker til, at projektet ikke bliver nedprioriteret i den daglige drift.

På samme vis peger mange af de deltagende virksomheder på, at tilskuddet har betydet, at de har gennemført mere omfattende projekter, som efterlader virksomhederne med et bedre resultat. Typisk har rådgiveren haft en vigtig opgave ift. at forstå virksomhedens behov og udfordringer og finde de bedste digitale løsninger, som modsvarer behovet. Flere virksomheder bemærker, at de uden rådgiverens hjælp måske bare var gået direkte videre til at lave en investering i en digital løsning (fx et ERP-system), som ikke havde dækket deres fulde behov, eller som var dyrere og mere kompliceret end nødvendigt.

Enkelte virksomheder vurderer, at projektet slet ikke var blevet gennemført uden tilskuddet. Det gælder særligt de virksomheder, som har fået tilsagn til mere eksplorative projekter, hvor der er lidt større usikkerhed om udbyttet (fx projekter med fokus på at skabe overblik og dykke ned i data). Ganske få vurderer, at virksomheden havde været samme sted, og at de havde fundet pengene internt til at gennemføre et lignende projekt.

Samlet set er det vores vurdering, at sporet har høj merværdi. Tilskuddene sætter gang i en digital omstilling hos langt de fleste virksomheder, som enten slet ikke havde fundet sted eller havde taget længere tid og/eller været givet dårligere resultater.

Økonomiske effekter

Både interview og spørgeskema blandt deltagervirksomhederne viser, at de oplever, at deres deltagelse i programmet har haft eller vil få en positiv effekt på flere økonomiske parametre, jf. kapitel 2.

Det gælder særligt produktivitet, hvor næsten alle deltagere har oplevet eller forventer forbedringer. Således har 44 % af virksomhederne allerede oplevet produktivitetsforbedringer ved afslutningen af forløbet, mens 53 % forventer at gøre det efter forløbet. At projekterne især fører til produktivitetsforbedringer, skyldes formentlig, at mange virksomheder implementerer nye systemer eller systemintegrationer, som kan automatisere manuelle arbejdsgange og give et bedre overblik og mulighed for at planlægge opgaver, bemanning og maskinkapacitet. At mange oplever forøget produktivitet allerede ved forløbsafslutning, skal ses i lyset af, at mange virksomheder (57 %) laver investeringer i nye digitale løsninger og teknologier undervejs i projektførelsen, jf. figur 22 ovenfor. Med en effektiv investering og implementering kan projekterne hurtigt føre til gevinster.

På samme vis har forløbene ofte en positiv effekt på omsætningen. Langt hovedparten af virksomhederne (90 %) har oplevet eller forventer at opleve en forbedret omsætning. Her oplever lidt færre (20 %) allerede forbedringer ved forløbsafslutning, men til gengæld forventer mange (70 %) en styrket omsætning i fremtiden. At projekterne også kan føre til styrket omsætning skyldes formentlig, at flere forløb handler om at udnytte digitale løsninger og data til at styrke salg, markedsføring, kunderejser, mv.

Samlet set viser evalueringen, at SMV:Digital bidrager til at styrke virksomhedernes økonomi, og at mange allerede undervejs i forløbet oplever produktivitetsforbedringer.

3.5 Programmets design og virkemidler

Evalueringen viser, at SMV:Digitals virkemiddel grundlæggende matcher målgruppens ønsker og behov. Det viser sig på flere måder. Dels er der tale om et spor med mange ansøgere (jf. afsnit 4.2 om fremdrift på indikatorer), som langt overstiger de midler, der er til rådighed i puljerne. Dels viser både spørgeskema og interview, at virksomhederne i høj grad oplever et positivt udbytte af deltagelsen.

Endelig påpeger enkelte økosystemaktører og rådgivere, at virkemidlet er velegnet til at understøtte et højere digitaliseringsniveau i det brede SMV-landskab, hvor mange virksomheder endnu er på et basalt niveau. Virkemidlet er velegnet til dette formål, fordi tilskud til potentialeafklarings- og implementeringsprojekter kan understøtte, at allerede velafprøvede digitale løsninger bliver udbredt blandt SMV'er med begrænset it-erfaring. Samtidig sikrer et individuelt 1-1 forløb med en rådgiver, at de løsninger, som implementeres, tager afsæt i den enkelte virksomheds behov.

Som det fremgår af tabellen herunder, er det også en udbredt opfattelse blandt deltagerne, at de har fået relevant og saglig rådgivning, som var tilpasset deres behov. Næsten alle virksomheder (97 %) er tilfredse med den rådgivning, som de har fået.

Figur 24: Deltagervirksomhedernes vurdering af rådgiverne

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV: Digital	
Vores rådgiver gav os rådgivning, der var tilpasset vores behov	97 %
Vores rådgiver var objektiv og saglig i sin rådgivning	95 %
Vores rådgiver hjalp med at rådgive om vores digitale sikkerhed eller viderestillede os til anden hjælp	68 %
Vi er generelt tilfredse med den rådgivning vi har modtaget fra vores rådgiver	97 %

Note: SMV:Digital har afsluttet flere forløb, før den fælles spørgeramme blev aftalt. I ovenstående tabel indgår kun virksomheder, som har afsluttet forløb efter spørgerammens fastsættelse. Kilde: Spørgeskemaer indsamlet af Erhvervshusene ved afslutning af forløb via OnlineLegat per 11.10.2024. n=101.

Hverken erhvervshuse, virksomheder, rådgivere eller økosystemaktører giver udtryk for, at der er behov for at ændre radikalt ved sporets grundlæggende virkemiddel. Tværtimod giver nogle erhvervshuse og økosystemaktører udtryk for, at kontinuitet er vigtig, hvis programmet fortsat skal vise gode resultater. De ser det som en styrke, at sporet nu har eksisteret i en årrække, og at dets indhold og form efterhånden er velkendt og velafprøvet i et bredt udsnit af dansk erhvervsliv. De vurderer, at det vil skabe forvirring hos virksomhederne, hvis man ændrer for meget på virkemidlet, ligesom de har svært ved at se gode argumenter for at ændre på noget, som allerede fungerer godt.

Nogle virksomheder og rådgivere så dog gerne, at voucheren var lidt større end 100.000 kr., eller at den kunne bruges til investeringer i digitale løsninger. De fleste virksomheder opfatter kravet om medfinansiering som fair, fordi det understøtter engagement og forankring af nye digitale løsninger. Nogle mener, at det er fair at hæve kravet lidt. Andre mener, at man bør være mere tilbageholdende med det, da virksomhederne ofte også skal investere i nye digitale løsninger.

Samlet vurderer vi, at det giver mening at fortsætte med samme virkemiddel i fremtiden (tilskud til privat rådgivning på 100.000 kr.) – evt. med lidt større krav til virksomhedernes

egenfinansiering. Dels fordi der er stor søgning til SMV:Digital. Dels fordi virksomhederne oplever et stort udbytte af at deltage i sporet. Vi vurderer dog også, at det giver mindre mening at "udvide" SMV:Digital med et tilbud om investeringsstøtte, selvom sporet tidligere har givet tilskud på 25 % til virksomheders investeringer i digitale løsninger. Vurderingen beror på, at der er færre midler til rådighed under Virksomhedsprogrammet III, samtidig med at der er stor efterspørgsel på og højt udbytte af tilskud til privat rådgivning,

Kommunikation

Ifølge projektholder kommunikerer der om SMV:Digital på flere måder.

En af de væsentligste kommunikationskanaler er informationswebinarer, som projektholder typisk afvikler 4-5 gange op mod hver puljeåbning. På webinarerne informerer projektholder om programmet og processen, herunder formalia for den aktuelle puljeåbning (som kan variere afhængig af hvor midlerne kommer fra). Typisk deltager 20-100 virksomheder på hvert webinar, og når webinarer er afsluttet, deler projektholder deltagerlister med de øvrige erhvervshuse, så de har mulighed for at lave en opfølgende indsats blandt virksomheder i egen region. SMV:Digital har gennem tiden haft 3.500 virksomheder med på webinarerne.

Derudover kommunikerer erhvervshusene også om programmet via notifikationsmails, nyhedsbreve og sociale medier. SMV:Digital har en notifikationsmail, som virksomheder kan tilmelde sig, så de bliver informeret, hver gang en ny pulje åbner. Ca. 5.500 virksomheder har tilmeldt sig notifikationsmailen. SMV:Digital kommunikerer også via nyhedsbreve til både virksomheder og rådgivere (i rådgiverdatabasen). Ca. 20.000 virksomheder abonnerer på erhvervshusenes nyhedsbreve, og 3.800 rådgivere er med i rådgiverdatabasen. SMV:Digital involverer også den lokale erhvervsservice i kommunikationen af sporet. Ifm. nye puljeåbninger udarbejder projektholder en marketingpakke, som deles med lokale erhvervsserviceenheder, som kan bruge indholdet i deres egne i egne nyhedsbreve og SOME-kanaler.

Endelig kan virksomheder via SMV:Digitals hjemmeside finde information om programmets indhold, krav, ansøgningsproces, puljeåbninger samt en række illustrative cases.

Ifølge projektholder er informationswebinarerne især en velfungerende kommunikationskanal. De vurderer, at selvom virksomhederne kan finde al information på SMV:Digitals hjemmeside, så foretrækker mange at få det fortalt og have mulighed for at stille spørgsmål. De vurderer desuden, at notifikationsmailen typisk er mere effektiv end nyhedsbreve, som virksomhederne ofte ikke åbner. Endelig er det deres oplevelse, at lokale erhvervsserviceenheder kommunikerer om programmet på egne kanaler.

Rekruttering

Evalueringen viser, at SMV:Digital er det program, som har haft størst succes med at rekruttere virksomheder, der ikke tidligere har benyttet sig af tilbud i erhvervsfremmesystemet. Således har halvdelen af virksomhederne ikke tidligere modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet, jf. kapitel 2.

De fleste virksomheder (51 %) har fået kendskab til sporet via erhvervshusene, hvilket dog er lidt lavere end for de øvrige spor. Derudover har en del (17 %) fået kendskab til programmet via Virksomhedsprogrammets hjemmeside, mens cirka hver tiende kender til SMV:Digital fra det lokale erhvervskontor.

3.6 Administration og proces

Overordnet viser evalueringen, at mange virksomheder finder brugerrejsen overskuelig og fint kan honorere de administrative krav, som følger med tilskuddet – men der er også en del virksomheder (ca. en tredjedel), som finder brugerrejsen og de administrative krav i SMV:Digital tunge. Således erklærer 71 % af deltagerne sig enige i, at det samlet set var let og enkelt at deltage i forløbet, hvilket jf. kapitel 2 er på niveau med de øvrige dele af Virksomhedsprogrammet.

Interviewene viser, at det – måske ikke så overraskende – især er førstegangsbrukerne, som kan være frustrerede over de forskellige administrative krav og mange trin i brugerrejsen, hvor de af flere omgange skal afvente godkendelser, før de kan komme videre. Flergangsbrugerne giver udtryk for, at det typisk bliver nemmere, når først de har været igennem processen én gang, og at SMV:Digital over tid er blevet bedre til at vejlede virksomhederne ift. de forskellige trin i brugerrejsen.

Derudover udtrykker en del virksomheder utilfredshed med OnlineLegat. Flere oplever, at sproget er lidt teknisk og "indadvendt" og efterspørger derfor, at der kommunikeres mere i øjenhøjde med virksomhederne. Derudover oplever flere, at systemets grafik og brugervenlighed kan styrkes, så det er nemmere og mere intuitivt at navigere rundt i. Nogle oplever også, at vejledninger til brug af systemet er forældede ift., hvordan systemet aktuelt er opbygget og derfor bør opdateres. Enkelte flergangsbrugere efterspørger desuden, at virksomhedens stamdata kan gemmes og genbruges på tværs af forskellige tilsagn.

Selvom flere virksomheder oplever udfordringer med brugerrejsen – hvilket også uddybes i nedenstående afsnit – angiver blot 2 % af deltagerne, at deres udbytte slet ikke eller kun i lav grad kunne stå på mål med de administrative krav. Samme tendens bekræftes i interviewene. Overordnet mener så godt som alle virksomheder altså som minimum i nogen grad, at det har været "besværet værd", fordi de har fået stor værdi ud af at være med.

Ansøgningsproces

Generelt viser interviewene og spørgeskemaer, at der er delte meninger om ansøgningsprocessen. Således er 62 % af deltagerne enige i, at ansøgningsprocessen var overskuelig, mens resten svarer, at de er uenige eller hverken/eller.

Nogle af de interviewede virksomheder vurderer, at der stilles passende krav til virksomhederne ifm. udarbejdelse af ansøgningen, fordi ansøgningsformatet "tvinger dem til" at tænke sig godt om, herunder afklare deres behov og være skarpe på projektets formål. De mener, at det er fornuftigt og fair, tilskuddet størrelse taget i betragtning. Andre virksomheder vurderer, at der stilles uhensigtsmæssige krav i ansøgningsformatet, både hvad angår længde, ordbrug og detaljeringsgrad. De oplever, at de skal udarbejde en lang ansøgning, som ender med at have mange gentagelser, selvom de kunne have beskrevet behov og formål mere enkelt og på mindre plads.

Derudover giver nogle af de interviewede deltagere og ikke-brugere udtryk for utilfredshed med "først-til-mølle"-princippet, som dækker over, at ansøgningerne læses og vurderes i den rækkefølge, som de er sendt ind i. Erhvervshusene fortsætter med at læse og vurdere ansøgninger, indtil puljens midler er opbrugt. Herefter får resten et afslag.

Interview med erhvervshusene og tidligere evalueringer af SMV:Digital viser, at først-til-mølle-princippet benyttes af flere årsager. Dels for at reducere de administrative omkostninger forbundet med at gennemgå de mange ansøgninger, som sendes ind ved hver pulje. Dels for at undgå for meget "subjektiv smagsdommeri" ifm. vurdering af ansøgningerne, som kan være meget forskellige og svære at sammenligne. Der er således flere grunde til, at processen er, som den er, men det ændrer ikke ved, at flere virksomheder finder det utilfredsstillende at udarbejde en ansøgning, som de får afslag på uden en faglig vurdering og begrundelse (dog tilbydes afslåede ansøgere efterfølgende vejledning).

Markedsafsøgning

Ligesom for ansøgningsprocessen, viser interviewene, at der er delte meninger om markedsafsøgningen (som er indført pba. krav fra EU).

For en del virksomheder giver markedsafsøgningen god mening, fordi de herigennem får scannet markedet for potentielle relevante rådgivere. For nogle virksomheder har kravet om markedsafsøgning også betydet, at de er gået med en anden leverandør, end de først havde tænkt sig. Flere af disse virksomheder giver også udtryk for, at rådgiverdatabasen har været velegnet ift. at fremsøge og identificere relevante rådgivere, som de kan række ud til. Enkelte bemærker dog, at det kan være svært at vurdere kvaliteten af de enkelte rådgivere (selvom de faglige profiler er beskrevet i databasen), og at de derfor også har bedt om anbefalinger i deres netværk.

Der er dog også et mindre antal virksomheder, som er utilfredse med markedsafsøgningen. De ønsker typisk at benytte en bestemt rådgiver eller et bestemt firma, som tidligere har hjulpet dem med andre opgaver, og derfor har en god forforståelse af virksomhedens behov, udfordringer samt digitale niveau og setup. De oplever derfor, at markedsafsøgningen er spild af deres egen og rådgivernes tid, når de allerede ved, hvilken leverandør de ønsker at benytte. Interview med rådgiverne viser også, at rådgiverbranchen er opmærksomme på denne problematik.

Samlet vurderer vi, at markedsafsøgningen fungerer fint for de fleste virksomheder, men at sporet kan overveje at tilbyde mere fleksible muligheder for markedsafsøgning til de virksomheder, som ønsker at benytte en bestemt rådgiver. Det kan fx være ved at samtænke ansøgning og markedsafsøgning eller via lister med prækvalificerede rådgivere, jf. evalueringens tværgående anbefalinger.

Afslutning

Når virksomhederne afslutter deres projekt, skal de sikre, at alle timer brugt undervejs i projektet er registreret korrekt, ligesom de skal udfylde et notat, hvor de kort redegør for deres udbytte af forløbet.

Mange virksomheder finder især timeregistreringen udfordrende. De finder det uforholdsmæssigt tidskrævende, når de ifm. timeregistreringen skal registrere de enkelte medarbejderes timeforbrug på projektet, udarbejde beskrivelser af hvilke opgaver der er løst i projektet samt have ledende medarbejdere til at godkende enkeltes timeforbrug. Især førstegangsbrugere finder timeregistreringen krævende, og enkelte får sågar deres rådgiver til at hjælpe dem med opgaven, fordi de kender SMV:Digital og har prøvet det før. Men der er også eksempler på flergangsbrugere, som bliver forvirret over, at kravene til timeregistrering kan variere fra pulje til pulje (afhængig af hvilke kilder midlerne kommer fra) – og at kravene er

højere, når midlerne kommer fra EU. Flere efterspørger derfor et mere simpelt timeregistreringssystem, som ligner hinanden på tværs af puljer.

Nogle virksomheder medgiver dog også, at de selv bærer en del af skylden for de udfordringer, som de oplever undervejs i forløbet. De fortæller, at de gennem forløbet er blevet opmærksomme på, hvor vigtigt det er at gennemlæse informationsmateriale fra programmet grundigt (særligt i starten, når tilsagnet gives), så de fra begyndelsen er opmærksomme på, hvad der forventes af dem (herunder vigtige deadlines og data som skal indsamles undervejs mhp. dokumentation). De peger på, at SMV:Digital måske kan gøre mere for at understrege vigtigheden af informationerne overfor virksomhederne.

Det er vores samlede vurdering, at selvom projektholder er opmærksom på løbende opfølgning blandt tilsagnsmødtagerne (for at undgå tilbageløb af midler), så er der fortsat behov for at styrke kommunikationen om krav til timeregistrering og deadlines – og om muligt forenkle og ensrette kravene på tværs af puljer.

Sparring med erhvervshuset

Både spørgeskemaundersøgelsen og de gennemførte interviews viser, at virksomhedernes brug af og tilfredshed med sparringen fra erhvervshuskonsulenterne generelt er lavere end for de andre spor (jf. kapitel 2). Dette selvom erhvervshusene i flere tilfælde har ydet værdifuld sparring og vejledning til virksomhederne. Spørgeskemaet viser således, at 41 % af virksomhederne har sparret med en forretningsudvikler i forløbet, og at 76 % heraf er (meget) enige i, at erhvervshuset har ydet værdifuld sparring/vejledning.

Denne tendens skal formentlig ses i lyset af SMV:Digitals organisering. Interviews med erhvervshuse og virksomheder viser, at erhvervshusene primært hjælper virksomhederne i ansøgningsfasen. Her får mange sparring på, om ansøgningen falder indenfor rammerne af, hvad man kan bruge en SMV:Digital voucher til, ligesom nogle får mere dybdegående behovsafdækning forud for udarbejdelse af deres ansøgning. Når først virksomhederne har fået tilsagn, henviser erhvervshusene videre til projektholder, hvis virksomhederne løber ind i administrative udfordringer, fx knyttet til markedsafsøgning, timeregistrering, mv. Til det formål har projektholder etableret en SMV:Digital support, som virksomhederne kan kontakte pr. mail, telefon og chat. Dvs. at erhvervshusenes kontakt med virksomhederne ofte glider mere ud, når de har fået tilsagn og efterhånden som forløbet skrider frem.

Det er vores samlede vurdering, at ovenstående arbejdsdeling i flere tilfælde fungerer fint og kan være med til at reducere erhvervshusenes omkostninger til at drive sporet. Men der er også virksomheder (særligt førstegangsbrugere), som efterspørger tættere support og sparring med konsulenter fra deres regionale erhvervshus, og som ikke vurderer, at supportteamets støtte er tilstrækkeligt ift. deres behov.

3.7 Samspil med økosystemet

Der er som tidligere nævnt mange førstegangsbrugere af erhvervsfremmesystemet blandt deltagerne i SMV:Digital sammenlignet med de andre spor, ligesom knap 60 % er blevet henvist videre til andre tilbud i erhvervsfremmesystemet gennem SMV:Digital.

Selvom digitalisering – i en eller anden udstrækning – er relevant for nærmest alle virksomheder, tyder interviews med virksomheder og økosystemaktører på, at SMV:Digital har et

relativt unikt værditilbud. Der findes tilsyneladende ikke andre programmer, som på samme vis understøtter digital omstilling hos et bredt udsnit af de danske SMV'er via tilskud til individuelle potentialeafklarings- og implementeringsprojekter. Herunder også projekter som understøtter udbredelse af velafprøvede digitale standardløsninger blandt virksomheder med mere basale behov.

Dog findes der naturligvis andre programmer og tilbud, som har fokus på digitalisering. Ofte er der dog tale om kortere arrangementer eller forløb (fx events og sparring i erhvervshusene), eller programmer som fordrer en vis digital modenhed hos virksomhederne og har et mere snævert fokus på bestemte teknologier såsom AI og automatisering (fx AI:Denmark hos Industriens Fond eller rullende laboratorier med fokus på AI og automatisering hos Erhvervshus Midtjylland og flere GTS-institutter). Derudover er det muligt at søge funding til digitale innovationsprojekter hos fx Innovationsfonden (fx InnoBooster) samt via klyngeorganisationer som Digital Lead.

Det er samlet set vores vurdering, at SMV:Digital dækker et behov blandt virksomhederne, og at der er begrænset overlap til andre tilbud i økosystemet. SMV:Digital har allerede fokus på at henvise deltagerne videre til andre tilbud i erhvervsfremmesystemet, men idet sporet skiller sig ud ved et stort antal førstegangsbrugere af erhvervsfremme, er det værd at overveje, om det er muligt at styrke fokus på henvisning yderligere. Det kan både gælde virksomheder, som savner henvisning til andre tilbud – men også virksomheder med ikke-erkendte behov eller manglende kendskab til, hvilken hjælp de kan få i erhvervsfremmesystemet.

3.8 anbefalinger

Samlet set tegner evalueringen et billede af, at SMV:Digital er et attraktivt og værdiskabende spor for virksomheder med ambitioner om digital omstilling. Sporet formår i høj grad at komme ud til og rekruttere virksomheder, der ikke har erfaring med at benytte erhvervsfremmesystemet. For både førstegangsbrugere og mere erfarne virksomheder har tilskuddet været afgørende for deres beslutning om at købe privat rådgivning, og tilskuddet har både fremskyndet deres digitale omstilling og medvirket til bedre slutresultater. Virksomhederne er generelt også tilfredse med rådgivernes ydelser, og de vellykkede samarbejder betyder bl.a., at mange virksomheder oplever produktivitetsforbedringer allerede ved forløbsafslutning.

Virksomhederne oplever dog også visse udfordringer ved SMV:Digital. Det drejer sig særligt om de administrative byrder undervejs i forløbet, hvor særligt førstegangsbrugere kan være udfordret mht. ansøgning og afslutning af forløbet. Flere forholder sig desuden kritisk til først-til-mølle-princippet. Samtidig er virksomhedernes brug af og tilfredshed med erhvervshusenes sparring generelt lavere i SMV:Digital end i resten af Virksomhedsprogrammet, selvom behovet alt andet lige er stort givet de mange førstegangsbrugere.

På baggrund af evalueringen har vi opstillet følgende anbefalinger til, hvordan SMV:Digital fremadrettet kan styrkes yderligere – ligesom vi i sammenfatningen har en række anbefalinger som går på tværs af sporene.

- **Styrket henvisning til andre tilbud i erhvervsfremmesystemet.** Evalueringen viser, at SMV:Digital er det spor i Virksomhedsprogrammet, som har flest førstegangsbrugere. Samtidig savner hver tiende deltager henvisninger til andre tilbud i

erhvervsfremmesystemet. I det sporet i vid udstrækning formår at komme igennem til virksomheder, der ikke er bekendte med erhvervsfremmesystemet, anbefaler vi, at erhvervshusene øger fokus på at udnytte potentialet for at engagere denne målgruppe yderligere. Det kan både handle om at introducere førstegangsbrugere til de mange andre muligheder i Virksomhedsprogrammet og erhvervsfremmesystemet generelt. Det kan også handle om at følge op på afviste ansøgere, der har søgt om en voucher for første gang, og som måske er motiveret for at søge igen hos SMV:Digital eller nogle af de andre spor under Virksomhedsprogrammet II. Eller det kan være ved at reservere en del af puljerne til denne type virksomhed.

- **Fokus på forenkling og støtte til at opfylde administrative krav.** Evalueringen viser, at selvom mange virksomheder fint kan honorere de administrative krav, som følger med tilskuddet, så er der fortsat en del virksomheder, som finder de administrative krav tunge. Interviewene peger på, at det særligt kan være udfordrende for førstegangsbrugere, men at flergangsbrugere bliver forvirrede over, at de administrative krav kan variere fra pulje til pulje (afhængig af finansieringskilden). Virksomhederne nævner desuden flere udfordringer ved brugerrejsen. Den er fx præget af mange trin og godkendelser, og timeregistreringen er besværlig og tidskrævende. Vi anbefaler derfor, at erhvervshusene i fællesskab ser på de forskellige trin i brugerrejsen og vurderer mulighederne for at forenkle og ensrette kravene på tværs af puljer – og evt. på tværs af hele Virksomhedsprogrammet.
- **Styrket brugervenlighed i OnlineLegat.** Evalueringen viser, at flere virksomheder mener, at brugervenligheden i OnlineLegat kan styrkes. Det handler både om sprog, grafik og opbygning samt vejledninger og muligheder for at gemme stamdata. Alle erhvervshuse benytter OnlineLegat, og erhvervshusene har for nyligt nedsat en arbejdsgruppe, som skal se på muligheder for at styrke brugervenligheden af programmet. Vi anbefaler derfor, at erhvervshusene fortsætter denne indsats – og evt. trækker på indsigter fra den samlede evaluering af Virksomhedsprogrammet.
- **Tydeliggør kommunikation af først til mølle-princippet.** Både denne og tidligere evalueringer af SMV:Digital peger på, at nogle virksomheder er kritiske overfor først til mølle-princippet i ansøgningsprocessen. Virksomhederne er ikke nødvendigvis vidende om tildelingsprincippet (primært førstegangsansøgere) og finder det utilfredsstillende at risikere et afslag uden en faglig vurdering. Vi anbefaler derfor, at erhvervshusene kommunikerer tydeligere om tildelingsprincippet (særligt blandt førstegangsansøgere), så virksomhederne er klar over, at de skal sidde klar med en ansøgning, når en pulje åbner, hvis de vil have en chance for at komme i betragtning til en bevilling.

4 SMV:Grøn

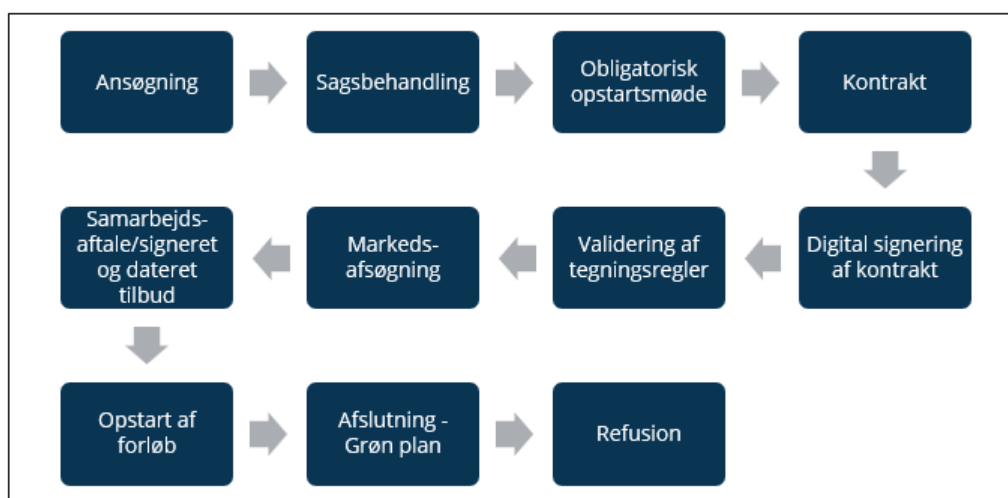
4.1 Kort intro til SMV:Grøn

Formålet med SMV:Grøn er at hjælpe SMV'er inden for alle brancher med at omstille sig til en mere cirkulær økonomi, der bidrager til at reducere deres ressourceforbrug. SMV:Grøn adskiller sig dermed fra det forudgående program SMV:Grøn REACT ved at fokusere specifikt på cirkulær økonomi, som følge af et krav i EU's regionalfondsprogram. Det er således en forudsætning for at deltage i SMV:Grøn, at virksomhederne arbejder med cirkulær økonomi, og der bliver ikke uddelt støtte til fx energiomlægning, energioptimering, bygningsrenovering og markedsføring gennem SMV:Grøn. Derudover omfattede SMV:Grøn REACT også bevillinger fra Socialfonden til kompetenceløft, hvilket nu er overflyttet til SMV:Grønne kompetencer.

Virkemidlerne i SMV:Grøn er tilskud på op til 150.000 kr. til rådgivning eller grønne investeringer eller op til 300.000 kr. til en kombination af begge dele. Rådgivningen kan fx handle om at skabe overblik over miljøpåvirkninger, re-design af produkter, bæredygtighed i værdikæden mv. Investeringerne kan fx være i certificeringer, miljømærkninger, nyt software, nye maskiner, nyt udstyr eller test af udstyr og produkter.

Det er et krav, at deltagerne er SMV'er, og at de selv finansierer 75 % af investeringen og 50 % rådgivningen. Derudover skal virksomhederne bl.a. foretage en markedsafsøgning, hvis deres ansøgning bliver godkendt, samt deltage i et obligatorisk online opstartsmøde med en forretningsudvikler/konsulent fra det regionale erhvervshus. Deltagervirksomhederne skal desuden udfylde en Grøn Plan som slutprodukt i forløbet, inden refusionen kan udbetales. Virksomhederne har op til syv måneder fra godkendelsesdatoen til at gennemføre rådgivningsforløbet, investeringen eller kombinationen af dem begge. Figuren herunder viser virksomhedernes vej gennem SMV:Grøn.

Figur 25: Virksomhedernes vej gennem SMV:Grøn.



Kilde: "Din virksomheds vej gennem SMV:Grøn" fra <https://virksomhedsprogrammet.dk/content/ydelser/udvikling/2e3581bc-6ca6-4ba2-a36a-efdedd2b196f/>

Det er Erhvervshus Nordjylland, som er national operatør på SMV: Grøn, mens Erhvervshus Sjælland er co-lead.

4.2 Fremdrift på indikatorer

Dette afsnit giver et overblik over fremdriften på de indikatorer, der er aftalt mellem erhvervshusene og Erhvervsstyrelsen. Tallene tager udgangspunkt i projektholders afrapportering til Erhvervsstyrelsen per 31. august 2024.

Tabellen herunder viser status på de opstillede aktivitetsmål, hvilket i denne sammenhæng er antallet af modtagne ansøgninger til de forskellige typer af vouchers.

Figur 26: Status på de opstillede aktivitetsmål per 31.08.2024

Aktivitet	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Rådgivningsvoucher - Lille	309	134	43 %
Rådgivningsvoucher - Stor	309	336	+100 %
Investeringsvoucher - Lille	109	110	+100 %
Investeringsvoucher - Stor	109	165	+100 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

Tabellen viser, at der i alt er modtaget 745 ansøgninger, og at målsætningen for det samlede antal ansøgninger om investeringsvouchers og stor rådgivningsvoucher allerede er indfriet per 31. august 2024. Der er derimod kun modtaget 43 % af det ønskede antal ansøgninger til lille rådgivningsvoucher.

Tabellen neden for viser, hvor mange virksomheder der har modtaget de forskellige typer af bevillinger, hvilket svarer til fremdriften på de opstillede outputmål.

Figur 27: Status på de opstillede outputmål per 31.08.2024

Output	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Antal virksomheder, der har modtaget støtte i form af tilskud	669	282	42 %
Rådgivningsvoucher - Lille - antal virksomheder	272	59	22 %
Rådgivningsvoucher - Stor - antal virksomheder	272	191	70 %
Investeringsvoucher - Lille - antal virksomheder	63	59	94 %
Investeringsvoucher - Stor - antal virksomheder	63	79	+100 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

På baggrund af de 745 ansøgninger er der i alt bevilliget 388 vouchers. Det svarer til en godkendelsesprocent på ca. 50 %. De 388 vouchers er fordelt på 282 unikke virksomheder, hvilket er under den samlede målsætning for projektperioden om 669 virksomheder, der modtager støtte i form af tilskud fra SMV:Grøn. Tallene afspejler også, at der er flere virksomheder, som har kombineret rådgivnings- og investeringsstøtte og dermed har modtaget mere end en voucher. Det kan desuden ses, at SMV:Grøn har størst målopfyldelse i forhold investeringsvouchers, og at SMV:Grøn især er langt til målet for den lille rådgivningsvoucher.

Samlet set viser ovenstående tabeller således, at det er lykkedes at få relativt mange ansøgninger til SMV:Grøn, men at det har været svært at indfri måltallene for antallet af tilsagn og deltagervirksomheder. Det skal i den forbindelse understreges, at indfrielsen af aktivitetsmålene i høj grad er påvirket af et forholdsvis stort antal ansøgninger i starten af programperioden. Der var her mange virksomheder, som ikke var opmærksomme på afgrænsningen i forhold til cirkulær økonomi i SMV:Grøn, da der i SMV:Grøn REACT var bredere anvendelsesmuligheder. Herunder fx også i forhold til energieffektiviseringer. Der var derfor både et højt antal ansøgninger og afslag i starten af programperioden. Indfrielsen af aktivitetsmålene kan dermed ikke tolkes som et udtryk for en generel stor og jævn efterspørgsel på programmets virkemidler, som er afgrænset til vouchers til rådgivning og investeringer inden for cirkulær økonomi.

Tabellen herunder viser SMV:Grøns fremdrift ift. de opstillede effektmål.

Figur 28: Status på de opstillede effektmål per 31.08.2024

Indikator	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Skønnet drivhusgasemission i året før indtrædelse i projektet	400.000	140.363	35 %
Skønnet drivhusgasemission	360.000	121.312	34 %
Affald brugt som råvarer	10.000	9.888	99 %
Private investeringer, som svarer til offentlig støtte (herunder tilskud og finansielle instrumenter)	127.200.000	-	-
Antal SMV'er der har udviklet koncepter til nye produkter eller løsninger	455	35	8 %

Note: Projektets målopnåelse er indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt. - angiver, at projektholdet endnu ikke er begyndt at samle data ind på denne indikator. 'Målopnåelse i procent' er beregnet pba. måltallene for den samlede projektperiode.

Ifølge projektholders afrapportering og vurdering er ca. en tredjedel af målene vedrørende drivhusgasemissioner indfriet. Der er desuden kun indfriet 8 % af målet om antal deltager-virksomheder, der har udviklet koncepter til nye løsninger/produkter, hvilket dog skal ses i sammenhæng med, at der har været færre virksomheder end forventet, som har deltaget i SMV:Grøn.

Vi vurderer samlet set, at det kan blive svært at nå målsætningerne i den resterende del af programperioden for antallet af små rådgivningsvouchers og deltagervirksomheder samt flere af effektmålene, hvilket bl.a. skyldes manglende efterspørgsel og rekrutteringsudfordringer til programmet, jf. afsnit 4.5.

4.3 Deltagerne i SMV:Grøn

I dette afsnit laver vi en kortfattet beskrivelse af deltagerne i SMV:Grøn. Vi henviser løbende til bruger- og spørgeskemadata, som er præsenteret nærmere i kapitel 2.

Branche, geografi og størrelse

Deltagerne i SMV:Grøn er især virksomheder inden for industri (39 %) samt transport og engroshandel (29 %). Der er derimod en lav andel af deltagere inden for detailhandel (3 %) samt vidensservice og rådgivning (6 %) og information og kommunikation (3 %). Det hænger

naturligt sammen med sporets fokus på cirkulær økonomi, som i højere grad er relevant for produktionsvirksomheder fremfor fx liberale erhverv og vidensvirksomheder.

Størstedelen af deltagerne kommer fra Midtjylland (29 %) og Hovedstaden (29 %), og der er færrest deltagere fra Fyn (3 %). I forhold til den ønskede "fordelingsnøgle" mellem de forskellige erhvervshusregioner er der bl.a. en større andel brugere fra Midtjylland og en mindre andel fra Sjælland. Kun 11% af alle virksomhedsdeltagerne kommer fra Sjælland, selvom der er en målsætning om, at andelen af deltagere fra Sjælland skal ligge på 20%.

I forhold til de andre dele af Virksomhedsprogrammet er der en relativt stor andel (23 %) af virksomheder i SMV:Grøn med over 50 ansatte, og langt størstedelen (92 %) er etablerede virksomheder, der er over tre år gamle. Det kan bl.a. hænge sammen med, at sporet både kræver en vis egenfinansiering samt modenhed og bevidsthed om egne behov inden for bæredygtighed og grøn omstilling.

Samlet set er den typiske deltager i SMV:Grøn således en etableret produktionsvirksomhed fra Midtjylland eller Hovedstaden med 11-50 ansatte.

Erfaring med erhvervsfremmesystemet

Langt størstedelen (88 %) af de deltagende virksomheder har modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet før SMV:Grøn, og det er kun en meget lille andel (5 %), der gennem deres deltagelse i SMV:Grøn, som har savnet henvisninger til andre tilbud. Samlet set tegner både spørgeskemaundersøgelsen og interviewene således et tydeligt billede af, at der er mange "superbrugere" af erhvervsfremmesystemet" blandt deltagerne i SMV:Grøn, og at sporet har svært ved at nå ud til de SMV'er, der ikke har erfaring med erhvervsfremmesystemet.

Karakteristika ved ikke-brugerne

Deltagerne i SMV:Grøn er karakteriseret ved, at de typisk indgår i en værdi-/forsyningskæde, hvor der efterspørges EPD'er (miljødeklarationer), certificering eller CO2-beregninger fra deres kunder eller samarbejdspartnere. Dvs. at det er de SMV'er, som allerede er direkte berørt af nye lovkrav på klima- og miljøområdet, eller som ønsker at være på forkant i forhold til de kommende krav og den grønne omstilling generelt.

Ikke-brugerne er derimod bl.a. SMV'er med en mere afventende og reaktiv tilgang til den grønne omstilling. Derudover betyder kravet om fokus på cirkulær økonomi, at det primært er produktionsvirksomheder, der kommer med i sporet, hvorimod det er svært for vidensvirksomheder at anvende SMV:Grøn.

De tilfælde hvor virksomhederne er faldet fra undervejs – og således ikke har anvendt de bevilligede vouchers – kan primært forklares med, at der er opstået usikkerhed om enten virksomhedens egen økonomi og betalingsevne og/eller samarbejdspartneres/rådgiverens kompetencer og leverancer. Det første gør sig typisk gældende for virksomheder, der er relativt små og nystartede, og som er på et nyt eller usikkert marked. Det andet gør sig typisk gældende, hvis der er tale om et udviklingsprojekt, som i højere grad handler om innovationssamarbejde fremfor et mere standardiseret rådgivningsforløb om fx beregning af produktets CO2-aftryk. Her kan det vise sig, at projektets forudsætninger ændrer sig undervejs, eller at rådgiveren ikke kan levere de ønskede input, og at det derfor ikke længere er relevant at anvende bevillingen.

Barrierer for deltagelse

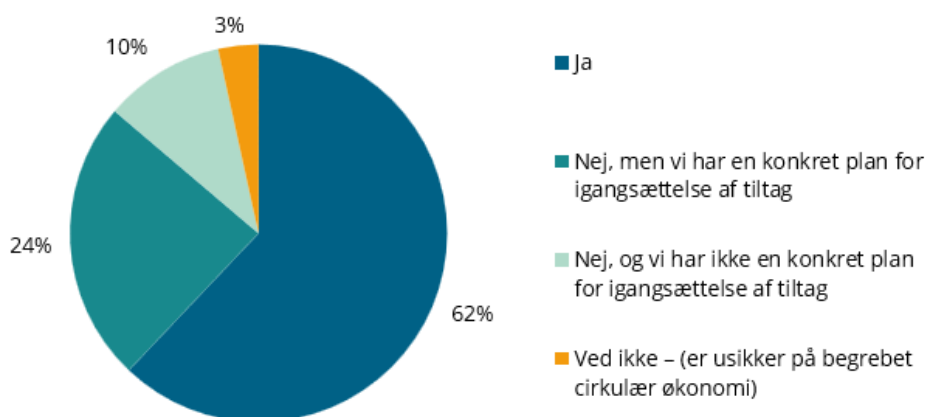
Blandt alle erhvervshusene er der en entydig oplevelse af, at det ville kunne stimulere/øge anvendelsen af SMV:Grøn, hvis der ikke var et krav om fokus på cirkulær økonomi. Udover at begrænse programmets anvendelsesmuligheder, gør kravet det også svært for virksomhederne at få godkendt deres ansøgning uden sparring fra erhvervshusene. Det skyldes, at forretningsudviklerne i høj grad giver hjælp og sparring til, hvordan kravet om fokus på cirkulær økonomi kan indfries. Selvom kravet kan tolkes relativt bredt, opfatter erhvervshusene det stadig som en væsentlig barriere for udbredelsen af SMV:Grøn, da det skaber usikkerhed blandt virksomhederne om, hvad programmet kan anvendes til.

4.4 Værdiskabelse for målgruppen

Samlet set viser midtvejsevalueringen, at SMV:Grøn skaber stor værdi for deltagerne. Konkret angiver hele 83 % af de adspurgte virksomheder, at de i høj grad har fået et udbytte af programmet, ligesom stort set alle (97 %) vurderer, at deltagelsen forbedrer virksomhedens bæredygtighed.

Som det fremgår af figuren herunder, bidrager deltagelsen i SMV:Grøn også i høj grad til, at virksomhederne igangsætter konkrete tiltag inden for cirkulær økonomi. Konkret vurderer to tredjedele (62 %) allerede ved afslutningen af forløbet, at deltagelsen i SMV:Grøn har bidraget til, at virksomheden har igangsat konkrete tiltag inden for cirkulær økonomi, mens næsten en fjerdedel (24 %) har lagt en konkret plan for dette.

Figur 29: Har deltagelsen i SMV:Grøn bidraget til, at virksomheden har igangsat/gennemført konkrete tiltag indenfor cirkulær økonomi?



Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. $n = 74$.

De konkrete produkter og resultater, som virksomhederne får gennem sporet, er fx certificering, EPD'er (miljøvaredeklarationer), livscyklusberegninger og CO₂-regnskaber, hvilket også er med til at styrke virksomhedernes forudsætninger og motivation for at arbejde videre med deres grønne omstilling.

Tabellen herunder viser det umiddelbare udbytte, som virksomhederne ved afslutningen af forløbet vurderer, at de har opnået gennem SMV:Grøn.

Figur 30: Deltagervirksomhedernes umiddelbare udbytte af SMV:Grøn

Andel som har svaret meget enig eller enig i følgende udsagn om deres udbytte af SMV:Grøn	
Vi har fået øget viden om, hvordan vi kan arbejde med grøn omstilling	95 %
Vi har fået øget motivation for at arbejde med grøn omstilling	92 %
Vores deltagelse i programmet har bidraget til virksomhedens grønne omstilling	90 %
Vi har fået øget viden om, hvordan vi kan arbejde med cirkulær økonomi i virksomheden	78 %
Vi har fået en konkret handlingsplan for vores videre arbejde med grøn omstilling	75 %
Vi er blevet klædt bedre på til processen frem mod grønne mærkninger, standarder og certificeringer	74 %
Vi har fået overblik over vores CO2-udledning, ressourceforbrug	72 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. n = 74.

Tabellen viser bl.a., at over 90 % af de adspurgte virksomheder er meget enige eller enige i, at de har fået øget viden og motivation i forhold til at arbejde med grøn omstilling, mens 90 % er meget enige eller enige i, at SMV:Grøn har bidraget til virksomhedens grønne omstilling. Omkring tre fjerdele er desuden enige i, at de har fået øget viden om arbejdet med cirkulær økonomi, en konkret handlingsplan, samt at de er blevet klædt bedre på til processen frem mod grønne mærkninger/standarder/certificeringer.

Samlet set vurderer vi, at SMV:Grøn i høj grad skaber de ønskede effekter og understøtter den grønne og cirkulære omstilling blandt de deltagere, der kommer med i sporet.

Merværdi

Blandt de helt små virksomheder kan tilskuddet have betydning for, om de har råd til at købe den private rådgivning eller foretage den pågældende investering. For de lidt større virksomheder kan støtten fra SMV:Grøn i nogle tilfælde fungere som en blåstempling, der gør det nemmere at komme videre med det grønne projekt internt i virksomheden og evt. overfor bestyrelsen.

Mange af de interviewede virksomheder giver dog udtryk for, at de før eller siden ville have igangsat et tilsvarende arbejde (fx med udarbejdelse af EPD'er og klima-/miljørapporter), men at tilskuddet til rådgivning og/eller investering gennem SMV:Grøn har været med til at fremskynde og udvide omfanget af dette arbejde. SMV:Grøn er dermed med til at bringe deltagervirksomhederne på forkant og give dem en konkret konkurrencefordel i forhold til at imødekomme de stigende krav fra kunder og lovgivning om dokumentation af klima- og miljøpåvirkning.

Som det fremgår af tabellen herunder, viser spørgeskemaundersøgelsen også, at tilskuddet var afgørende for, at flere virksomheder valgte at købe rådgivning og investere.

Figur 31: Deltagervirksomhedernes umiddelbare udbytte af SMV:Grøn.

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV:Grøn	
Tilskuddet til rådgivning var afgørende for, at vores virksomhed valgte at indkøbe privat rådgivning	88 %
Tilskuddet til investering var afgørende for, at vores virksomhed valgte at investere	71 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb.

Økonomiske effekter

I forhold til andre programmer – som fx Klimaklar Produktionsvirksomhed – er det en styrke ved SMV:Grøn, at rådgivnings- og investeringsvoucherne kan bruges til at udarbejde EPD'er og CO2-regnskaber for specifikke produkter, da det typisk er det, der efterspørges af de store kunder i SMV'ernes værdikæde. Udbyttet fra SMV:Grøn kan dermed være med til at styrke eller bevare deltagervirksomhedernes salg og relationer til de store kunder.

Som det fremgår af kapitel 2, vurderer over 90 % ved afslutningen af forløbet, at deltagelsen i SMV:Grøn enten har haft eller vil have en positiv betydning for deres omsætning. Det er dog ikke nødvendigvis ensbetydende med, at virksomhederne forventer en markant vækst. Interviewene viser, at det i mange tilfælde primært handler om, at virksomhederne gennem SMV:Grøn bliver i stand til at fastholde de store kunder, der i stigende grad efterspørger dokumentation af klimaafttrykket fra deres underleverandørers produkter.

Samlet set viser evalueringen, at virksomhedernes markedsposition bliver styrket gennem SMV:Grøn, og at de bliver bedre rustet til at konkurrere på den grønne dagsorden.

4.5 Programmets design og virkemidler

Evalueringen viser, at der har været størst efterspørgsel på de store rådgivningsvouchers, jf. afsnit 4.2. En gennemgang af de tildelte bevillinger viser desuden, at der er blevet givet meget få vouchers til investeringer uden rådgivning, og at især den lille investeringsvoucher (på 50.000 kr.) kun anvendes i kombination med rådgivning. Rådgivningsvoucherne (og især de store på 150.000 kr.) fremstår således i høj grad som det bærende virkemiddel i programmet.

Som det fremgår af tabellen herunder, er det også en udbredt opfattelse blandt deltager-virksomhederne, at de har fået relevant og saglig rådgivning gennem programforløbet.

Figur 32: Deltagervirksomhedernes vurdering af rådgiverne

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV:Grøn	
Vores rådgiver(e)/leverandør(er) gav os rådgivning der var tilpasset vores behov	95 %
Vores rådgiver(e)/leverandør(er) var objektiv(e) og saglig(e) i sin/deres rådgivning	94 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb.

Ifølge erhvervshusene er det eksplicitte EU-krav i Regionalfonden om fokus på cirkulær økonomi imidlertid en væsentlig begrænsning. På trods af at der er relativt vide rammer for tolkningen og vinklingen i ansøgningerne, kan det skabe usikkerhed i målgruppen om, hvad der kan gives tilskud til. Det kan ifølge erhvervshusene fx afholde virksomheder med energieffektiviseringsprojekter om at søge, selvom der ofte vil være et tilstrækkeligt cirkulært element (fx i form af ressourcebesparelser) til at få tilskud. Dette afspejler sig muligvis også i virksomhedernes oplevelse af, om det var tydeligt for dem, hvad de fx kunne få hjælp til gennem SMV:Grøn. Her har kun 19 % svaret *meget enig*, hvilket er en noget lavere andel end blandt brugerne i de andre dele af Virksomhedsprogrammet, jf. kapitel 2.

Generelt opfatter virksomhederne kravet om kontantmedfinansiering som fair, da det er med til at øge virksomhedernes engagement i forløbet og gøre dem mindre afhængige af tilskudsmidlerne i forhold til at videreføre projektet.

Kommunikation

Ifølge projektholder bliver der anvendt mange forskellige kommunikationsformer og -kanaler.

Et af de væsentlige kommunikationsredskaber er løbende nyhedsbreve samt målrettede informationskampagner via sociale medier i de enkelte erhvervshuse. Derudover er der anvendt annoncering gennem bl.a. Google Search og LinkedIn, hvoraf førstnævnte ifølge projektholder har genereret flest klik per kr. Samtidig kommunikerer de lokale erhvervskontorer og andre programmer som fx DI's Klimaklar Produktionsvirksomhed også om SMV:Grøn.

På programmets hjemmeside er der udover den gængse information om programmets indhold, krav og ansøgningsproces bl.a. også lagt en række illustrative cases der viser, hvad forskellige typer af virksomheder har fået hjælp til. Desuden er der i samarbejde med SMV:PRO formuleret en række forslag til rådgivnings- eller investeringsforløb ("temapakker"), som giver virksomhederne konkrete input og inspiration til forløbets indhold og ansøgningen.

Generelt er det erhvervshusenes erfaring, at det har fungeret bedst, når der er blevet kommunikeret konkrete eksempler på, hvad programmet kan anvendes til frem for mere bred information om programmet. Det er i den forbindelse også vigtigt, at der bliver sat et lokalt præg på kommunikationen, så programmet fremstår nærværende og tilgængeligt.

Ifølge projektholder har især nyhedsbrevene været en succes og fungeret godt i forhold til at kunne tematisere informationen om programmet og give de interesserede virksomheder direkte adgang til at booke et online møde med en forretningsudvikler i erhvervshusene.

Rekruttering

Evalueringen viser, at det grundlæggende ikke er lykkedes at rekruttere virksomheder til SMV:Grøn med begrænset erfaring fra erhvervsfremmesystemet. Kun 14 % af deltagerne i SMV:Grøn har således ikke tidligere modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet, og mange af de adspurgte virksomheder har også tidligere deltaget i andre dele af Virksomhedsprogrammet. Det er derfor også typisk gennem information direkte fra erhvervshusene (fx via nyhedsbreve) samt Virksomhedsprogrammets hjemmeside, at virksomhederne har fået kendskab til SMV:Grøn. Henvisninger fra lokale erhvervskontorer/-råd spiller derimod en mindre rolle ligesom i de andre dele af Virksomhedsprogrammet, jf. kapitel 2.

Projektholders egen opgørelse viser desuden, at langt størstedelen af de deltagende virksomheder kommer ind i SMV:Grøn gennem sparring med forretningsudviklere i erhvervshusene, samt at godkendelsesprocenten er højere blandt de ansøgere, der har haft sparring med erhvervshusene, jf. tabellen herunder.

Figur 33: Antal modtagne og godkendte ansøgninger (i parentes) om vouchers fordelt på indgang og erhvervshusregion

Erhvervshusregion	Sparring med forretningsudvikler v/Erhvervshusene	Sparring med anden aktør	Ingen vejledning/sparring
Midtjylland	88 (38)	42 (17)	41 (20)
Hovedstaden	91 (54)	18 (6)	34 (10)
Nordjylland	31 (22)	6 (2)	6 (4)
Syddjylland	48 (28)	16 (9)	11 (3)
Sjælland	46 (22)	6 (2)	12 (5)
Fyn	26 (8)	3 (2)	6 (3)
TOTAL	360 (174)	91 (38)	110 (45)
Godkendelses-%	48 %	42 %	41 %

Kilde: Projektholders opgørelse i efteråret 2024. S. 24-25 i PP-præsentation fra august 2024.

Samlet set indikerer evalueringen, at der er et potentiale for at rekruttere flere nye virksomheder til SMV:Grøn via andre kanaler end erhvervshusene, hvilket fx kunne være gennem den lokale erhvervsservice i kommunerne, business regions, erhvervsorganisationer og evt. klyngeorganisationer. Det kunne være en måde at løse sporets rekrutteringsudfordringer.

4.6 Administration og proces

Overordnet set viser evalueringen, at flere virksomheder oplever brugerrejsen og de administrative krav i SMV:Grøn som tung. Som det fremgår af kapitel 1, erklærer 62 % af deltagerne sig enige i, at det samlet set var let og enkelt at deltage i forløbet, hvorimod den tilsvarende andel på tværs af alle de seks spor i Virksomhedsprogrammet er 73 %.

Spørgeskemaundersøgelsen viser dog også, at kun cirka 10 % i lav grad eller slet ikke oplevede, at deres udbytte ved at deltage stod mål med de administrative krav. Samtidig giver de fleste af de interviewede deltagere også udtryk for, at udbyttet af SMV:Grøn overstiger de ressourcer, som de har anvendt på forløbet. Dette skal imidlertid ses i sammenhæng med, at en stor andel af deltagerne i SMV:Grøn kan betegnes som "superbrugere" af erhvervsfremmesystemet. Dvs. at de har erfaringer fra andre programmer med at håndtere de administrative krav og processer. Evalueringen tegner således et billede af, at de administrative krav og processer især kan opleves som krævende for de mindre erfarne virksomheder.

I nedenstående afsnit beskriver vi nærmere, hvordan virksomhederne oplever forskellige aspekter af brugerrejsen i SMV:Grøn.

Ansøgningsproces

Generelt viser interviewene, at der er betydelig forskel på, hvordan deltagerne har oplevet ansøgningsprocessen. Nogle af superbrugerne med erfaring fra andre dele af Virksomhedsprogrammet har fx oplevet ansøgningsprocessen som nem og enkel. Flere giver i den forbindelse også udtryk for stor tilfredshed med erhvervshusenes procesbeskrivelse (flowchart), der giver dem et godt overblik over hele forløbet. Andre har derimod oplevet ansøgningen som krævende. Spørgeskemaundersøgelsen viser også, at kun 54 % af deltagerne i

SMV:Grøn er enige i, at ansøgningsprocessen var overskuelig. Det sammen gør sig gældende for 63 % af alle deltagerne på tværs af Virksomhedsprogrammet.

I interviewene udtrykker virksomhedernes særligt utilfreds med brugervenligheden i Online-Legat. De oplever generelt platformen som forældet, og utilfredsheden knytter sig bl.a. til manglende visuelt overblik over, hvor langt de er i forløbet, udfordringer med at uploade filer i forskellige formater, begrænsninger på login, manglende automatisk gemmefunktion, minimumskrav om antal ord i projektbeskrivelsen samt manglende adgang til tekniske telefonisk support og lange svartider per mail.

Markedsafsøgning

Enkelte af de interviewede virksomheder har haft en positiv oplevelse af markedsafsøgningen. Disse tilfælde er typisk karakteriseret ved, at virksomhederne har efterspurgt et relativt generisk forløb, hvor der er flere forskellige relevante leverandører på det danske marked. Her kan markedsafsøgningen og erhvervshusenes inspirationsliste være med til effektivisere og kvalificere virksomhedernes valg af rådgiver og leverandør.

Størstedelen af de interviewede virksomheder og rådgivere er imidlertid utilfredse med markedsafsøgningen. Dette knytter sig i høj grad til de tilfælde, hvor virksomheden forud for ansøgningen har været i dialog med en specifik rådgiver, som har været med til at definere og konkretisere det pågældende projekt og/eller allerede har et indgående kendskab til virksomheden. Derudover gælder det også i de tilfælde, hvor der fx kun er én udbyder i Danmark af den certificering eller software, virksomheden ønsker at anskaffe gennem SMV:Grøn. I disse tilfælde oplever virksomhederne markedsafsøgningen som en pseudoproces, der både skaber ressourcespild blandt udbyderne (deltagervirksomhederne) og tilbudsgiverne (rådgiverne). Dette billede bekræftes også af de interviewede rådgivere, der giver udtryk for store frustrationer over de mange forespørgsler på pseudotilbud.

Den selvstændige markedsafsøgningsfase kan desuden være med til at forlænge tidspunktet fra godkendelsen af ansøgningen til opstarten af forløbet, og flere har også oplevet dokumentationen af markedsafsøgningen som krævende.

Samlet set viser evalueringen, at markedsafsøgningen og erhvervshusenes inspirationsliste med rådgivere/leverandører fungerer bedst i de tilfælde, hvor virksomhederne ønsker et forholdsvis standardiseret forløb – der udbydes af flere forskellige leverandører i Danmark – og som ikke kræver et dybere forudgående kendskab til virksomheden og projektet. Men mange oplever markedsafsøgningen som "ressourcespild" og "en bureaukratisk skueproces" – som det bliver formuleret af en af deltagervirksomhederne.

Afslutning

Der er undervejs i programperioden blevet indført et krav om, at deltagerne ved afslutningen af SMV:Grøn skal udarbejde en såkaldt Grøn Plan. Idéen med tiltaget er at understøtte forankringen og den videre anvendelse af resultaterne blandt deltagervirksomhederne. Intentionen er god, men forretningsudviklerne i erhvervshusene og nogle af deltagervirksomhederne kritiserer dog, at kravet om anvendelse af Klimakompasset ikke har været tilstrækkeligt tydeligt fra start. Dertil kommer, at flere virksomheder oplever Grøn Plan som et kontrolredskab, der skaber usikkerhed om udbetalingen af refusionen. Det gælder især i de tilfælde, hvor projektets CO2-reduktion skal beregnes og dokumenteres. Flere af de interviewede virksomheder har også oplevet udarbejdelsen og godkendelsen af den grønne plan som en

bureaukratisk proces, ligesom de generelt er usikre på, hvordan disse anvendes af erhvervs-husene/Erhvervsstyrelsen.

Samlet set er det således vores vurdering, at intentionen med Grøn Plan er god, men at der er et potentiale i forhold til at forenkle kravene og synliggøre formålet med planen.

Sparring med Erhvervshuset

Både spørgeskemaundersøgelsen og interviewene viser, at forretningsudviklingerne/konsulenterne i erhvervshusene har ydet værdifuld sparring til virksomhederne gennem hele forløbet. Herunder både i forbindelse med ansøgning, markedsafsøgning og Grøn Plan. Konkret har 90 % af de adspurgte deltagere i SMV:Grøn sparret med en forretningsudvikler fra erhvervshuset undervejs i forløbet. Heriblandt har 95 % svaret, at forretningsudvikleren har ydet værdifuld sparring/vejledning i forløbet. Dette bekræftes også af interviewene med deltagervirksomhederne, som udtrykker stor tilfredshed med erhvervshusenes sparring og service.

Erhvervshus Nordjyllands egen opgørelse i forbindelse med udarbejdelsen af Grøn Plan viser desuden, at ca. 70 % af alle deltagerne vurderer, at sparringen med deres regionale erhvervshus i meget høj grad eller i høj grad gav dem bedre forudsætninger for et godt og værdiskabende projektforsløb.

Derudover fremhæver superbrugerne – som har erfaring med andre dele af Virksomhedsprogrammet og erhvervsfremmesystemet – at det er meget positivt, at der ikke er noget krav om løbende timeregistrering af virksomhedernes eget tidsforbrug i SMV:Grøn.

Det er vores samlede vurdering, at sparringen med erhvervshusene især spiller en afgørende rolle i forhold til at få virksomhederne gennem ansøgningsprocessen og ombord i sporet, og at det med de nuværende administrative krav og fokus på cirkulær økonomi vil være vanskeligt at skære ned på erhvervshusenes sparring, uden at det vil have en negativ effekt på "inflowet" af virksomheder.

4.7 Samspil med økosystemet

Deltagerne i SMV:Grøn er i høj grad karakteriseret ved at være superbrugere af erhvervsfremmesystemet, ligesom ca. 70 % er blevet henvist eller gjort opmærksom på andre tilbud i erhvervsfremmesystemet gennem SMV:Grøn. Kun 5 % giver udtryk for, at de har savnet henvisninger til andre tilbud mod 10 % på tværs af alle brugerne af Virksomhedsprogrammet.

Klimaklar Produktionsvirksomhed, der udbydes af Dansk Industri og Industriens Fond, henviser systematisk til både SMV:Grøn og SMV:Grønne kompetencer. Herigennem kan produktionsrelaterede virksomheder inden for industri, engroshandel og transport gennem et digitalt læringsforløb få en introduktion til at forstå og beregne virksomhedens CO₂-data, sætte reduktionsmål samt få vejledning i god klimakommunikation. Programmet kan derfor være en god forløber for et mere skræddersyede og dybdegående forløb i SMV:Grøn. Det fremstår således som et godt og relevant tiltag, at der herigennem henvises til SMV:Grøn.

Mange af de interviewede aktører fremhæver, at der er generelt et stort udbud af tilbud til virksomheder inden for den grønne dagsorden. F.eks. tilbyder den lokale erhvervsservice og brancheorganisationer flere forskellige generelle og kollektive informationsforløb,

ligesom klyngeorganisationer og Innovationsfonden giver støtte til de mere innovations- og udviklingsorienterede projekter.

Vi vurderer, at SMV:Grøn er et relevant tilbud for de virksomheder, der har behov for individuel støtte til et konkret og operationelt grønt projekt, og som er bevidste om deres behov. Samtidig indikerer evalueringen dog også, at henvisningerne fra de andre aktører i økosystemet – herunder den lokale erhvervsservice – kan styrkes.

4.8 anbefalinger

Samlet set viser evalueringen, at SMV:Grøn er et attraktivt og effektivt program for de virksomheder, der erfaring med erhvervsfremmesystemet, og som ønsker at være på forkant med den grønne dagsorden, eller som står med en specifik problemstilling fx pga. nye krav fra deres kunder. Tilskuddet spiller en afgørende rolle for deres beslutning om at købe privat rådgivning, hvilket er med til at fremskynde og styrke virksomhedernes arbejde med grøn omstilling (og cirkulær økonomi). Det giver dem en konkurrencefordel og stærkere markedsposition. Virksomhederne oplever dog det eksplicitte krav om fokus på cirkulær økonomi samt de administrative byrder forbundet med ansøgningsproces, markedsafsøgning og slutrapportering (grøn plan) som barrierer for udbredelsen og anvendelsen af programmet.

På baggrund af evalueringen har vi opstillet følgende anbefalinger til, hvordan SMV:Grøn fremadrettet kan styrkes yderligere, ligesom vi i sammenfatningen beskriver en række tværgående anbefalinger til Virksomhedsprogrammet:

- **Styrket markedsføring og rekruttering.** Evalueringen viser, at der er mange "superbrugere" af Virksomhedsprogrammet blandt deltagerne i SMV:Grøn, samt at det har været svært at rekruttere en bredere kreds af danske SMV'er til dette spor. Selvom SMV:Grøn skaber stor værdi for deltagerne, viser evalueringen, at manglende viden om bæredygtighed, grøn omstilling, cirkulær økonomi og egne behov kan afholde mange virksomheder i målgruppen fra at benytte sporet. Vi anbefaler derfor, at Erhvervshusene afsætter flere ressourcer til markedsføring og nye rekrutteringstiltag, samt at dette så vidt muligt udmøntes decentralt og gennem direkte dialog med målgruppen. Det kan fx være gennem "callcentre" i samarbejde med den lokale erhvervsservice, udvalgte rådgivere og evt. brancheorganisationer, hvor der gennem kvalificeret sparring er tid og ressourcer til at afdække virksomhedernes behov og potentialer i forhold til at deltage i programmerne. Det er i den forbindelse naturligvis afgørende, at der også etableres en incitamentsstruktur, som understøtter dette, og at der dermed afsættes/flyttes særskilte midler til den decentrale og håndholdte rekrutteringsindsats.
- **Synliggøre den administrative brugerrejse og mulighederne for hjælp.** Evalueringen viser, at det opleves som tungt for mange virksomheder at leve op til de administrative krav i forbindelse med ansøgning, markedsafsøgning og den afsluttende grønne plan, og at dette også afholder relevante virksomheder fra at deltage i SMV:Grøn. Vi anbefaler derfor, at erhvervshusene gør mere ud af at fremhæve gode eksempler på, hvordan andre virksomheder er kommet nemt og effektivt gennem programforløbene, og fx med hjælp og sparring fra erhvervshusene konkret har håndteret de forskellige faser og administrative krav. Det er vores vurdering, at dette kunne fungere som et godt supplement til det eksisterende materiale på

Virksomhedsprogrammets hjemmeside (temapakker og cases), der pt. primært handler om inspiration til programforløbenes indhold og udbytte.

- **Ændrede krav til markedsafsøgning.** Evalueringen viser, at markedsafsøgningen i sin nuværende form i mange tilfælde fungerer uhensigtsmæssigt, da den medfører ressourcespild for både virksomhederne og rådgiverne. Derudover kan markedsafsøgningen være med til at forlænge tidspunktet fra bevillingstilsagnet til opstarten af rådgivningsforløbet. Vi anbefaler derfor, at erhvervshusene overvejer at ændre de nuværende krav til markedsafsøgningen. Det kan fx være ved at gøre det muligt for virksomhederne at vedlægge tilbud i forbindelse med ansøgningen, så de kan gå direkte i gang med forløbet efter bevillingstilsagnet, hvilket også kan få den samlede brugerrejse og de administrative processer til at fremstå mere enkle. Det kan dermed være op til de enkelte virksomheder, om markedsafsøgningen skal være en særskilt fase, eller om det kan integreres i ansøgningsprocessen.

5 SMV:Grønne kompetencer

5.1 Kort intro til SMV:Grønne kompetencer

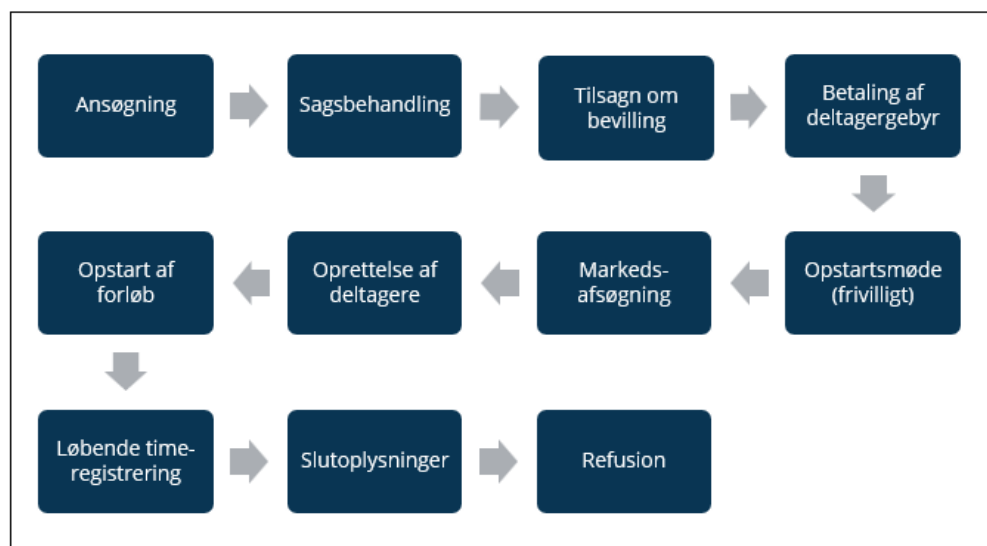
SMV:Grønne kompetencer bidrager til at styrke SMV'ers adgang til kvalificeret arbejdskraft gennem kompetenceudvikling af medarbejdere, ledelse og bestyrelse. Formålet er at tilføre deltagerne kompetencer, viden og færdigheder, så de kan imødekomme og håndtere konkrete nye opgaver og EU-krav samt træffe mere kvalificerede strategiske beslutninger i forhold til den grønne omstilling.

Sporets hovedaktiviteter er målrettede kollektive workshops (Grøn Kickstart) og 1:1 vouchers på op til 60.000 kr. til skræddersyet kompetenceudvikling (Voucher 1) eller åbne kurser (Voucher 2). I alt forventer projektholder deltagelse fra 1.282 unikke virksomheder og 2.979 personer, hvoraf 2.807 (94 %) opnår et øget kompetenceniveau. Kompetenceleverandørerne er eksterne rådgivere, videns- og uddannelsesinstitutioner, GTS'er, klyngeorganisationer, m.fl.

Det er bl.a. et krav, at virksomhederne beskæftiger mellem 2-249 årsværk, og at de i forbindelse med modtagelse af 1:1 vouchers selv er villige til at investere 140 timer i projektet samt betale et deltagergebyr på 9.000 kr. Derudover skal virksomhederne gennemføre en markedsafsøgning og have godkendt deres valg af rådgiver eller kursus, inden de kan starte rådgivnings- eller kursusforløbet. Virksomhederne som bliver godkendt til SMV:Grønne kompetencer, har 7 måneder til at gennemføre forløbet.

Figuren herunder viser virksomhedernes vej gennem SMV:Grønne kompetencer.

Figur 34: Virksomhedernes vej gennem SMV:Grønne kompetencer



Kilde: "Din virksomheds vej gennem SMV:Grønne kompetencer" fra <https://virksomhedsprogrammet.dk/content/tydelser/faq-smvgroenne-kompetencer/fd9f8345-0ec1-47b6-a9ff-e2123849a005/>

Alle erhvervshusene indgår som ligeværdige partnere i et samlet partnerskab om SMV:Grønne kompetencer med Erhvervshus Nordjylland som projektholder og Erhvervshus Sjælland som Co-lead. Derudover indgår projektledelsen i den nationale gruppe for Virksomhedsprogrammet, og der er etableret et Advisory Board med brancheorganisationer,

erhvervsfremmeaktører, klyngeorganisationer samt forsknings-, uddannelses- og arbejdsmarkedsaktører.

5.2 Fremdrift på indikatorer

Dette afsnit giver et overblik over fremdriften på de indikatorer, der er aftalt mellem projektholder og Erhvervsstyrelsen. Tallene tager udgangspunkt i projektholders afrapportering til Erhvervsstyrelsen per 31. august 2024.

Tabellen herunder viser status på de opstillede aktivitetsmål.

Figur 35: Status på de opstillede aktivitetsmål per 31.08.2024

Aktivitet	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Grøn Kickstart workshops	60 workshops med deltagelse af 360 unikke virksomheder og 450 unikke personer	28	47 %
Voucher 1 – Skræddersyede forløb	551 unikke virksomheder og 1.377 unikke personer deltager	-	-
Voucher 2 – Eksisterende kurser	551 unikke virksomheder og 1.377 unikke personer deltager	-	-
Voucher 1 og 2	1.102 virksomheder*	364	33 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt. *Er angivet samlet da virksomhederne på indtrædelsestidspunktet endnu ikke har valgt vouchertype.

Der er ultimo august 2024 afviklet 28 workshops, hvilket er næsten halvdelen (47 %) af måltallet på 60 workshops i projektperioden. I Sjælland og Nordjylland er 67 % af de ønskede workshops blevet afviklet, og det er dermed de to erhvervsregioner, som har opnået den største målopfyldelse.

Fremdriften på sporets voucherforløb er samlet set 33 %, da 364 virksomheder af de forventede 1.102 har fået en voucher. Den relativt lave fremdrift skyldes ifølge projektholder, at rekrutteringen har været sværere end forventet, og at der i alle ansøgningsrunder er ansøgt om færre midler end forventet. I projektholders statusnotat per 31. august 2024 er der kun angivet det samlede antal virksomheder, da alle virksomheder endnu ikke har valgt vouchertyper. Af oversigter fremsendt af projektholder d. 1. november 2024 i forbindelse med midtvejsevalueringen fremgår det imidlertid, at langt størstedelen af de fordelte vouchers (i afsluttede og igangværende forløb) er givet til skræddersyede forløb (ca. 85 %) fremfor eksisterende kurser (ca. 15 %).

Tabellen herunder viser status på de opstillede outputmål.

Figur 36: Status på de opstillede outputmål per 31.08.2024

Output	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Antal deltagere i alt (unikke SMV'er)	1.282	734	57 %
Antal deltagere i alt (unikke personer)	2.979	1.552	52 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluatør af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

Tabellen viser, at fremdriften ift. antal unikke SMV'er og antal unikke personer er på hhv. 57 % og 52 %. Det er i den forbindelse vigtigt at fremhæve, at der har været færre ansøgninger end forventet, og at der derfor har været en del uforbrugte midler og vouchers i den første del af projektperioden.

Tabellen herunder viser, at 21% af projektets effektmål om opnåelse af uformelle kvalifikationer er opnået per 31.08.2024.

Figur 37: Status på de opstillede effektmål per 31.08.2024

Indikator	Måltal i projektperioden	Status	Målopnåelse i procent
Uformelle kvalifikationer af Grøn Kickstart	382 (ud af 450) deltagere i Grøn Kickstart Workshop opnår uformelle kvalifikationer	-	-
Uformelle kvalifikationer af Voucher 1	1.308 (ud af 1.377) deltagere i V1 opnår uformelle kvalifikationer	-	-
Uformelle kvalifikationer af Voucher 2	1.308 (ud af 1.377) deltagere i V2 opnår uformelle kvalifikationer	-	-
Uformelle kvalifikationer i alt	2.807 deltagere opnår uformelle kvalifikationer	585	21 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluatør af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

Det er projektholders samlede forventning, at målsætningerne vil blive nået inden for den resterende del af projektperioden, der er blevet forlænget med 10 måneder til d. 31.12.2026. Selvom der har været udfordringer med rekrutteringen i den første del af projektperioden, har der fra efteråret 2024 til medio januar 2025 været stor aktivitet og god fremdrift i projektet. Konkret oplyser projektholder, at der medio januar 2025 er gennemført 43 ud af 60 kollektive workshops (Grøn Kickstart), og at 738 virksomheder har modtaget en voucher. Sidstnævnte svarer til 67 % i af målsætningen om 1.102. På den baggrund vurderer vi, at det er realistisk, at sporet vil nå måltallene inden for den forlængede projektperiode.

5.3 Deltagerne i SMV:Grønne kompetencer

I dette afsnit laver vi en kortfattet beskrivelse af deltagerne i SMV:Grønne kompetencer. Afsnittet omfatter kun de virksomheder, der har modtaget tilsagn om en voucher og dermed ikke deltagerne i Grøn Kickstart. Vi henviser løbende til bruger- og spørgeskemadata, som er præsenteret nærmere i kapitel 2.

Branche, geografi og størrelse

Deltagerne i SMV:Grønne kompetencer er typisk virksomheder inden for industri (24 %) eller engroshandel (21 %), selvom der er en væsentlig større branchemæssig spredning end i

SMV:Grøn. Dette afspejler SMV:Grønne kompetencers relativt brede anvendelsesmuligheder.

Størstedelen af deltagerne kommer fra Midtjylland (28 %) og Hovedstaden (23 %), og der er klart færrest fra Fyn (2 %). I forhold til den ønskede "fordelingsnøgle" mellem de forskellige erhvervshusregioner er der en større andel virksomheder fra Jylland (både midt, syd og nord) og en mindre andel fra Hovedstaden og Fyn. Andelen af deltagere fra Sjælland er med 13 % kun lidt under målsætningen på 14 %.

Der er en relativt lav andel deltagervirksomheder med 0-4 ansatte (14 %) sammenlignet med de øvrige dele af Virksomhedsprogrammet, hvilket sandsynligvis hænger sammen med kravet om minimum to ansatte. Omvendt er der en forholdsvis høj andel af store virksomheder med over 50 ansatte i SMV:Grønne kompetencer.

Samlet set er deltagerne i SMV:Grønne kompetencer således typisk midtjyske industrivirksomheder med 11-50 ansatte.

Erfaring med erhvervsfremmesystemet

Kun cirka en fjerdedel af de adspurgte deltagere i SMV:Grønne kompetencer tilkendegiver, at de ikke tidligere har modtaget vejledning i erhvervsfremmesystemet, hvorimod det samme gør sig gældende for lidt over en tredjedel af deltagerne på tværs af Virksomhedsprogrammet. Der er dermed en forholdsvis høj andel af erfarne brugere blandt deltagerne i SMV:Grønne kompetencer. Størstedelen (62 %) er desuden blevet henvist eller gjort opmærksomme på andre tilbud i erhvervsfremmesystemet gennem SMV:Grønne kompetencer, selvom andelen er lidt lavere end i Virksomhedsprogrammet som helhed.

Karakteristika ved ikke-brugerne og barrierer for deltagelse

Ikke-brugerne af SMV:Grønne kompetencer er ifølge de gennemførte interview ofte karakteriseret ved, at de endnu ikke direkte mærker de nye krav om ESG-rapportering fra kunder og samarbejdspartnere i deres værdikæde. De oplever således ikke et presserende behov for at styrke deres grønne kompetencer, da de fx ikke leverer direkte til store virksomheder, koncerner og kæder – som er underlagt krav om ESG-rapportering – og samtidig heller ikke er på et marked, hvor den grønne profil er en væsentlig konkurrenceparameter. Ikke-brugerne har dermed typisk en mere reaktiv tilgang til den grønne omstilling og har ikke nogen ønsker eller klare incitamenter til at være på forkant.

Derudover er det særligt små virksomheder med under 5 ansatte, der kan betegnes som ikke-brugere. Udover det formelle krav om minimum to ansatte kan det også skyldes, at det kræver relativt mange ressourcer og timer for de helt små virksomheder at deltage i et kompetenceudviklingsforløb.

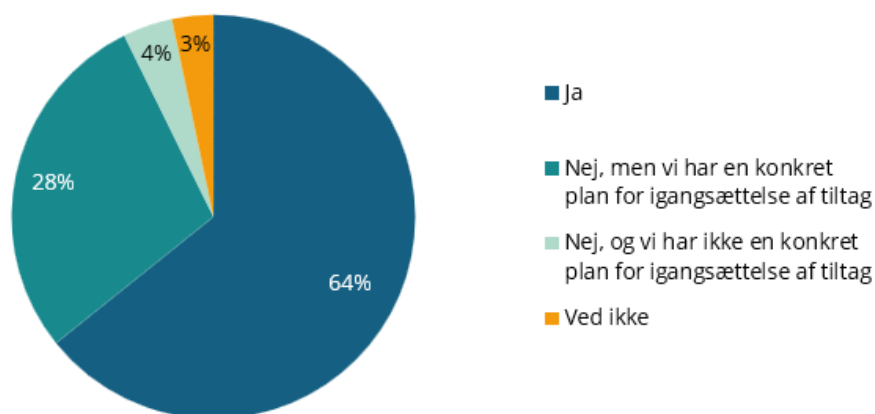
Interviewene med ikke-brugerne viser også, at de administrative byrder forbundet med markedsafsøgning, tidsregistrering osv. afholder nogle fra at ansøge om et forløb. I et specifikt tilfælde havde en virksomhed fx allerede fundet et kursus til 10-15.000 kr. inden ansøgningen. Selvom de med en voucher fra SMV:Grønne kompetencer kunne have opskaleret kursusforløbet, var det deres samlede vurdering, at det ikke stod mål med det administrative ressourceforbrug, og at det ville forlænge processen. Ikke-brugere kan således også være karakteriseret ved, at der ikke er et match mellem deres behov for kompetenceudvikling, tilskuddets størrelse og kravene til deltagelsen.

Samlet set tegner de gennemførte interviews et billede af, at de administrative byrder og krav kan afholde en del relevante ikke-brugere fra at benytte SMV:Grønne kompetencer. For at stimulere brugen blandt relevante ikke-brugere, vil det være relevant med tiltag til at forenkle kravene samt synliggøre mulighederne for at få hjælp undervejs (fx gennem sparring med forretningsudviklingerne i erhvervshusene). Derudover kan erhvervshusene også synliggøre, hvordan andre virksomheder fx har håndteret markedsafsøgningen og er kommet enkelt gennem de administrative krav. Det kan fx være gennem korte cases med fokus på brugerrejsen.

5.4 Værdiskabelse for målgruppen

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at hele 83 % ved afslutningen af et individuelt forløb i SMV:Grønne kompetencer mener, at de i høj grad har fået et udbytte, samt at 15 % mener, at de i nogen grad har fået et udbytte. Overordnet oplever stort set alle deltagervirksomhederne således, at kompetenceforløbet har været værdiskabende. Som det fremgår af figuren herunder, bidrager SMV:Grønne kompetencer også i høj grad til, at virksomhederne igangsætter konkrete tiltag for at fremme deres grønne omstilling.

Figur 38: Har kompetenceudviklingen i SMV:Grønne kompetencer bidraget til, at virksomheden har igangsat/gennemført konkrete tiltag for at fremme virksomhedens grønne omstilling?



Kilde: Survey blandt deltagervirksomhederne ved afslutning af deres forløb. n = 151.

Hele 64 % tilkendegiver, at kompetenceudviklingen i SMV:Grønne kompetencer allerede ved afslutningen af det individuelle forløb har bidraget til, at de har igangsat konkrete tiltag for at fremme virksomhedens grønne omstilling. Samtidig svarer 28 %, at de har lagt en konkret plan for dette. Endeligt viser spørgeskemaundersøgelsen, at 37 % af virksomhederne har fået forbedret deres bæredygtighed, og at 59 % fremadrettet forventer dette pga. SMV:Grønne kompetencer, jf. kapitel 2.

Tabellen herunder giver et nærmere indblik i det umiddelbare udbytte, som virksomhederne vurderer, at de har opnået gennem SMV:Grønne kompetencer ved afslutningen af det individuelle forløb.

Figur 39: Deltagervirksomhedernes umiddelbare udbytte af de individuelle forløb i SMV:Grønne kompetencer.

Andel som har svaret meget enig eller enig i følgende udsagn om udbyttet af SMV:Grønne kompetencer	
Vores deltagelse i programmet har bidraget til, at vi har fået styrkede kompetencer til at gennemføre virksomhedens grønne omstilling	96 %
Vi er blevet mere afklarede om virksomhedens kompetence- og opkvalificeringsbehov ift. grøn omstilling	92 %
Vi har fået stærkere kompetencer ift. at arbejde med bæredygtighed i virksomhedens værdikæde	91 %
Vi har fået stærkere ledelsesmæssige kompetencer til at træffe strategiske beslutninger om virksomhedens grønne omstilling	87 %
Vi har fået stærkere kompetencer ift. strategisk håndtering af nye rapporteringskrav og -muligheder (fx EU's taksonomiforordning, CSRD-direktiv og ESG-rapportering)	78 %
Vi har fået stærkere kompetencer inden for produktudvikling og designtænkning (f.eks. ift. lang levetid, genanvendelse m.v.)	58 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. n = 151.

De individuelle vouchers i SMV:Grønne kompetencer kan dække en bred vifte af skræddersyede og åbne kompetenceforløb, og der er også stor forskel på, hvordan deltagerne har anvendt tilskuddet. Næsten alle deltagere er dog enten meget enige eller enige i, at sporet har bidraget til, at de har fået styrkede kompetencer til at gennemføre virksomhedens grønne omstilling (96 %), er blevet mere afklarede om virksomhedens kompetence- og opkvalificeringsbehov i forhold til grøn omstilling (92 %), og at de har fået stærkere kompetencer i forhold til at arbejde med bæredygtighed i virksomhedens værdikæde (91 %). Derudover er en stor del (87 %) enige i, at de har fået stærkere ledelsesmæssige kompetencer til at træffe strategiske beslutninger om virksomhedens grønne omstilling.

Både interviewene og spørgeskemaundersøgelsen viser også, at de nye rapporteringskrav i tilknytning til CSRD-direktivet og ESG-rapportering fylder en del blandt mange af deltagerne. Selvom SMV'erne ikke er direkte omfattet af de nye lovkrav, hænger det naturligt sammen med det stigende fokus på dette blandt de store kunder i deres værdikæde.

Udover at imødekomme kundernes efterspørgsel på data/dokumentation til ESG-rapportering nævner deltagerne også, at kompetenceudviklingen og de grønne tiltag kan være med til at skabe øget trivsel og tilfredshed internt i virksomhederne. I et konkret tilfælde har en virksomhed fx gennem et individuelt kompetenceforløb lært at bruge deres data til at udarbejde en ESG-rapport. Det har både eksternt været med til at styrke virksomhedens omdømme og goodwill overfor kunder og samarbejdspartnere samt internt skabt en ny grøn identitet og øget arbejdsglæde blandt medarbejderne. I et andet tilfælde har kompetenceforløbet skabt større indsigt i virksomhedens CO₂-udledning og bl.a. ført til øget anvendelse af lokale leverandører og vegansk mad.

Endeligt fremhæver nogle af de interviewede virksomheder, at de gennem kompetenceforløbene har fået bedre indsigt i, hvad der sker på den grønne dagsorden, samt at de er blevet bedre til at forstå begreberne og tale med kunder og samarbejdspartnere.

Vi vurderer samlet set, at SMV:Grønne kompetencer høj grad lykkes med at skabe et udbytte hos de deltagende virksomheder, hvilket både fører til, at virksomhederne igangsætter

konkrete tiltag for at styrke deres grønne omstilling, og at de (forventer at) oplever forbedringer ift. deres bæredygtighed.

Grøn Kickstart

Deltagerne i Grøn Kickstart er blevet bedt om at besvare et spørgeskema efter workshopforløbet, hvilket i alt 342 respondenter havde gjort ved midtvejsevalueringens gennemførelse. Disse resultater giver et billede af, at de kollektive workshops har skabt værdi for størstedelen af deltagerne, jf. tabellen herunder.

Figur 40: Deltagernes vurdering af det umiddelbare udbytte fra Grøn Kickstart

Andel som har svaret i meget høj grad eller i høj grad til følgende udsagn om udbyttet af Grøn Kickstart	
I hvilken grad har du fået viden om, hvad grøn omstilling betyder for virksomheden og jeres branche (f.eks. certificeringer, regulering m.v.)?	67 %
I hvilken grad er du blevet mere afklaret om virksomhedens kompetence- og opkvalificeringsbehov ift. grøn omstilling?	57 %

Kilde: Survey blandt deltagerne i de kollektive forløb. n = 343.

Tabellen viser, at 67 % i meget høj grad eller i høj grad vurderer, at de gennem de kollektive workshops har fået viden om, hvad grøn omstilling betyder for deres virksomhed og branche (f.eks. certificeringer, regulering m.v.), samt at 57 % i meget høj grad eller i høj grad vurderer, at de er blevet mere afklarede om virksomhedens kompetence- og opkvalificeringsbehov i forhold til grøn omstilling.

Deltagernes udbytte er mindre end af de individuelle forløb (jf. figur 40), hvilket er forventeligt i lyset af tilbuddenes forskellige omfang og karakter. De gennemgående forbedringsforslag blandt deltagerne i Grøn Kickstart handler især om, at indholdet kunne være gjort mere konkret og målrettet til de specifikke virksomheder, der deltog i workshoppen.

Merværdi

Langt størstedelen af de interviewede virksomheder fremhæver, at de ikke ville have købt og gennemført et tilsvarende individuelt kompetenceforløb uden tilskuddet fra SMV:Grønne kompetencer. Hele 91 % svarer da også i spørgeskemaundersøgelsen, at de er meget enige eller enige i, at tilskuddet fra SMV:Grønne kompetencer var afgørende for, at deres virksomhed valgte at købe kompetenceudvikling.

Især for de helt små virksomheder med begrænsede ressourcer kan det økonomiske tilskud i sig selv have en væsentlig betydning. Derudover bliver det fremhævet af flere forskellige virksomheder, at tilskuddet er en god anledning til at komme i gang med den grønne kompetenceudvikling, og at SMV:Grønne kompetencer er med til at fremskynde en omstilling i deres virksomhed. Merværdien handler således ikke kun om størrelsen på det økonomiske tilskud men også om, at deltagelsen i programforløbet i sig selv fungerer som en katalysator i forhold til at få gennemført kompetenceudviklingen. En af de interviewede virksomheder fortæller fx, at SMV:Grønne kompetencer ansporede virksomheden til efterfølgende at få en specifik ISO-certificering og arbejde videre med deres grønne omstilling.

Økonomiske effekter

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at deltagerne i de individuelle forløb i mindre grad oplever økonomiske effekter af SMV:Grønne kompetencer end af de andre dele af

Virksomhedsprogrammet, jf. kapitel 2. Fx har kun 9 % oplevet forbedringer af deres omsætning pga. SMV:Grønne kompetencer mod 22 % for Virksomhedsprogrammet som helhed. Derudover har 37 % af deltagerne på tværs af Virksomhedsprogrammet allerede opnået produktivtetsforbedringer ved afslutningen af deres forløb, hvilket 'kun' gør sig gældende 15 % af deltagerne i SMV:Grønne kompetencer.

Disse resultater hænger naturligt sammen med, at både tilskuddets størrelse og forløbets varighed er mindre i SMV:Grønne kompetencer end i de andre dele af Virksomhedsprogrammet, samt at det ofte handler om at styrke SMV'ernes mere grundlæggende viden fremfor specifikke forretningskritiske omstillingsprojekter. SMV:Grønne kompetencer handler således i højere grad om at styrke virksomhedernes forudsætninger for at arbejde videre med den grønne omstilling. Derfor er det også positivt, at næsten alle deltagere i SMV:Grønne kompetencer oplever eller forventer at opleve forbedringer i deres arbejde med bæredygtighed som følge af deres deltagelse.

Interviewene viser dog, at udbyttet typisk opleves som størst blandt de virksomheder, der har et relativt klart og afgrænset billede af, hvad de vil have ud af forløbet, og hvor det har en direkte betydning for deres forretning. Det kan fx være et specifikt kursus, som gør virksomhederne i stand til at levere nye og mere helhedsorienterede ydelser til deres kunder. Omvendt oplever virksomhederne udbyttet som lavere i de tilfælde, hvor forløbets formål har en mere eksplorativ og overordnet karakter. Det skyldes bl.a., at timerne og tilskuddet hurtigt kan blive brugt på den indledende afklaringsfase, og at det derfor kræver, at virksomhederne har tid og ressourcer til at arbejde videre med at omsætte deres viden til konkrete tiltag.

5.5 Programmets design og virkemidler

Som det fremgår af afsnit 5.2, har der været størst efterspørgsel på de kollektive workshops og mindre efterspørgsel på tilskud (vouchers) til de individuelle kompetenceforløb, hvilket afspejler sig i færre ansøgninger og flere ubrugte midler end forventet. I interviewene med virksomheder, forretningsudviklere og rådgivere bliver følgende forklaringer på det begrænsede match mellem programmets virkemidler/værditilbud og målgruppens efterspørgsel fremhævet:

- *Lav grøn modenhed og manglende erkendelse af behov blandt målgruppen:* Ifølge projektholder og forretningsudviklerne er det en væsentlig barriere for efterspørgslen på SMV:Grønne kompetencer, at mange af virksomhederne i målgruppen ikke er bevidste om deres behov for grøn omstilling, og hvordan de arbejder med dette. Dertil kommer, at gevinsten/udbyttet ved at arbejde med grøn omstilling kan fremstå uklar og langsigtet for mange SMV'er, der endnu ikke er underlagt formelle krav om fx klimaregnskaber. Der er med andre ord ofte ikke en tydelig business case med direkte gevinster for virksomhedernes bundlinje. Samtidig kan det være svært for dem at overskue, hvad det indebærer at deltage i SMV:Grønne kompetencer.
- *Manglende incitament i programmet:* De interviewede virksomheder fremhæver, at kravet om at bruge og registrere 140 timer kan afholde nogle fra at deltage, hvis de kun har behov for et mindre eller mere kortvarigt kompetenceforløb. For de mindre virksomheder er 140 timer en relativt stor andel af deres tid, og det kan fx også være svært for dem at afsætte hele dage til workshops eller kursusaktiviteter. Dertil kommer, at det økonomiske incitament (med et reelt tilskud på omkring 50.000 kr. efter

deltagergebyret på 9.000 kr.) generelt er begrænset i forhold til de administrative krav.

- *Stort udbud af tilbud inden for den grønne dagsorden:* Interviewene viser, at der er en udbredt opfattelse af, at der er et relativt stort udbud af tilbud til SMV'er, der handler om at understøtte deres grønne omstilling – herunder fx CO2-puljen (hos Erhvervs- og Klimaklar Produktionsvirksomhed (hos Dansk Industri) – og at dette også kan være med til begrænse efterspørgslen på SMV:Grønne kompetencer.

Ved midtvejsevalueringen viser projektholders oversigter over de bevilligede vouchers, at der har været klart størst efterspørgsel på vouchers til skræddersyede forløb (voucher 1) fremfor åbne kurser (voucher 2). Det kan bl.a. skyldes, at voucher 1 giver virksomhederne mulighed for at få et individuelt forløb, der matcher deres specifikke behov, og at det derfor samtidig også er nemmere at anvende hele tilskudsrammen. Nogle af de interviewede virksomheder nævner, at det ikke er umagen værd (pga. de administrative krav) at søge om tilskud til et åbent kursus (voucher 2), hvor priserne nogle gange kan ligge en del under rammen på 60.000 kr. Samlet set indikerer det, at voucher 1 som virkemiddel i højere grad matcher målgruppens behov og efterspørgslen, end voucher 2 gør i sin nuværende form.

Som det fremgår af tabellen herunder, er der dog generelt stor tilfredshed med de individuelle kompetenceforløb. Næsten alle deltagere har således oplevet, at kompetenceudviklingen passede til deres behov og var af høj kvalitet.

Figur 41: Deltagervirksomhedernes vurdering af de individuelle kompetenceudviklingsforløb

<i>Andel der har svaret meget enig eller enig i følgende udsagn om deltagelsen i SMV:Grønne kompetencer</i>	
Kompetenceudviklingen passede til vores behov	98 %
Kompetenceudviklingen var af høj kvalitet	97 %

Kilde: Survey blandt deltagere ved afslutning af deres forløb.

Evalueringen viser desuden, at de typiske temaer i de individuelle kompetenceforløb handler om ESG-rapportering, CO2-beregninger og bæredygtighedsstrategier, og at snitfladerne mellem de små rådgivningsvouchers i SMV:Grøn og de skræddersyede kompetenceforløb i SMV:Grønne kompetencer kan fremstå uklare for nogle virksomheder. De interviewede rådgivere og forretningsudviklere fremhæver det imidlertid som en særlig styrke ved SMV:Grønne kompetencer, at der er relativt stor frihed og fleksibilitet i forhold til, hvordan de individuelle vouchers kan anvendes.

Grøn Kickstart

80 % af dem som har besvaret Grøn Kickstart-spørgeskemaet tilkendegiver, at fokus i de afholdte workshops i meget høj grad eller i høj grad var relevant for deres virksomhed. Ifølge de interviewede forretningsudviklere i erhvervshusene har sammenhængen mellem de kollektive og individuelle virkemidler i SMV:Grønne kompetencer vist sig at være mindre end forventet. Det vil sige, at de kollektive workshops i praksis kun i begrænset grad har ledt virksomhederne videre til en ansøgning om en individuel voucher.

Tabellen herunder viser, om deltagere i Grøn Kickstart forventer at ansøge om tilskud til kompetenceudvikling via SMV:Grønne kompetencer eller tilskud til rådgivning eller investering via SMV:Grøn for at understøtte virksomhedens grønne omstilling.

Figur 42: Deltagernes forventning om at søge tilskud til individuelle forløb

Forventer du at ansøge om tilskud til kompetenceudvikling via SMV:Grønne kompetencer eller tilskud til rådgivning eller investering via SMV:Grøn for at understøtte virksomhedens grønne omstilling?	
Ja, helt sikkert	17%
Ja, det tror jeg	36%
Nej, det tror ikke	21%
Nej, helt sikker ikke	3%
Jeg mangler mere viden om SMV:Grønne kompetencer og SMV:Grøn	12%
Ved ikke	11%

Kilde: Survey blandt deltagerne i de kollektive forløb. n = 343.

Over en tredjedel (36 %) har svaret, at de tror, at de vil søge om tilskud til et individuelt forløb, mens 17 % har svaret helt sikkert. Knap en fjerdedel (24 %) har svaret nej, og 12 % tilkendegiver, at de har behov for mere viden om SMV:Grønne kompetencer og SMV:Grøn. Resultaterne indikerer, at deltagerne i Grøn Kickstart har behov for mere tid og viden til at modne og kvalificere deres behov for tilskud til grøn omstilling, og at der derfor ikke er en direkte vej fra de kollektive til de individuelle forløb.

Kommunikation

Ifølge projektholder anvender erhvervshusene mange forskellige kommunikationsformer og -kanaler.

Et af de væsentlige kommunikationsredskaber er ligesom i SMV:Grøn løbende nyhedsbreve samt målrettede informationskampagner via sociale medier i de enkelte erhvervshuse. Derudover er der anvendt annoncering gennem bl.a. Google Search og LinkedIn, hvoraf førstnævnte ifølge projektholder har genereret flest klik per kr. Samtidig kommunikerer de lokale erhvervskontorer og andre programmer som fx DI's Klimaklar Produktionsvirksomhed også om SMV:Grønne kompetencer.

På programmets hjemmeside er der udover den gængse information om programmets indhold, krav og ansøgningsproces bl.a. også lagt en række illustrative cases der viser, hvad forskellige typer af virksomheder har fået hjælp til. Desuden er der i samarbejde med SMV:PRO formuleret en række forslag til kompetenceforløb ("temapakker"), som giver virksomhederne konkrete input og inspiration både til forløbets indhold og ansøgningen.

Generelt er det projektholders erfaring, at det har fungeret bedst, når der er blevet kommunikeret konkrete eksempler på, hvad sporet kan anvendes til frem for mere bred information om sporet. Det er i den forbindelse også vigtigt, at der bliver sat et lokalt præg på kommunikationen, så sporet fremstår nærværende og tilgængeligt.

Ifølge projektholder har nyhedsbreve været en succes og fungeret godt i forhold til at kunne tematisere informationen om sporet og give de interesserede virksomheder direkte adgang til at booke et online møde med en forretningsudvikler i erhvervshusene.

Rekruttering

Som nævnt i de forudgående afsnit, har der generelt været udfordringer med rekrutteringen til SMV:Grønne kompetencer, og efterspørgslen har været lavere end forventet. Spørgeskemaundersøgelsen viser, at størstedelen af deltagerne har fået kendskab til SMV:Grønne kompetencer gennem Erhvervshusene (fx via nyhedsbreve), og at der er relativt få, som er

blevet henvist fra det lokale erhvervskontor, jf. kapitel 2. Dette bekræftes også af projektholderes egen opgørelse af rekrutteringskanalerne, vist i tabellen herunder.

Figur 43: Antal modtagne og godkendte ansøgninger (i parentes) om vouchers fordelt på indgang og erhvervshusregion

Erhvervshusregion	Sparring med forretningsudvikler v/Erhvervshusene	Sparring med anden aktør	Ingen vejledning/sparring
Midtjylland	78 (70)	43 (35)	40 (33)
Hovedstaden	62 (60)	20 (20)	40 (33)
Nordjylland	58 (56)	6 (4)	11 (9)
Syddjylland	58 (50)	13 (11)	20 (17)
Sjælland	37 (36)	11 (9)	15 (13)
Fyn	1 (1)	3 (3)	2 (2)
TOTAL	294 (273)	96 (82)	128 (107)
Godkendelses-%	93 %	85 %	84 %

Kilde: Projektholderes opgørelse i efteråret 2024. S. 29 i PP-præsentation fra d. 4/9 2024.

Langt størstedelen af virksomhederne kommer med i programmet på baggrund af sparring med forretningsudviklere i erhvervshusene, men der er også 25 % af ansøgningerne, som indsendes af virksomheder på eget initiativ uden sparring. Ca. 19 % indsendes af virksomhederne, som har fået sparring fra andre aktører, hvilket ifølge projektholder typisk er private rådgivere og i mindre grad lokale erhvervskontorer.

Tabellen viser også, at godkendelsesprocenten generelt er meget høj, men at andelen af godkendte ansøgninger er lidt højere blandt de virksomheder, som har fået sparring fra en forretningsudvikler i erhvervshusene. Det skal også ses i sammenhæng med, at forretningsudviklerne ifølge egne udsagn ofte er meget tæt involveret i den konkrete udarbejdelse af ansøgningerne.

Tabeller viser desuden, at der er en vis forskel på rekrutteringskanalerne mellem de forskellige erhvervshuse. I Nordjylland kommer langt størstedelen (ca. 80 %) af virksomhederne med i programmet gennem sparring med forretningsudviklere i erhvervshuset, hvorimod ca. halvdelen af alle ansøgerne og deltagerne i Midtjylland finder vej til programmet uden om erhvervshuset.

Ifølge de interviewede forretningsudviklere er der generelt mange af deltagervirksomhederne, som går igen på tværs af de forskellige spor i Virksomhedsprogrammet og erhvervshusenes øvrige tilbud, hvilket også bekræftes af resultaterne fra interviewene og spørgeskemaundersøgelsen. Rekrutteringsudfordringer består således i høj grad i at få fat på de SMV'er, som har begrænset erfaring med at modtage vejledning eller støtte fra andre aktører og indsatser i erhvervsfremmesystemet. Og her har det hidtil været svært at finde en effektiv rekrutteringskanal.

5.6 Administration og proces

Samlet set fremstår SMV:Grønne kompetencer som et af de administrativt mest krævende af de seks spor i Virksomhedsprogrammet. Således er kun 57 % af deltagerne i SMV:Grønne

kompetencer enige i, at det samlet set var let og enkelt at deltage i forløbet, hvorimod den tilsvarende andel for hele Virksomhedsprogrammet er 73 %.

Derudover er det kun 39 %, der ved afslutningen af SMV:Grønne kompetencer i meget høj grad eller i høj grad vurderer, at deres udbytte ved at deltage stod mål med de administrative krav. På tværs af Virksomhedsprogrammet ligger den tilsvarende andel på 54 %, jf. kapitel 2. Kun 14 % af deltagerne i SMV:Grønne kompetencer, der vurderer, at deres udbytte i lav grad eller slet ikke stod mål med de administrative krav, men for Virksomhedsprogrammet som helhed ligger den tilsvarende andel på 8 %. Den største andel (47 %) af deltagerne i SMV:Grønne kompetencer vurderer således, at udbyttet i nogen grad stod mål de administrative krav.

Resultaterne skal naturligvis ses i lyset af, at de økonomiske tilskud fra SMV:Grønne kompetencer er væsentligt mindre i de øvrige dele af Virksomhedsprogrammet, og at de administrative byrder dermed relativt set fremstår større. Evalueringen tegner således billede af, at der er en grundlæggende ubalance mellem kravene og tilskuddene til virksomhederne i SMV:Grønne kompetencer. For de helt små SMV'er med få ansatte kan det opleves som et stort krav at skulle dedikere 140 timer plus administrationstid ved siden af den daglige drift. Og for de større SMV'er er tilskuddets begrænsede størrelse ikke tilstrækkeligt incitament til at opveje de administrative byrder forbundet med ansøgning, markedsafsøgning og tidsregistrering, jf. afsnittet 5.4.

Ansøgning

Både spørgeskemaundersøgelsen og interviewene viser, at der er blandede oplevelser af ansøgningsprocessen blandt deltagerne i SMV:Grønne kompetencer. Lidt over halvdelen (54 %) er meget enige eller enige i, at ansøgningsprocessen var overskuelig, mens cirka en femtedel (21 %) er meget uenige eller uenige i dette. Der er dermed en noget lavere tilfredshed med ansøgningsprocessen blandt deltagerne i SMV:Grønne kompetencer end blandt alle deltagerne i Virksomhedsprogrammet samlet set.

Nogle af de interviewede virksomheder har fx oplevet det som meget tidskrævende og besværligt at udarbejde ansøgningen, hvilket bl.a. også tilskrives manglende brugervenlighed i OnlineLegat samt tungt og akademisk/bureaukratisk sprogbrug. Derudover giver nogle udtryk for, at der stilles for store krav til at kunne beskrive indholdet og forankringen af kompetenceforløbet allerede inden, at det er gennemført.

Markedsafsøgning

Interviewene viser, at der også er betydelig forskel på, hvordan deltagerne har oplevet markedsafsøgningen. For nogle har det været relativt nemt og værdiskabende, hvorimod det for andre har været en bureaukratisk pseudoproces.

Generelt tegner interviewene et billede af, at markedsafsøgningen har været nemmest og mest meningsfuld for de virksomheder, der har fået en voucher til et åbent kursusforløb, hvor der har været god adgang til kursusbeskrivelser og tilbud fra flere forskellige leverandører. Derimod bliver markedsafsøgningen ofte oplevet som en administrativ byrde af de virksomheder, der har fået en voucher til et skræddersyet forløb, og som allerede i forbindelse med ansøgningsfasen har fået et klart billede af, hvem de ønsker at benytte. For disse virksomheder ville det være en klar fordel, hvis markedsafsøgningen kunne integreres i ansøgningsprocessen, så de kunne komme hurtigere i gang med kompetenceforløbet.

Afslutning

Der er ingen krav om en større afrapportering i forbindelse med afslutningen af forløbene i SMV:Grønne kompetencer. Men deltagerne skal undervejs indrapportere deres tidsforbrug (minimum en gang om måneden), hvilket giver anledning til frustrationer blandt nogle af de interviewede virksomheder. Dette er bl.a. knyttet til manglende brugervenlighed i OnlineLe-gat samt oplevelsen af risikoen for at lave indtastningsfejl eller overskride en deadline.

Sparring med Erhvervshuset

Som en del af SMV:Grønne kompetencer tilbyder erhvervshusene at give uvildig og faglig sparring til de virksomheder, der ønsker at deltage og indsende en ansøgning til projektet. Sparringen skal være med til at præcisere virksomhedens behov, og dermed øge kvaliteten og relevansen af ansøgningen og kompetenceforløbet. Sparringen med erhvervshusene bi-drager derudover til at skabe større afklaring for SMV'erne om, hvordan de kommer i gang med forløbet og den grønne omstilling.

Samlet set viser evalueringen, at sparringen med erhvervshusene skaber stor værdi for del-tagerne, og at det spiller en afgørende rolle for deres indgang til programmet. 85 % af delta-gerne i SMV:Grønne kompetencer har svaret, at de er meget enige eller enige i, at forret-ningsudvikleren i Erhvervshuset har ydet værdifuld sparring/vejledning undervejs i forløbet. Disse resultater bekræftes også af interviewene, hvor der bliver udtrykt stor tilfredshed med forretningsudviklerne i erhvervshusene, der bl.a. betegnes som professionelle, proaktive og serviceminded.

Endeligt viser spørgeskemaundersøgelsen, at cirka tre fjerdedele (75 %) har deltaget i det frivillige online information- og opstartsmøde med erhvervshusene. Heraf har over halvde-len (54 %) svaret, at den information de modtog på mødet i meget høj grad eller i høj grad gav dem bedre forudsætninger for et godt og værdiskabende projektforsløb. 42 % har svaret i nogen grad.

5.7 Samspil med økosystemet

Mange af deltagerne i SMV:Grønne kompetencer har tidligere anvendt andre tilbud i er-hvervsfremmesystemet, og 62 % er blevet henvist eller gjort opmærksom på andre tilbud gennem SMV:Grønne kompetencer. 13 % giver udtryk for, at de har savnet henvisninger til andre tilbud mod 10 % på tværs af alle brugerne af Virksomhedsprogrammet.

Som nævnt i kapitlet om SMV:Grøn, bliver der systematisk henvist til SMV:Grønne kompe-tencer gennem Klimaklar Produktionsvirksomhed, der udbydes af Dansk Industri og Indu-striens Fond. Det er vores vurdering, at det er et godt og relevant tiltag, da SMV:Grønne kom-petencer bl.a. kan supplere Klimaklar Produktionsvirksomhed ved at tilbyde støtte til mere skræddersyede forløb (i forlængelse af det mere generiske og digitale forløb i Klimaklar Pro-duktionsvirksomhed).

Mange af de interviewede aktører fremhæver, at der er et stort udbud af tilbud til virksom-heden inden for den grønne dagsorden, og at den lokale erhvervsservice og brancheorgani-sationer tilbyder forskellige generelle og kollektive informationsforløb. Dertil kommer også Erhvervsministeriet og erhvervshusenes CO2-pulje, hvor SMV'er kan få op til 75.000 kr. i til-skud til bl.a. kompetenceudvikling i forhold til dokumentation af CO2-udledning. Det bety-der, at det kan være svært for virksomhederne at overskue de forskellige muligheder, og at

der blandt udbyderne af diverse tilbud kan opstå en vis konkurrence om at rekruttere SMV'erne. Samlet set tegner evalueringen således et billede af, at snitfladerne og henvisninger fra de andre aktører i økosystemet – herunder den lokale erhvervsservice – kan styrkes.

5.8 anbefalinger

På baggrund af evalueringen har vi opstillet følgende anbefalinger til, hvordan SMV:Grønne kompetencer fremadrettet kan styrkes yderligere, ligesom vi i sammenfatningen har opstillet tværgående anbefalinger til hele Virksomhedsprogrammet:

- **Ensretning af kravene til deltagelse i de grønne programmer.** Evalueringen viser, at det kan være svært for virksomhederne at skelne mellem fx den lille rådgivningsvoucher i SMV:Grøn og voucheren til skræddersyet kompetenceudvikling med en rådgiver i SMV:Grønne kompetencer. Flere flergangsbrugere oplever det desuden som forvirrende, at der stilles forskellige krav til de to forløb. Herunder fx henholdsvis krav om kontant medfinansiering og udarbejdelse af en Grøn Plan i SMV:Grøn og krav om timeforbrug/-registrering og deltagergebyr i SMV:Grønne kompetencer.

I forbindelse med at der fremadrettet etableres en fælles indgang ("SMV:Bæredygtighed") til de grønne programmer på Virksomhedsprogrammet.dk, bør erhvervshusene og Erhvervsstyrelsen overveje, om de administrative krav til de grønne programmer i højere grad kan ensrettes. Det er vores vurdering, at det vil kunne forenkle brugerrejsen og styrke virksomhedernes oplevelse af, at der er tale om en sammenhængende indsats og et samlet tilbud til dem i deres bæredygtighedsrejse. Vi anbefaler derfor, at der ikke kun fokuseres på at skabe et fælles univers på Virksomhedsprogrammet.dk med fx fælles ansøgningsrunder og temapakker, men at der også fokuseres på at ensrette de administrative krav til at deltage i de forskellige grønne programmer.

- **Forbedring af brugervenligheden i OnlineLegat.** Mange af de interviewede deltagervirksomheder giver udtryk for frustrationer over lav brugervenlighed i OnlineLegat. Det handler bl.a. om manglende visuelt overblik over processer og deadlines samt generelt tunge og ufleksible brugerflader. Herunder bl.a. i forhold til tidsregistrering. Vi anbefaler derfor, at brugervenligheden i OnlineLegat styrkes både i forhold til ansøgningsprocessen og tidsregistreringen med henblik på at forbedre brugeroplevelsen. I tråd hermed har erhvervshusene for nyligt nedsat en arbejdsgruppe, som skal se på muligheder for at styrke brugervenligheden af programmet. Denne arbejdsgruppe kan med fordel trække på indsigter fra denne evaluering af, hvad virksomhederne oplever som udfordrende.
- **Nemmere adgang til de kollektive workshops.** Evalueringen viser, at der har været en relativt god efterspørgsel på de kollektive workshops blandt målgruppen. Både forretningsudviklerne i erhvervshusene og nogle af de interviewede virksomheder fremhæver dog, at det administrative krav om at tegningsberettigede skal underskrive de minimis-erklæring er besværligt at håndtere. Dertil kommer, at det kan få de kollektive forløb til at fremstå bureaukratiske, hvilket kan afholde relevante virksomheder i målgrupper fra at deltage. Med henblik på at reducere de

administrative byrder og eventuelt styrke efterspørgslen på de kollektive forløb, vurderer vi derfor, at det er relevant at overveje at forenkle adgangen.

En større kritisk masse af interesserede virksomheder vil muligvis også kunne gøre det nemmere at lave en mere målrettet sammensætning af virksomhederne og programmerne, så der kan komme en klar fællesnævner og et mere konkret indhold på de enkelte workshops, hvilket nogle af deltagerne har fremhævet som forbedringsforslag.

Derudover gør anbefalingen til SMV:Grøn vedrørende ændrede krav til markedsafsøgning sig også gældende for SMV:Grønne kompetencer.

6 SMV:Eksport

6.1 Kort intro til SMV:Eksport

SMV:Eksport har til formål at fremme, at flere SMV'er begynder at eksportere, samt at understøtte at SMV'er sætter fokus på nye eksportmarkeder og får et kvalificeret grundlag til at blive introduceret på markedet og realisere det forventede potentiale.

Målgruppen for SMV:Eksport er SMV'er i alle dele af landet, hvis internationalisering kan understøttes af strategisk rådgivning og/eller indførsel af kompetencer. Adgangskravene for SMV:Eksport er, at virksomheden skal have 2-249 årsværk og mindst et afsluttet årsregnskab.

SMV:Eksport bygger videre på erfaringer fra samme spor under Virksomhedsprogrammet. En justering, der er lavet på baggrund af tidligere erfaringer, er at udelukke virksomheder på under to årsværk, da de i langt højere grad fik afslag end de øvrige virksomhedsstørrelser, og da de i mindre grad har tilstrækkelige ressourcer og kapacitet til at understøtte arbejdet med en rådgiver. Derudover er kravet til antal afsluttede regnskabsår sænket fra tre til et år, for at fange flere start-ups og "born global" virksomheder, samt for at ramme virksomhederne tidligere i deres internationaliseringsrejse.

Følgende hovedaktiviteter er ved opstart blevet identificeret som en del af indsatsen:

- Rådgivningsvouchers til privat rådgivning – voucher 1 og voucher 2
- Kompetencegivende workshops

Under SMV:Eksport har virksomheder mulighed for at søge tilskud på enten 50.000 eller 150.000 kr. til skræddersyet privat rådgivning til forberedelse af introduktion på et nyt eksportmarked. Størrelsen på den store voucher er sat efter erfaringer fra Virksomhedsprogrammet I. Den lille voucher har til formål at give virksomheder med mindre opgaver og mindre kapacitet til at stille medfinansiering incitament til at søge. Rådgivningsforløbene afsluttes med udarbejdelse af en eksportplan med konkrete handlinger, som virksomheden kan gennemføre.

Derudover tilbyder SMV:Eksport kollektive kompetencegivende workshops, hvor virksomheder kan få viden og kompetencer inden for en række tematiske emner. Virksomhederne kan benytte workshops både før, under og efter et tilsagn på en voucher, ligesom virksomhederne kan benytte workshop uden at gøre brug af en voucher. Der er som udgangspunkt planlagt tre årlige workshops i alle regioner med undtagelse af Region Sjælland, hvor projektet lægger op til fem workshops årligt.

Projektet støttes af Regionalfonden indenfor prioritet 1.3 *Stærkere SMV'er gennem internationalisering, digitalisering og grøn omstilling*, og 20 % af midlerne allokerer SMV:Eksport til virksomheder i Region Sjælland. De økonomiske partnere er de seks erhvervshuse, og Erhvervshus Sydjylland er lead, mens Erhvervshus Hovedstaden er co-lead.

6.2 Fremdrift på indikatorer

Dette afsnit giver et overblik over fremdriften på de indikatorer, der er aftalt mellem projektholder og Erhvervsstyrelsen. Tallene tager udgangspunkt i projektholders afrapportering til Erhvervsstyrelsen per 31. august 2024.

Tabellen herunder viser status på de opstillede aktivitetsmål, hvilket i denne sammenhæng er antallet af gange der har været kommunikation og dialog med potentielle ansøgere, antallet af virksomheder, der har modtaget tilsagn om tilskud til rådgivning (vouchers) og antallet af specialiserede workshops.

Figur 44: Status på de opstillede aktivitetsmål per 31.08.2024

Aktivitet	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Kommunikation og dialog med potentielle ansøgere	830	491	59 %
Voucher – tilskud til privat rådgivning	429	279	65 %
Specialiserede workshops	60	31	52 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

Tabellen viser, at der har været kommunikation og dialog med 491 potentielle ansøgere under SMV:Eksport, hvilket svarer til 59 % af den samlede målsætning. Der er i alt bevilliget 279 vouchers til virksomheder, mens der er afholdt 31 specialiserede workshops forskellige steder i landet. Dette svarer til en fremdrift på hhv. 65 % og 52 % ift. de opstillede måltal.

Tabellen nedenfor viser en oversigt over de opstillede outputmål for SMV:Eksport.

Figur 45: Status på de opstillede outputmål per 31.08.2024

Output	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Antal virksomheder, der har modtaget støtte i form af tilskud (herunder mikro-, små-, mellemstore- og store virksomheder)	600	533	89 %
Antal virksomheder, der får udviklet en vækstplan	429	279	65 %
Antal deltagere (personer) i workshops	600	220	37 %
Antal personer, der opnår øget viden om internationalisering	480	214	45 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

Tabellen viser, at 533 virksomheder har modtaget støtte i form af tilskud, hvilket svarer til en målopnåelse på 89 %, og at 279 virksomheder efter endt forløb har udviklet en vækstplan, hvilket svarer til en målopnåelse på 65 %.

Antallet af deltagere i workshops opgøres over en bestemt tidsperiode, og medtages ikke før tilsagn og timeregistrering er komplet. Samlet har 220 unikke personer (fordelt på 185 forskellige virksomheder) deltaget i 31 workshops. Der har samlet været 420 tilmeldte deltagere på de 31 workshops, hvorfor differencen mellem 420 og 220 (=200) udgør gengangere og endnu ikke afsluttede forløb. Ifølge projektledelsen har der i gennemsnit været 13 deltagere

per workshop, hvilket er over målet om 10 deltagere. Endeligt viser tabellen, at 214 unikke personer har opnået øget viden om internationalisering, hvilket svarer til en målopnåelse på 45 % på tidspunktet for evalueringen.

Samlet set viser ovenstående tabeller, at der er en fin fremdrift i aktivitets- og outputmål. Hvor der i starten var en mindre underansøgning, så har de seneste ansøgningsrunder vist en overansøgning. Det skyldes blandt andet, at kommunikation er blevet mere målrettet, samt at indsatsen er blevet tilpasset på baggrund af erfaringer. Med udgangspunkt i denne udvikling forventer vi, at projektet vil nå de opsatte måltal.

Figur 46: Status på de opstillede effektmål per 31.08.2024

Indikator	Måltal i projektperioden	Måltal efter projektperioden	Status	Målopnåelse i procent
Antal virksomheder med større omsætning	375	-	-	-
Private investeringer, som svarer til offentlig støtte (DKK) (herunder tilskud og finansielle instrumenter)	47.950.000	-	10.320.302	22 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluatør af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt. "-" angiver, at projektholdet endnu ikke er begyndt at samle data ind på denne indikator. 'Målopnåelse i procent' er beregnet pba. måltallene for den samlede projektperiode.

Det opstillede effektmål vedrørende *antal virksomheder med større omsætning* måles først i afslutningen af projektforløbet, hvorfor der endnu ikke er indsamlet data for denne. Af tabel 16, afsnit 2 fremgår det dog, at 60 % af deltagerne fremadrettet vil opleve forbedringer i deres omsætning, hvorfor vi forventer, at projektet vil indfri måltallet, hvis virksomhedernes forventninger holder. Erhvervsstyrelsen aflæser status på private investeringer, som svarer til offentlig støtte, og SMV:Eksport havde per 31.08.2024 nået 22 % af måltallet.

6.3 Deltagerne i SMV:Eksport

I dette afsnit laver vi en kortfattet beskrivelse af deltagerne i SMV:Eksport. Vi henviser løbende til bruger- og spørgeskemadata, som er præsenteret nærmere i kapitel 2.

Branche, geografi og størrelse

Deltagerne i SMV:Eksport er især virksomheder fra industri (29 %), engroshandel og transport (22 %) samt information og kommunikation (20 %). Der er derimod en lav andel af deltagere inden for bygge og anlæg (2 %) samt service (7 %).

Størstedelen af deltagervirksomhederne kommer fra Hovedstaden (27 %), Sjælland (21 %) og Midtjylland (20 %), mens der er færrest deltagere fra Fyn (5 %). SMV:Eksport anvender ikke på samme måde som de øvrige spor en regional fordelingsnøgle. Eksport kræver ifølge projektholder en stor grad af vilje og kapacitet, hvorfor projektet søger de virksomheder, der kan argumentere for potentiale, merværdi og kapacitet uanset deres placering.

I SMV:Eksport er der en relativ stor andel små virksomheder med 10 eller færre medarbejdere. Disse har ifølge projektholder særligt brug for opbygning af eksportparathed. Der er også en væsentlig andel virksomheder med 11-50 ansatte (39 %). Projektholder har haft særligt fokus på at rekruttere denne størrelse virksomheder, da tilskuddet for disse i høj grad er

forbundet med merværdi. Der deltager relativt få virksomheder med over 50 ansatte i SMV:Eksport. Det kan bl.a. hænge sammen med, at disse virksomheder oplever, at de har ressourcerne til at gøre det selv, eller at kommunikation om programmet, særligt har talt til mindre virksomheder og dét at blive eksportparat.

Langt størstedelen (94 %) er etablerede virksomheder, der er over tre år gamle, jf. kapitel 2, hvilket antyder at eksport kræver, at både produkt og organisation er klar opbygget. Det ses i projektet, at færre større virksomheder deltager (over 50) jf. kapitel 2. Det kan bl.a. hænge sammen med, at virksomheder med flere ansatte kan beherske flere kompetencer eller allerede oplever, at de har ressourcerne til at gøre det selv. Alternativt kan det også hænge sammen med, at kommunikation omkring programmet, særligt har talt til mindre virksomheder og dét at blive eksportparat.

Samlet set er de den mest typiske deltager i SMV:Eksport en etableret industrivirksomhed fra hovedstadsområdet med mellem 11-50 medarbejdere. Der er dog som udgangspunkt ikke en typisk profil på tværs af landet, men en tendens til at nogle brancher har større andele end andre.

Erfaring med erhvervsfremmesystemet

Omkring tre fjerdedele af deltagerne har modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet før deres deltagelse i SMV:Eksport, hvilket er højere end den gennemsnitlige andel på tværs af Virksomhedsprogrammet. Dette indikerer, at der er relativt mange flergangsbrugere i SMV:Eksport og passer med, at eksport kræver en vis økonomisk og organisatorisk kapacitet.

15 % af deltagerne angiver, at de ikke er blevet gjort opmærksomme på eller henvist til andre tilbud i programmet, hvilket de har savnet. Modsat angiver 45 % af deltagervirksomhederne, at de er blevet henvist til andre tilbud, som har været relevante for dem. Dette kan hænge sammen med projektets fokus på at opbygge eksportparathed, og at henvisninger ofte ikke er til andre programmer men understøttende "aktører" ude på det nye marked. Dog vurderer vi, at der er stort potentiale for at henvise virksomheder fra SMV:Eksport til programmer hos Trade Council, hvis virksomheder falder inden for Trade Councils prioriterede sektorer.

Karakteristika ved ikke-brugere

Deltagerne i SMV:Eksport er typisk virksomheder, der har en klar ambition om at styrke deres position på nye internationale markeder. Ikke-brugere er derimod ofte virksomheder, hvor driftsopgaver fylder så meget, at der ikke er tid eller overskud til at prioritere eksportinitiativer.

Interviewene indikerer, at det for en række ikke-brugere er uklart, hvad SMV:Eksport konkret kan bruges til, og hvordan programmet kan bidrage til deres udvikling. Derudover arbejder en del af erhvervshuskonsulenterne med virksomheder, som endnu ikke har erkendt et behov for eksport. Disse virksomheder har en mere afventende tilgang, og det kræver ofte modning, før de kan se værdien af at søge indsigter eksternt. Eksportvirksomheder, der ikke deltager i SMV:Eksport og som kunne have gavn af at deltage i programmet, har ifølge projektledelsen særligt det kendetegn, at de oftest har salgsprofiler i ledelse eller i organisationen, som mener at kunne klare denne del selv.

Ikke-brugerne oplever også den administrative proces omkring SMV:Eksport som en barriere for deltagelse – især mindre virksomheder med begrænsede ressourcer. Derfor er det også særligt udfordrende for virksomheder, der ikke allerede har erfaring med lignende støtteordninger, at påbegynde og gennemføre et eksportforløb.

Barrierer for deltagelse

Erhvervshusene oplever generelt, at en bredere og mere målrettet markedsføring kan øge interessen for SMV:Eksport og bidrage til, at flere større virksomheder (over 50 ansatte) deltager. For at gøre programmet mere attraktivt er det vigtigt, at det fremstår let tilgængeligt og relevant for virksomhederne. Ifølge projektledelsen har flere potentielle deltagere gennem informationsarrangementer haft opfattelse af, at deltagelse er præget af analyser og tunge rapporter, hvorfor projektets oplægsholdere i højere grad bør fremhæve jordnære og let omsættelige handleplaner rettet mod den enkelte virksomheds potentiale og behov.

Nogle af de interviewede virksomheder påpeger, at der kan være en skævvridning mellem den tid, der bruges på afrapportering, og den økonomiske støtte, der tildeles. Virksomhederne ønsker, at voucherens størrelse også bør afspejles i de administrative krav. Nogle virksomheder fremhæver også, at SMV:Eksport vil blive mere attraktivt, hvis der blev kommunikeret bedre om projektets krav til afrapportering. Endelig kan brugen af cases og historiefortællinger, der viser konkrete resultater af SMV:Eksport, være med til at tydeliggøre værdien og af SMV:Eksport for virksomheder med uudnyttet eksportpotentiale.

6.4 Værdiskabelse for målgruppen

Samlet viser midtvejsevalueringen, at SMV:Eksport skaber stor værdi for deltagerne. Konkret angiver hele 91 % af deltagervirksomhederne, at de i høj grad har fået et udbytte af at deltage i SMV:Eksport.

Rådgivningsforløbene afsluttes med en eksportplan med konkrete handlinger, som virksomheden kan gennemføre. Dette medvirker til, at 76 % allerede med afslutningen af deres forløb har igangsat konkrete tiltag for at styrke virksomhedens eksport, mens de resterende 24 % angiver, at de har en plan for sådanne tiltag.

Tabellen herunder viser det umiddelbare udbytte, som virksomhederne ved afslutningen af forløbet vurderer, at de har opnået gennem SMV:Eksport.

Figur 47: Deltagervirksomhedernes umiddelbare udbytte af SMV:Eksport.

Andel som har svaret meget enig eller enig i følgende udsagn om deres udbytte af SMV:Eksport	
Vi har fået øget indsigt i vores barrierer for eksport til nye markeder	96 %
Vi har fået øget indsigt i vores eksportpotentialer	94 %
Vi har øget motivation for at udnytte vores eksportpotentiale	91 %
Vi har fået øget viden om nye eksportmarkeder (fx lovgivning, kultur mv.)	89 %
Vores deltagelse i programmet har bidraget til virksomhedens internationalisering	85 %
Vi har fået øget viden om, hvordan vi kan etablere os på nye markeder (fx supply chain, salgs-kanaler mv.)	84 %
Vi har fået kontakt til potentielle udenlandske kunder	66 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. n=55.

Over 90 % af virksomhederne er meget enige eller enige i, at de har fået indsigt i virksomhedens eksportpotentialer, at de har fået indsigt i barrierer for eksport til nye markeder, samt at de har øget motivation for at udnytte eksportpotentialet. Samtidig er over 80 % enige eller meget enige i, at de har fået viden om nye eksportmarkeder, og om hvordan de kan etablere sig på nye markeder, mens omkring to tredjedele har fået kontakt til potentielle udenlandske kunder. Flere af de interviewede virksomheder giver udtryk for, at deltagelse i projektet har skabt de rette forudsætninger for at eksekvere på en række overvejelser, samt at sparringsmuligheden med forretningsudvikleren har bl.a. hjulpet med at kunne forstå nye markeder bedre og/eller hvordan forstå, hvordan man kontakter potentielle udenlandske kunder.

Samtidig udtrykker flere af de interviewede virksomheder også, at deres deltagelse har medført outcomes, som ikke direkte var formålet med deres deltagelse, bl.a. fordi sparring med forretningsudvikleren har tilført nye vinkler at se eksportmuligheder i nye markeder på. Med en konkret handleplan er flere virksomheder i bedre stand til at finansiere virksomhedens kommende steps.

Samlet set er det således vores vurdering, at SMV:Eksport i høj grad skaber de ønskede effekter og styrker SMV'ernes forudsætninger for at udnytte deres eksportpotentialer.

Merværdi

For 96 % af deltagervirksomhederne har tilskuddet haft afgørende betydning for, at virksomheden valgte at indkøbe privat rådgivning. Enkelte virksomheder udtrykker da også, at rådgiverhjælpen var nøglen til at de lykkedes, hvorfor virksomheden i dag står et andet og bedre sted, end de ville have gjort, hvis ikke de havde deltaget i SMV:Eksport. Flere af de interviewede virksomheder udtrykker dog, at de før eller siden ville have igangsat et tilsvarende arbejde, men at det er sket i et andet omfang og tempo grundet deltagelsen i SMV:Eksport. Enkelte virksomheder udtrykker dog også, at rådgiverhjælpen netop var nøglen til at lykkes, hvorfor virksomheden i dag står et andet og bedre sted end det ville have gjort, hvis ikke de havde deltaget i SMV:Eksport.

Figur 48: Deltagervirksomhedernes vurdering af tilskuddets betydning

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV:Eksport	
Tilskuddet til rådgivning var afgørende for, at vores virksomhed valgte at indkøbe privat rådgivning	96 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. n=55.

Vi vurderer samlet set, at SMV:Eksport har været katalysator og en god anledning til at fremskynde processer, samt været løftestang for, at virksomheder har eksekveret på planer og ambitioner.

Økonomiske effekter

Som det fremgår af kapitel 2, er angiver 98 % af virksomhederne i SMV:Eksport at har oplevet forbedringer i deres eksport eller forventer at gøre det som følge af deres deltagelse. Dette er positivt givet sporets fokus på netop eksport. Forventningen om øget eksport kommer også til udtryk ved en forventning om flere ansatte. Således forventer 93 % af virksomhederne, at deres deltagelse vil have en positiv indvirkning på antallet af ansatte i virksomheden. Virksomhederne forventer i mindre grad end i de øvrige spor, at deres deltagelse vil føre til forbedringer i omsætning i Danmark, produktivitet og bæredygtighed. Ikke desto mindre forventer over halvdelen af virksomhederne også forbedringer i disse forhold.

6.5 Programmets design og virkemidler

Evalueringen viser, jf. afsnit 6.2, at der har været stor efterspørgsel på vouchers, og at vouchers til rådgivning samt afholdelse af workshops i overvejende grad matcher virksomhedernes ønsker og behov. En gennemgang af de tildelte bevillinger viser, at der er størst efterspørgsel på den store voucher (150.000 kr.), mens den lille voucher (50.000 kr.) i mindre grad efterspørges. Den store rådgivningsvoucher fremstår altså som det bærende virkemiddel i programmet, mens den lille voucher (50.000 kr.) er et godt supplement til mindre virksomheder, som har begrænset kapacitet til at stille medfinansiering, eller til virksomheder med mindre opgaver. Go2Market-workshops kan både inspirere virksomhederne, der har fået tilskud til at udvikle sig yderligere, men også hjælpe virksomheder, der endnu ikke er klar til eksport, med råd og afklaring.

Som det fremgår af tabellen herunder, er der også tydeligt at deltagervirksomhederne oplever, at de har modtaget relevant og saglig rådgivning.

Figur 49: Deltagervirksomhedernes vurdering af rådgiverne

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV:Eksport	
Vores rådgiver(e)/leverandør(er) gav os rådgivning der var tilpasset vores behov	95 %
Vores rådgiver(e)/leverandør(er) var objektiv(e) og saglig(e) i sin/deres rådgivning	96 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. n=55.

Ifølge erhvervshusene er det ikke nødvendigvis størrelsen på tilskuddet, der er afgørende for om virksomhederne ønsker at deltage, men i lige så høj grad muligheden for sparring. For de virksomheder, hvor tilskuddet er afgørende for deltagelse, skyldes det ofte, at virksomhederne er små og har begrænset likviditet. Det er dog projektholders erfaring, at disse virksomheder ikke altid kan anvende midlerne alligevel, fordi de i højere grad har brug for midlerne til drift.

Generelt opfatter deltagervirksomhederne, erhvervshusene og økosystemsaktører kravet om medfinansiering som fair, da det er med til at øge virksomhedernes engagement i forløbet, men det kan for enkelte virksomheder også sætte begrænsninger i forhold til den efterfølgende eksekvering af rådgivningen, hvis virksomhedens likvide midler er begrænset eller udfordret.

Idet virksomhederne oplever et stort udbytte af tilskuddene, samt at der fortsat er en god søgning til SMV:Eksport, vurderer vi, at det giver mening af fortsætte med samme type virkemiddel i fremtiden. Selvom den store voucher fremstår som det bærende virkemiddel, vurderer vi, at det fortsat er relevant med den lille voucher, fordi den sikrer, at mindre virksomheder også kan have fokus på nye eksportmarkeder.

Kommunikation

Projektholder og erhvervshuskonsulenterne fremhæver flere forskellige kommunikationsformer- og kanaler i SMV:Eksport. Fælles er et fokus på at tiltrække de *rigtige* virksomheder, der er klar til arbejdet, og ikke kun virksomheder, der ønsker et økonomisk tilskud. Eksport kræver kapacitet. Erhvervshusene anvender både nyhedsbreve, netværk, direkte kommunikation, og det er projektholders oplevelse, at de i dette spor kommunikerer mere en-til-en end øvrige spor. Der er undervejs blevet udarbejdet en kampagne som giver større clickbait og derved tiltrækker virksomhedernes opmærksomhed på projektmuligheden.

Det er projektholders erfaring, at det har fungeret bedst, når de har kommunikeret målrettet til en specifik målgruppe, da de så undgår at tale ned til virksomhederne i forhold til deres eksportstadiet. Samtidig er det med til at sikre, at målgruppen mødes tættere på netop deres behov. Ifølge erhvervshuskonsulenterne er det lykkedes at få bedre fat i den ønskede målgruppe med den mere målrettede kommunikation.

Rekruttering

Evalueringen viser, som tidligere nævnt, at SMV:Eksport i mindre grad rekrutterer virksomheder med begrænset erfaring fra erhvervsfremmesystemet. Således har cirka en fjerdedel af deltagerne i SMV:Eksport ikke tidligere modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet. Desuden får virksomhederne typisk kendskab til SMV:Eksport gennem erhvervs husets kanaler (69 %), private rådgivere (25 %) eller Virksomhedsprogrammets hjemmeside (16 %).

I forlængelse heraf udtrykker erhvervshuskonsulenterne, at inflowet til SMV:Eksport hovedsageligt kommer fra 1) vejledning fra Erhvervshuskonsulenterne/lokale erhvervsservices, 2) direkte ansøgning og 3) bevidsthedsskabelse igennem workshops.

Samtidig fremhæver de, at SMV:Eksport er designet ud fra, at der ikke er behov for en særlig rekrutteringsindsats, men at rekrutteringen foregår via henvisninger fra erhvervsfremmesystemet og virksomhedernes egen opsøgende adfærd. Det er derfor en udfordring for dem, at de oplever et behov for, at de selv yder et stort opsøgende arbejde i forhold til at sikre virksomheder til projektet. Erhvervshuskonsulenterne er enige i, at virksomhederne skal have et erkendt behov for eksport, før de deltager i sporet. Virksomhederne skal dog ofte overbevises om, at de har et behov, og derfor bruger erhvervshuskonsulenterne meget tid på modning. Derfor er det heller ikke overraskende, at langt størstedelen rekrutteres gennem erhvervs huset. I den sammenhæng oplever konsulenterne også, at mere tid til sparring med virksomheder kan skabe både mere interesse for tilbuddet, men også bedre eksportprojekter for virksomhederne.

Samlet set viser evalueringen, at SMV:Eksport bruger mange ressourcer på at modne virksomheder med ikke-erkendte behov. Disse ressourcer er stærkt bidragende og forudsætningskabende for, at de rette virksomheder når til programmet og kommer med kvalificerede eksportprojekter. Hvis det lykkedes at skabe bevidsthed om, at der er behov for ekstern

rådgivning til eksport, er der potentiale for at rekruttere flere nye virksomheder via andre kanaler. Det kan f.eks. være via lokale erhvervskontorer, brancheorganisationer og Trade Council.

6.6 Administration og proces

Evalueringen viser, at virksomhederne oplever brugerrejsen og de administrative krav i SMV:Eksport som overskuelig. Konkret er 78 % af deltagerne, jf. kapitel 2, enige i, at det samlet set var let og enkelt at deltage i forløbet, hvilket er højere end gennemsnittet på tværs af Virksomhedsprogrammet (73 %). I tillæg hertil viser spørgeskemaundersøgelsen også, at kun 4 % *i lav grad* eller *slet ikke* oplevede, at deres udbytte ved at deltage stod på mål med de administrative krav. Dette skal imidlertid ses i sammenhæng med, at tre fjerdedele af deltagerne i SMV:Eksport tidligere har haft kontakt til erhvervsfremmesystemet, og derfor er vant til at håndtere administrative krav og processer.

Evalueringen viser dermed, at det ligesom for de øvrige spor, særligt er de mindre og uerfarne virksomheder, der oplever ansøgningsprocessen, markedsafsøgning, dokumentationskravene mv. som krævende. Nedenfor beskriver vi nærmere, hvordan virksomhederne oplever de forskellige dele af brugerrejsen.

Ansøgningsproces

Interviewene indikerer, at der generelt er stor variation i oplevelsen af brugerrejsen. Nogle virksomheder beskriver ansøgningsprocessen som værende udfordrende, mens andre oplever den som enkel. De fleste virksomheder fremhæver, at det i ansøgningsprocessen virker som om, at de skal anvende bestemte ord, hvis ansøgningen skal godkendes. Virksomhederne efterspørger derfor, at det i ansøgningsmaterialet bliver tydeligere, hvad der præcist efterspørges, når de skal indsende en ansøgning. På trods af denne tilbagemelding angiver 67 % af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen, at de er *meget enige* eller *enige i*, at ansøgningsprocessen har været overskuelig. Den relative positive holdning til ansøgningsprocessen skal ses i lyset af, at langt størstedelen af de interviewede deltagervirksomheder har modtaget sparring fra erhvervshuskonsulenterne. Konkret har de bl.a. har fået hjælp til at udfylde ansøgningsskemaet korrekt og derigennem sikre deres tilskud.

De fleste virksomheder udtrykker også frustrationer om OnlineLegat. Utilfredsheden knytter sig bl.a. til forældede systemer, manglende visuelt overblik, bureaukratisk oplevelse, teksttungt ansøgningsmateriale mv. Det er dog væsentligt at bemærke, at nogle frustrationer kan knytte sig til fejl i systemer, der sidenhen er udbedret i det nye setup.

Markedsafsøgning

De interviewede virksomheder har forskellige oplevelser af markedsafsøgningen. Nogle virksomheder oplever processen som pseudoarbejde, fordi de i forvejen kender rådgiveren, som de også efterfølgende bruger, og er tilfredse med. For disse virksomheder er processen derfor spild af tid for både virksomhederne og rådgiverne. Andre virksomheder fremhæver, at markedsafsøgningen er meget relevant, da den er med til at forebygge dårlige rådgivermatch.

Markedsafsøgningsfasen kan desuden være med til at forlænge tidspunktet fra godkendelsen af ansøgningen til opstarten af forløbet, da virksomheder skal vente tre uger på at udarbejde opgavebeskrivelse, indhente tilbud, uploade tilbud i det online ansøgningsmodul og

få godkendelse – herunder af om den opfylder krav om afdækning af markedspris og ligebehandling, samt at det der er indhentet tilbud på, er støtteberettiget. Det minimerer risikoen for, at virksomheder ender med ikke at få udbetalt tilskud på grund af fejl eller forkert brug af midler.

Uanset om virksomheden kender en rådgiver på forhånd eller finder denne i markedsafsøgningen, er det vigtigt, at virksomheden er bevidst om sit behov og har gjort sig overvejelser om deres valg. Udover at virksomhederne gennem markedsafsøgning *motiveres* til at overveje deres behov og derigennem sikre en bedre proces og resultat, bidrager markedsafsøgningen også til at minimere tilbageløbet i projektet. Erhvervshusenes inspirationsliste er her med til at effektivisere og kvalificere virksomhedernes valg af rådgiver, men kunne ifølge enkelte interviewvirksomheder gøres endnu bedre og mere overskuelig.

Samlet set viser evalueringen, at markedsafsøgningen bidrager til i højere grad at opnå kvalificerede forløb og minimere tilbageløbet i SMV:Eksport. Virksomheder der anvender deres vanlige (hus)rådgiver, beskriver dog, at markedsafsøgningsprocessen kan opleves som pseudoarbejde. Derfor vurderer vi også, at der er behov for større fleksibilitet i markedsafsøgningen.

Afslutning

Ved afslutningen af et forløb laver virksomheden en vækstplan, hvori der indgår læringspunkter og næste skridt. Dette er ikke en forpligtelse i sporet, men noget projektholder har tilføjet for at sikre commitment fra virksomhederne og understøtte, at de får eksekveret på relevante tiltag efter forløbets afslutning. Virksomhederne oplever generelt processen med vækstplanen som positiv. Enkelte virksomheder efterspørger dog, at der ved afslutningen udarbejdes en mere udførlig plan for den videre proces, ligesom der gøres i f.eks. SMV:PRO.

Samlet set vurderer vi, at vækstplanen er et godt virkemiddel, der sætter fokus på virksomhedernes videre arbejde med eksport, men at der samtidig er potentiale for yderligere opfølgning med virksomheden efter afslutning. Dette skal dog ses i lyset af, at forløbene ofte er meget forskellige og ikke kan standardiseres.

Sparring med Erhvervshuset

Virksomhederne oplever generelt, at de undervejs i forløbet har fået god sparring fra erhvervshusene. Særligt fremhæver de, at erhvervshusene altid har været tilgængelige og fleksible i forhold til at hjælpe virksomhederne, hvis der har været eller opstået et behov. Denne opfattelse understøttes også af spørgeskemaundersøgelsen, hvor alle (100%) deltagervirksomheder angiver, at erhvervshusene har ydet værdifuld sparring/vejledning i forløbet. Den positive evaluering af erhvervshusene, skal sandsynligvis ses i lyset af, at erhvervshusene i SMV:Eksport gør et særligt stort stykke arbejde for virksomhedernes onboarding efter tilsagn, og at erhvervshusets konsulenter ofte har meget dialog med virksomhederne forud for ansøgning.

Samlet set vurderer vi, at sparring med erhvervshusene spiller en afgørende rolle på flere niveauer af SMV:Eksport. Indledningsvist spiller erhvervshuskonsulenterne en central rolle i forhold til at få virksomhederne til at erkende sit eksportbehov forud for deltagelse. Herefter har erhvervshusene en central rolle med at vejlede virksomhederne i ansøgningsprocessen – herunder ift. de administrative krav i erhvervsfremmesystemet.

SMV:Eksport adskiller sig her fra de øvrige spor, da opfølgningen i mindre grad gennemføres af de lokale erhvervshuskonsulenter, men i stedet af projektadministrationen for mere effektivt at kunne give konkret vejledning og support til processen. Dette for at gøre processen effektiv og for at give præcis, konkret vejledning til processerne. Derfor bruges der alt andet lige også mindre tid på opfølgning.

6.7 Samspil med økosystemet

Deltagerne i SMV:Eksport er, som tidligere nævnt, i overvejende grad flergangsbrugere af erhvervsfremmesystemet, ligesom 70 % er blevet henvist til eller gjort opmærksom på andre tilbud i erhvervsfremmesystemet igennem SMV:Eksport.

I forhold til øvrige programmer er der en naturlig kobling til bl.a. EIFO og Trade Council, hvor små og store virksomheder kan få hjælp til at skabe og fastholde eksport, fremme innovation og investeringer samt udvide deres aktiviteter til nye markeder. Mens SMV:Eksport i høj grad skal varetage eksportforberedende aktiviteter, skal Trade Council programmer i højere grad understøtte eksporteksekvering. Derfor er det vigtigt, at der er en god sammenhæng mellem SMV:Eksport og Trade Council. På baggrund af interviewene med økosystemsaktører er det dog den generelle forståelse, at der med fordel kunne være et større gensidig indblik i, hvad de forskellige indsatser kan, og hvordan de hver især kan bidrage til at indfri virksomhedernes behov.

SMV:Eksport fremstår som et relevant tilbud for de virksomheder, der er i gang med den eksportforberedende fase, men der er potentiale for i højere grad at skabe sammenhæng med mere eksporteksekverende programmer for at understøtte SMV:Eksports mere langsigtede effektskabelse.

6.8 anbefalinger

Samlet set viser evalueringen, at SMV:Eksport er et attraktivt og effektivt tilbud for de virksomheder, der har erfaring med erhvervsfremmesystemet, og som ønsker at tage de indledende skridt på deres eksportrejse. Tilskuddet spiller en afgørende rolle for virksomhedernes beslutning om at købe privat rådgivning, hvilket er med til at fremskynde og styrke virksomhedernes arbejde med at udnytte deres eksportpotentialer. Flere virksomheder oplever dog udfordringer i ansøgningsprocessen, markedsafsøgningen m.v., og erhvervshuskonsulenterne spiller en stor rolle i at hjælpe virksomhederne med at håndtere disse udfordringer.

På baggrund af evalueringen har vi opstillet følgende anbefalinger til, hvordan SMV:Eksport fremadrettet kan styrkes yderligere, ligesom vi i sammenfatningen har opstillet anbefalinger, der går på tværs af alle sporene:

- **Tydeliggør programmets formål og øg synligheden om dets fordele**
Selvom SMV:Eksport skaber stor værdi for de deltagende virksomheder, viser evalueringen, at flere ikke-brugere har svært ved at forstå, hvad sporet konkret kan bruges til. Vi anbefaler derfor, at erhvervshusene afsætter flere ressourcer til målrettet markedsføring, der kan gøre sporets formål og fordele tydeligere for den ønskede målgruppe. Dette kan inkludere cases, der illustrerer, hvordan deltagelse i sporet har hjulpet virksomheder med at opnå succes på internationale markeder.

Tilsammen vil disse tiltag bidrage til, at flere virksomheder hurtigt erkender deres behov for deltagelse og bedre udnytter mulighederne i programmet.

- **Styrk brobygningen mellem SMV:Eksport og andre eksportprogrammer**

Selvom der allerede er aftalt en arbejdsdeling mellem SMV:Eksport og Trade Council, vurderer vi, at der er potentiale for at tydeliggøre, hvordan de forskellige eksportrelaterede indsatser kan supplere hinanden og skabe større værdi. Vi anbefaler, at erhvervshusene undersøger mulighederne for at oprette eller formalisere samarbejdsaftaler mellem SMV:Eksport og andre relevante eksportprogrammer. Dette vil sikre en mere smidig og tydelig overgang fra det eksportforberedende arbejde i SMV:Eksport til de eksekverende aktiviteter i f.eks. Trade Council. Dette vil kræve en styrket gensidig forståelse af, hvad de forskellige indsatser kan tilbyde, og hvordan de bedst kan bidrage til at opfylde virksomhedernes behov. En mere sammenhængende tilgang vil gøre det lettere for virksomhederne at navigere i systemet og udnytte potentialet i de tilgængelige programmer.

Ligesom for flere af de øvrige spor er det relevant at gøre brugerrejsen mere enkel og i højere grad at fokusere indsatsen på virksomheder med erkendte behov. Sammenfatningen indeholder tværgående anbefalinger om disse forhold.

7 SMV:Vækstpilot

7.1 Kort intro til SMV:Vækstpilot

Formålet med SMV:Vækstpilot er at give SMV'er mulighed for at få nye kompetencer ind i virksomheden gennem et tilskud til lønnen for en ledig (vækstpilot) med en videregående eller erhvervsfaglig uddannelse. Således adskiller SMV:Vækstpilot sig fra de andre spor under Virksomhedsprogrammet.

Målgruppen er SMV'er i hele Danmark med 0-249 ansatte, der har et udviklingsprojekt, som vil have gavn af tilførslen af nye kompetencer. Målgruppen af vækstpiloter omfatter personer, som er registreret ledige, og som har en erhvervsfaglig uddannelse (faglært), en kort videregående uddannelse, mellemlang videregående uddannelse eller en lang videregående uddannelse (til og med Ph.d.-niveau), uanset om de er nyuddannede eller har været på arbejdsmarkedet i mange år.

Følgende fem hovedaktiviteter (HA) er ved opstart blevet identificeret som en del af indsatsen:

- Markedsføring og rekruttering af SMV'er
- Afdækning af SMV'ernes kompetencebehov
- Matching af SMV'er med ledig arbejdskraft
- Kompetenceudvikling af vækstpiloter
- Skræddersyet sparring med en forretningsudvikler

For at få ansøgninger til SMV:Vækstpilot fra SMV'erne afholder projektet markedsførings- og rekrutteringsindsatser, ligesom det er muligt for virksomhederne at få uvildig sparring med en forretningsudvikler, inden de ansøger om et tilskud til løn. På baggrund af virksomhederne ansøgninger kontakter en forretningsudvikler virksomhederne for at vejlede dem om udviklingsprojektet og afdække, hvilke arbejdsopgaver og kompetencer det planlagte udviklingsprojekt kræver. Efterfølgende skal virksomheden finde det rette match og indgå en ansættelseskontrakt med en vækstpilot. Under ansættelsen har vækstpiloten mulighed for kompetenceudvikling gennem et kursus, der ligger i tråd med udviklingsprojektet. Dette er en justering fra SMV:Vækstpilot 1.0, hvor alle vækstpiloter skulle i kompetenceudviklingen inden ansættelsen. Ændringen skyldes, at virksomhederne i SMV:Vækstpilot 1.0 oplevede det som uflexibelt og rigtigt, at alle vækstpiloter skulle gennemgå et kompetenceudviklingskursus inden ansættelsesstart. Dette krav udelukkede blandt andet muligheden for at identificere et behov for yderligere kompetenceudvikling i begyndelsen af ansættelsen eller undervejs, når vækstpiloten var påbegyndt arbejdet i virksomheden. Undervejs i forløbet sparrer en forretningsudvikler fra det regionale erhvervshus med virksomheden, for at sikre, at virksomheden får det bedst mulige udbytte af ansættelsen.

Projektet støttes af Socialfonden Plus prioritet 1.2 *Kompetenceløft og livslang læring*, og det er et krav, at SMV:Vækstpilot allokerer 20 % af midlerne til virksomheder i Region Sjælland. De økonomiske partnere er de seks erhvervshuse, hvor Erhvervshus Sjælland er projektholder, mens Erhvervshus Nordjylland er co-lead.

7.2 Fremdrift på indikatorer

Dette afsnit giver et overblik over fremdriften på de indikatorer, der er aftalt mellem projektholder og Erhvervsstyrelsen. Tallene tager udgangspunkt i projektholders afrapportering til Erhvervsstyrelsen per 31. august 2024.

Tabellen herunder viser status på de opstillede aktivitetsmål.

Figur 50: Status på de opstillede aktivitetsmål per 31.08.2024

Aktivitet	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Antal ansøgninger	455	763	+100 %
Antal udstedte betingede tilsagn (forhåndsgodkendelse)	455	581	+100 %
Antal udstedte endelige tilsagn (ansættelseskontrakter)	455	441	97 %
Antal vækstpiloter deltager i et kompetencegivende kursus	100	106	+100 %
Antal midtvejsevalueringer fra forretningsudviklere	455	311	68 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluatør af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

Tabellen viser, at der generelt har været stor efterspørgsel efter SMV:Vækstpilot. Således er målsætningerne for antal ansøgninger, antal udsendte betingede tilsagn samt antallet af vækstpiloter, der deltager i et kompetencegivende kursus, allerede indfriet per 31.08.2024. Derudover er 97 % af det samlede antal ansættelseskontrakter nået, mens 68 % af det samlede antal midtvejsevalueringer fra forretningsudviklere er nået.

Tabellen nedenfor viser antallet af vækstpiloter, der deltager i forløbet, antal virksomheder der modtager støtte samt antallet af slutevalueringer fra virksomheder.

Figur 51: Status på de opstillede outputmål per 31.08.2024

Output	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Antal deltagere (antal vækstpiloter, der deltager i forløbet)	455	450	99 %
Antal mikro, små og mellemstore virksomheder, der modtager støtte	455	441	97 %
Antal slutevalueringer fra virksomhederne	455	281	62 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluatør af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

Samlet set har 450 vækstpiloter deltaget i forløbet, hvilket svarer til en målopnåelse på 99 %. De 450 vækstpiloter er fordelt på 441 mikro, små og mellemstore virksomheder, der modtager støtte i form af tilskud fra SMV:Vækstpilot. Endeligt har virksomhederne leveret 281 slutevalueringer efter endt forløb, hvilket svarer til en samlet målopnåelse på 62 %. Tallene afspejler, at enkelte virksomheder har modtaget støtte til mere end en vækstpilot, hvilket er muligt, hvis et ansættelsesforløb er blevet afbrudt undervejs, og virksomheden herefter har rekrutteret en ny vækstpilot til at færdiggøre udviklingsprojektet.

Samlet set viser ovenstående tabeller, at det er lykkedes at nå ud til mange SMV'er og at få mange vækstpiloter til at deltage i forløbet. Den lavere målopnåelse for slutevalueringer fra virksomhederne skyldes, at mange af forløbene endnu ikke er afsluttet på tidspunktet for midtvejsevalueringen.

Tabellen herunder viser fremdriften på de opstillede effektmål for SMV:Vækstpilot.

Figur 52: Status på de opstillede effektmål per 31.08.2024

Indikator	Måltal i projektperioden	Måltal efter projektperioden	Status	Målopnåelse i procent
Antal vækstpiloter i SMV'erne får forbedret kvalifikationer umiddelbart efter deltagelsen (personer)	342	-	276	81 %
Antal vækstpiloter, der gennemfører et beskæftigelsesrettet forløb (personer)	409	-	245	60 %
Antal virksomheder, hvor deltagere i meget høj/høj grad vurderer, at ansættelsen af vækstpiloten har bidraget til at løse udviklingsopgaven, som vækstpiloten skulle arbejde med	370	-	260	70 %
Antal virksomheder, som har valgt at ansætte deres vækstpilot efter fuldt gennemført forløb	283	-	174	62 %
Antal virksomheder, hvor deltagere i meget høj/høj grad vurderer at have fået tilført relevante kompetencer via vækstpiloten	387	-	243	63 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt. "-" angiver, at projektholdet endnu ikke er begyndt at samle data ind på denne indikator. 'Målopnåelse i procent' er beregnet pba. måltallene for den samlede projektperiode.

Tabellen viser, at 276 vækstpiloter har angivet, at de på baggrund af deres deltagelse har forbedret deres kvalifikationer, hvilket er en målopnåelse på 81 %, mens 245 vækstpiloter har gennemført et beskæftigelsesrettet forløb, hvilket svarer til en målopnåelse på 60 %. Derudover har SMV:Vækstpilot nået 70 % af måltallet om antallet af virksomheder, som i meget høj/høj grad vurderer, at ansættelse af vækstpiloten har bidraget til at løse udviklingsopgaver, og 62 % af måltallet om virksomhedernes efterfølgende ansættelse af vækstpiloterne er realiseret. Endeligt angiver 243 virksomheder efter deltagelse i forløbet, at de i meget høj eller høj grad vurderer at have fået tilført kompetencer til virksomheden via vækstpiloten.

Vi vurderer samlet set, at der er god fremdrift i måltallene, hvorfor vi også har en forventning om, at målsætningerne indfries i den resterende del af projektperioden. Der kan dog være en mindre usikkerhed forbundet med indfrielse af måltallet for antallet af vækstpiloter, der gennemfører et beskæftigelsesrettet forløb. Det skyldes, at måltallet (409) er estimeret på baggrund af slutevalueringer fra REACT, hvor 10 % af vækstpiloterne frafaldt undervejs. I seneste afrapportering er frafaldet steget med 7 procentpoint og ligger nu på 24 %. Dette skyldes, ifølge projektholder, hovedsageligt den store mobilitet på arbejdsmarkedet.

7.3 Deltagerne i SMV:Vækstpilot

I dette afsnit laver vi en kortfattet beskrivelse af deltagerne i SMV:Vækstpilot. Vi henviser løbende til bruger- og spørgeskemadata, som er præsenteret nærmere i kapitel 2.

Branche, geografi og størrelse

Deltagere i SMV:Vækstpilot er sammenlignet med andre spor i Virksomhedsprogrammet relativt godt spredt på forskellige brancher. De mest udbredte brancher er vidensservice og rådgivning (19 %), service (19 %), industri (16 %), engroshandel og transport (15 %) samt information og kommunikation (15 %). Der er derimod en lav andel af virksomheder fra detailhandel (8 %), bygge og anlæg (7 %) og finansiering (1 %). Det er dog overraskende, at bygge- og anlægsvirksomheder ikke fylder mere, da der f.eks. kan være god synergi mellem ansættelse af en vækstpilot med relevante kompetencer og det stigende fokus på ESG-dagsordenen.

Størstedelen af deltagerne kommer fra Midtjylland (27 %), mens der er færrest deltagere fra Fyn (6 %). I forhold til sporets regionale fordelingsnøgle er der bl.a. en større andel af deltagere fra Midtjylland og Nordjylland og en mindre andel fra Hovedstaden. Afvigelsen er begrænset for de øvrige regioner.

I forhold til andre dele af Virksomhedsprogrammet er der i SMV:Vækstpilot en relativ stor andel virksomheder (37 %) med under fem ansatte, mens kun 7 % af virksomhederne har over 50 ansatte. Størstedelen (75 %) er etablerede virksomheder, der er over tre år gamle, jf. kapitel 2, hvilket er lavere end i de øvrige spor i Virksomhedsprogrammet. Dette kan bl.a. hænge sammen med, at projektet i flere tilfælde er relevant for relativt nyetablerede virksomheder, iværksættere og scaleups, hvor ansættelse af en vækstpilot vil have en stor betydning for deres kapacitet.

Samlet set er den typiske deltager i SMV:Vækstpilot en etableret, men yngre virksomhed fra Midtjylland med under fem medarbejdere.

Erfaring med erhvervsfremmesystemet

Over halvdelen af virksomhederne har modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet før SMV:Vækstpilot, og ligesom i de øvrige spor får størstedelen (56 %) af deltagerne kendskab til SMV:Vækstpilot igennem Erhvervshusene. Lokale erhvervskontorer spiller dog en større rolle i rekrutteringen til SMV:Vækstpilot, end i flere af de øvrige spor. Det skyldes ifølge projektledelsen, at SMV:Vækstpilot er godt udbredt og alle i og omkring systemet har et stort kendskab til projektet.

Endeligt savner cirka hver tiende at blive gjort opmærksom på eller henvist til andre relevante tilbud, hvorfor SMV:Vækstpilot ligesom flere af de andre spor generelt lykkes godt med at henvise virksomhederne til andre tilbud i erhvervsfremmesystemet.

Karakteristika ved ikke-brugerne

Ikke-brugerne i SMV:Vækstpilot er primært små virksomheder med 0-5 ansatte, som har begrænsede ressourcer. For disse virksomheder kan det at skulle ansætte en vækstpilot i mindst 25 timer om ugen virke som en uoverkommelig forpligtelse, da det kræver både finansiell stabilitet samt tid til oplæring og opfølgning. Dette afholder mange fra at ansøge, især hvis de allerede har en presset drift.

Derudover oplever nogle virksomheder, at projektets administrative krav er for store og komplekse. Enkelte virksomheder, der tidligere har deltaget i andre ordninger under erhvervsfremmesystemet, beskriver desuden negative erfaringer, som har afskrækket dem fra at prøve igen.

Hvilken påvirkning projektets design har på ikke-brugere beskrives yderligere i afsnit 7.5.

Barrierer for deltagelse

De væsentligste barrierer for deltagelse i SMV:Vækstpilot er manglen på tid og økonomiske ressourcer, blandt de små virksomheder der ellers udgør målgruppen. Mange virksomheder fremhæver desuden, at kravet om, at vækstpiloten skal være ledig, er problematisk. Dette gælder især, hvis det handler om specifikke jobprofiler som akademikere eller produktivtetsorienterede stillinger. For at reducere disse barrierer kan erhvervshusene med fordel tydeliggøre fordelene ved at ansætte ledige akademikere gennem SMV:Vækstpilot, f.eks. ved at knytte det til ESG-dagsordenen og vise, hvordan det bidrager til virksomhedens udvikling og samfundsansvar. Samtidig kan et tættere samarbejde med brancheorganisationer bidrage til at målrette projektet og gøre det mere tilgængeligt for virksomheder med specifikke behov. Dette kunne understøttes af cases og konkrete historier, der illustrerer, hvordan SMV:Vækstpilot kan løfte virksomheder inden for forskellige brancher.

7.4 Værdiskabelse for målgruppen

Samlet set viser midtvejsevalueringen, at SMV:Vækstpilot skaber stor værdi for de deltagende virksomheder, og at langt størstedelen af de adspurgte virksomheder oplever, at de i høj grad har fået udbytte af programmet.

Opgaverne som vækstpiloten skal løse/levere er sammenlignet med de øvrige spor i Virksomhedsprogrammet veldefinerede og konkrete, idet en stor del af ansøgningen har fokus på udviklingsopgaven. F.eks. får virksomhederne gennem vækstpilotens arbejde en kommunikationsstrategi, et projektstyringsværktøj, ny viden om software eller digital produktion til udarbejdelse af f.eks. et reolsystem. Derfor er det også naturligt, at en stor andel af deltagerne oplever et positivt udbytte, da de allerede undervejs i forløbet får et konkret output.

Nedenstående tabel viser det umiddelbare udbytte, som virksomhederne ved afslutningen af forløbet vurderer, at de har opnået igennem SMV:Vækstpilot.

Figur 53: Deltagervirksomhedernes umiddelbare udbytte af SMV:Vækstpilot

Andel som har svaret meget enig eller enig i følgende udsagn om deres udbytte af SMV:Vækstpilot	
Vores deltagelse i programmet (ansættelse af vækstpiloten) har bidraget til at løse udviklingsopgaven, som vækstpiloten skulle arbejde med	94 %
Vi har fået tilført relevante kompetencer via vækstpiloten	90 %
Vi har fået styrket fokus på salg og markedsføring	88 %
Vi har fået nye kompetencer på medarbejderniveau	81 %
Vi får styrket vores organisation	80 %
Vi har fået ny/øget anvendelse af virksomhedens eksisterende kompetencer	78 %
Vi har fået styrket fokus på virksomhedens digitalisering/automatisering	68 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. *n* varierer for tabellens udsagn. 1. *n*=297, 2. *n*=296, 3. *n*=293, 4. *n*=293, 5. *n*=291, 6. *n*=291, 7. *n*=277.

Tabellen viser, at hele 94 % af deltagervirksomhederne angiver, at ansættelsen af vækstpiloten har bidraget til at løse den konkrete udviklingsopgave, som vækstpiloten skulle arbejde med. Herudover angiver 80-90 % af virksomhederne, at de gennem SMV:Vækstpilot har fået tilført relevante kompetencer, har fået styrket fokus på salg og markedsføring, har fået nye kompetencer på medarbejderniveau, samt har fået styrket deres organisation. Det positive udbytte kommer også til udtryk ved, at 63 % af virksomhederne har ansat vækstpiloten på deltid eller fuldtid efter forløbet. Dermed er SMV:Vækstpilot også stærkt medvirkende til at hjælpe ledige ind på arbejdsmarkedet. De virksomheder, som ikke har ansat vækstpiloten efterfølgende, angiver, at de ikke havde råd til at ansætte vækstpiloten på ordinære vilkår, at vækstpilotens kompetencer ikke matchede virksomhedens behov tilstrækkeligt, eller at vækstpiloten fandt et job et andet sted.

Samlet vurderer vi, at SMV:Vækstpilot i høj grad tilfører virksomhederne nye kompetencer samt bidrager til at eksisterende kompetencer forøges. Begge forhold er medvirkende til at virksomhederne får kapacitet til deres udviklingsopgaver og får styrket deres vækstpotentiale.

For at virksomhederne (og vækstpiloten) får det maksimale udbytte af SMV:Vækstpilot, er det afgørende, at udviklingsopgaven er forankret i virksomhedens ledelse, og at virksomheden har afsat tilstrækkelige ressourcer til at onboarder vækstpiloten. Nogle virksomheder angiver i den forbindelse, at det er mere tidskrævende at ansætte en akademiker end en produktionsmedarbejder, da akademikere ofte skal løse mere komplekse og abstrakte opgaver, som kræver mere oplæring og forståelse for virksomheden. Evalueringen finder ikke nogen sammenhæng mellem vækstpilotens uddannelsesbaggrund og virksomhedernes oplevede udbytte, hvilket indikerer at uddannelsesbaggrunden ikke i sig selv er afgørende.

Merværdi

Iværksættere og små SMV'er har ofte begrænset likviditet, hvorfor tilskuddet til ansættelse af vækstpiloten kan være afgørende for, om de har råd til at ansætte en ekstra ressource. For de lidt større virksomheder kan deltagelse i SMV:Vækstpilot foruden at bidrage økonomisk også være med til at rammesætte udviklingsopgaven. Fælles for deltagervirksomhederne i SMV:Vækstpilot er, at de ofte ansætter vækstpiloten til at udføre udviklingsopgaver, som virksomhederne ellers ikke har mulighed for at eksekvere på.

Tabellen herunder viser da også, at tilskuddet til vækstpilotens løn var afgørende for, at virksomhederne ansatte vækstpiloten.

Figur 54: Deltagervirksomhedernes vurdering af tilskuddets betydning

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV:Vækstpilot	
Tilskuddet til vækstpilotens løn var afgørende for, at virksomheden ansatte vækstpiloten	93 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. n=302.

Herudover viser survey/slutevalueringerne også, at 63 % af virksomhederne har ansat vækstpiloterne på enten deltid eller fuldtid efter forløbet. For den resterende del af deltagervirksomhederne, der ikke har ansat vækstpiloten, skyldes det hovedsageligt at virksomheden ikke havde råd til at ansætte vækstpiloten på ordinære vilkår, at vækstpilotens kompetencer ikke matchede virksomhedens behov tilstrækkeligt eller, at vækstpiloten fandt et job et andet sted. Samtidig er det dog også vores forståelse, at flere vækstpiloter bruger ordningen som springbræt til at finde anden beskæftigelse. Flere af de interviewede virksomheder giver dog også udtryk for, at de forventeligt før eller siden ville have igangsat et tilsvarende eller lignende initiativ, men at deltagelse i forløbet har betydet, at arbejdet med udviklingsopgaven er igangsat tidligere og med større kvalitet. SMV:Vækstpilot giver dermed deltagervirksomhederne et incitament til at handle på deres udviklingsopgaver, hvilket afhængigt af udviklingsopgavernes karakter kan bidrage til at give dem en konkurrencefordel.

Samlet set vurderer vi, at SMV:Vækstpilot er forbundet med merværdi, da tilskuddet i første omgang er afgørende for at virksomhederne ansætter vækstpiloten, og da knap to tredjedele ender med at ansætte vækstpiloten efter forløbet.

Økonomiske effekter

I forhold til øvrige spor i Virksomhedsprogrammet, er det en styrke ved SMV:Vækstpilot, at det økonomiske tilskud kan bidrage til at løse konkrete og veldefinerede opgaver i virksomhederne. Med andre ord støtter SMV:Vækstpilot i høj grad virksomhedernes kapacitet til at eksekvere, mens de fleste øvrige spor har fokus på forudsætningskabende aktiviteter. Dermed er det heller ikke overraskende, at hhv. 80 % og 90 % af virksomhederne ved afslutningen af deres forløb enten allerede oplever eller forventer at opleve forbedringer i deres produktivitet og omsætning som følge af SMV:Vækstpilot. Ca. en tredjedel af virksomhederne forventer forbedringer i eksport og bæredygtighed i fremtiden, hvilket afspejler at vækstpiloterne i mindre grad har haft fokus på udviklingsopgaver relateret til disse forhold.

Samlet viser evalueringen således, at SMV:Vækstpilot også bidrager til at skabe varige positive effekter hos de deltagende virksomheder.

7.5 Programmets design og virkemidler

Evalueringen viser, at der har været stor efterspørgsel på deltagelse i SMV:Vækstpilot, hvilket indikerer at virkemidlet i form af tilskud til ansættelse af en vækstpilot samt sparring med en forretningsudvikler grundlæggende matcher målgruppens ønsker og behov. Udover tilskud til lønomkostninger udtrykker erhvervshusene også, at virksomhedernes sparring med forretningsudviklerne er essentiel for at sikre, at virksomheden har det rette fokus før, under og i forlængelse af forløbet. 83 % af deltagerne angiver, at det var tydeligt for dem, hvad de kunne få hjælp til under deltagelse i SMV:Vækstpilot.

Langt størstedelen af de tildelte bevillinger har desuden været på maksimumsbeløbet (90.000 kr.), hvilket indikerer at tilskuddet i hvert fald ikke er sat for højt.

Projektets tilbud om kompetenceudvikling af vækstpiloter har ikke i samme grad været kommunikeret ud til virksomhederne under SMV:Vækstpilot som tidligere, da dette tilbud har været valgfrit for virksomhederne, og der ikke har været afsat samme mængde midler som under SMV:Vækstpilot 1.0. På trods af begrænset anvendelse af tilbuddet om kompetenceløft viser nedenstående tabel, at kompetenceudviklingen af vækstpiloten i høj grad har været tilpasset virksomheden, og at kompetenceudviklingen har været af høj kvalitet.

Figur 55: Deltagervirksomhedernes vurdering af kompetenceudvikling af vækstpiloten

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV:Vækstpilot	
Kompetenceudviklingen af vækstpiloten passede til vores behov	91 %
Kompetenceudviklingen var af høj kvalitet	84 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. n=76.

Det er vores vurdering, at programmets virkemiddel i form af tilskud til ansættelse af en vækstpilot samt sparring med en forretningsudvikler grundlæggende matcher målgruppens ønsker og behov. Sammenholdt med projektholders forventning om, at SMV:Vækstpilot i overvejende grad rammer de virksomheder, der skal ansætte deres første udviklingsmedarbejder og derved tilføre virksomheden de nødvendige kompetencer vurderer vi, at kombinationen af tilskud, sparring og mulighed for kompetenceudvikling fungerer godt.

Kommunikation

Ifølge projektholder og co-lead har erhvervshusene ikke lavet en stor markedsføringsindsats – ud over i Region Sjælland.

Projektholder fremhæver, at kontinuiteten i SMV:Vækstpilot bidrager til *organisk vækst*, hvor alle i økosystemet har stort kendskab til puljen og kan bringe den i spil, hvis der er behov for det. Projektholder oplyser, at SMV:Vækstpilot er kommet videre fra REACT med et tilbud som er velkendt (høj *brand awareness*) i økosystemet, hvorfor der er en række ambassadører, der trækker virksomheder til.

I Region Sjælland har projektholder igangsat en aktiv rekrutteringsindsats med ekstern markedsføring på grund af kravet om, at 20 % af midlerne skal allokeres til virksomheder i regionen. Dette har ført til flere leads til erhvervshuset, men ikke nødvendigvis flere deltagere i SMV:Vækstpilot via kanaler som LinkedIn og Facebook. Modsat oplever projektholder faktisk, at den eksterne markedsføring ofte rammer virksomheder, som har brug for sparring fra erhvervshuset udenom SMV:Vækstpilot, hvorfor den eksterne markedsføring ikke har virket som tiltænkt. Regionale forskelle har dog også betydet, at Erhvervshus Sjælland har fået inspiration af Erhvervshus Nordjylland, der har erfaring fra tidligere projekter med fx at etablere et tættere samarbejde inden for økosystemet, som har givet et større inflow fra jobcentre.

Generelt er det projektholders erfaring, at kontinuitet og bredt kendskab til projektet gør, at SMV:Vækstpilot rammer de rigtige virksomheder. Projektholder fremhæver, at det er vigtigt at holde det simpelt og intuitivt, og at virksomhederne belønner dette, når de vender tilbage til andre tilbud inden for erhvervsfremmesystemet.

Rekruttering

Rekruttering har under SMV:Vækstpilot to forskellige betydninger ift. rekruttering af henholdsvis virksomheder eller ledige. Evalueringen viser, at det i nogen grad er lykkedes at rekruttere virksomheder til SMV:Vækstpilot med begrænset erfaring fra erhvervsfremmesystemet. Det er typisk igennem erhvervshusenes kanaler, at deltagervirksomhederne får kendskab til SMV:Vækstpilot. Det er ofte enten direkte igennem erhvervshuset eller Virksomhedsprogrammets hjemmeside, mens knap hver femte virksomhedsdeltager også angiver, at de har fået kendskab igennem det lokale erhvervskontor. Modsat spiller private rådgivere en meget lille rolle, hvilket også er forventeligt taget projektets virkemidler i betragtning.

Virksomhederne kan selv rekruttere vækstpiloterne, men erhvervshuskonsulenterne tilbyder også hjælp via samarbejdspartnerne. Ifølge projektledelsen er der en overvægt af ansøgninger, hvor virksomheder har fundet deres kandidat på forhånd. Uanset om kandidaten er kendt i forvejen eller ej, så udfordrer erhvervshuskonsulenterne valget for at sikre det rette match. Der er også eksempler på vækstpiloter, der selv opsøger virksomheder og præsenterer programmet. Fordelingen varierer regionalt.

Evalueringen viser også, at kun 25 % af deltagervirksomhederne er meget enige eller enige i, at jobcenteret, a-kasse, eller anden rekrutteringspartner har ydet værdifuld hjælp ifm. ansættelse af en vækstpilot under forløbet.

Figur 56: Deltagervirksomhedernes vurdering af rekrutteringspartnernes hjælp

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV:Vækstpilot	
Jobcenteret, a-kasse eller anden rekrutteringspartner har ydet værdifuld hjælp	25 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. n=302.

Samlet set viser evalueringen, at erhvervshusenes kanaler samt til dels lokale erhvervsservice, spiller en stor rolle i rekrutteringen af flere nye virksomheder til SMV:Vækstpilot, mens der er potentiale for, at øvrige rekrutteringspartnere kan spille en større og mere positiv rolle i projektet ift. ansættelse af vækstpiloter under forløbet.

Design

Projektets design giver mulighed for at ansøge løbende fremfor i afgrænsede ansøgningsvinduer. Dette er fleksibelt for virksomhederne, men betyder også, at der kan gå op til seks uger fra ansøgning til ansættelse af vækstpiloten. Flere virksomhederne har behov for hurtig igangsættelse og oplever denne ventetid som udfordrende. En anden udfordring er, at der for nogle ikke-brugere kan opstå en usikkerhed omkring reglerne for ansættelse af vækstpiloten efter forløbet, uagtet at der ikke er krav om ansættelse i forlængelse af forløbet. Flere ikke-brugere oplever, at de får uklare eller mangelfulde svar, når de søger rådgivning hos erhvervshusene, hvilket skaber frustration og en fornemmelse af at blive skubbet rundt i systemet. Dette øger modstanden mod at engagere sig i projektet.

Selvom projektets design medvirker til, at der kan gå op til seks uger fra ansøgning til ansættelse af vækstpiloten, vurderer vi, at fordelene ved det efterspørgselsdrevne setup opvejer ulemperne for alternativet, der vil være et mere rigtigt setup, hvor virksomheder skal afvente puljens åbningsdato for et ansøgningsvindue. Det skyldes bl.a., at matchet mellem arbejdsgiver og arbejdstager er væsentlig anderledes end det leverandørforhold, som findes hos de øvrige virksomhedsspor. Hvis projektets design ændres til lukkede ansøgningsvinduer, kan

det hjælpe med at styre overefterspørgslen, men det vil ikke nødvendigvis sikre, at midlerne går til virksomheder med størst vækstpotentiale. Det vil kræve en grundig screening, og det vil samtidig øge administrationen. Derudover kan et strammere ansøgningssystem afskrække potentielt relevante virksomheder med vækstpotentiale fra at søge, hvis de ikke ønsker at vente på en ansøgningsrunde.

På baggrund af evalueringen har vi ikke grundlag for at sige om vækstpotentialet blandt de aktuelt deltagende virksomheder kunne have været større med ansøgningsrunder. Vi kan dog se, at virksomhederne generelt får et udbytte og at flere forventer en økonomisk effekt.

7.6 Administration og proces

Overordnet viser evalueringen, at virksomhederne er positive om brugerrejsen i SMV:Vækstpilot. Jf. kapitel 2, angiver 81 %, at de er meget enige eller enige i udsagnet om, at det samlet set var let og enkelt at deltage i forløbet, hvilket er højest på tværs af Virksomhedsprogrammet. Samtidig angiver 66 % af deltagervirksomhederne, at de i meget høj grad eller høj grad oplever, at udbyttet ved at deltage stod på mål med de administrative krav, hvorimod den tilsvarende andel på tværs af alle de seks virksomhedsprogrammer ligger på 54 %. Tilsvarende giver størstedelen af de interviewede deltagere også udtryk for, at virksomheden har fået mere værdi ud af deltagelse, end de har brugt af ressourcer.

Nedenfor beskriver vi virksomhedernes oplevelse af de enkelte trin i brugerrejsen.

Ansøgningsproces

Hvis vi alene kigger på spørgeskemaresultaterne, er virksomhedernes syn på ansøgningsprocessen positiv. Her er 69 % enige i, at ansøgningsprocessen har været overskuelig, hvilket er højest på tværs af Virksomhedsprogrammet. Oplevelsen er dog mere blandet i interviewene. Størstedelen af de interviewede deltagere beskriver ansøgningsprocessen som værende udfordrende, teksttung og kompliceret, mens andre deltagere beskriver processen som tilforladelig. Superbrugerne med erfaring fra andre dele af Virksomhedsprogrammet oplever i højere grad, at ansøgningsprocessen er let og enkel, mens førstegangsb brugere udtrykker et større behov for hjælp og sparring.

Markedsafsøgning

Der er blandt de interviewede virksomheder både positive og negative bemærkninger i forhold til rekruttering af vækstpiloten under SMV:Vækstpilot.

Utilfredsheden med rekrutteringsprocessen knytter sig i overvejende grad til de tilfælde, hvor en virksomhed har været i dialog med en vækstpilot forud for ansøgningen, og hvor forløbet efterfølgende går godt. I disse tilfælde oplever virksomhederne markedsafsøgningen som en pseudoproses. Modsat viser interviewene også eksempler på, at virksomheder som ikke har gjort så meget ud af rekrutteringsprocessen men i stedet valgt en vækstpilot fra deres netværk, ikke har fået et særligt stort udbytte af SMV:Vækstpilot. Disse virksomheder udtrykker, at de burde være gået mere ind i dialogen om, hvorvidt vækstpiloten, der var valgt forinden, var den rigtige kandidat.

Samlet set viser evalueringen, at markedsafsøgningsprocessen for nogle virksomheder kan opleves som et stort ressourcespild og bureaukratiske arbejdsgange, mens det for andre virksomheder kan være en vigtig proces i forhold til at opnå mest muligt udbytte af deltagelse.

Afslutning

I forbindelse med afslutningen af forløb i SMV:Vækstpilot modtager virksomheden en mail med information om muligheden for udbetaling af tilskud, hvorefter virksomheden anmoder om udbetaling. Tilskuddet bliver udbetalt til virksomheden inden for 2-5 måneder efter forløbets afslutning, når anmodningen om udbetaling og øvrig dokumentation er gennemgået og godkendt. Der er således ikke et krav om, at der skal udarbejdes en udviklingsplan efter endt forløb, og det er heller ikke noget, der er blevet efterspurgt af deltagervirksomhederne i interviews. Det eneste virksomhederne fremhæver er, at sagsbehandlingen kan opleves som langtrukken.

På den baggrund er det vores vurdering, at virksomhedsdeltagerne generelt ikke oplever udfordringer i afslutningen af deres forløb, hvis tidsrammen for udbetaling overholdes.

Sparring med erhvervshuset

Både spørgeskemaundersøgelsen og interviewene viser, at forretningsudvikleren har ydet værdifuld sparring til virksomhederne gennem hele forløbet. Konkret angiver hele 96 % af de adspurgte deltagervirksomheder, at forretningsudvikleren har ydet værdifuld sparring/vejledning i forløbet. Dette bekræftes ligeledes af interviewene med deltagervirksomhederne, som generelt udtrykker stor tilfredshed med erhvervshusenes sparring, service og tilgængelighed under forløbet.

Det er vores samlede vurdering, at sparringen med erhvervshusene især spiller en stor rolle i forhold til at hjælpe virksomhederne gennem ansøgningsprocessen, samt ikke mindst i forhold til at finde den rette rekrutteringspartner og hjælpe dem med at forstå de administrative krav. Erhvervshusene laver ikke de konkrete matches mellem virksomheder og vækstpiloter, men sparrer med virksomheden i forhold til det konkrete udviklingsprojekt og dermed kravene til den faglige og personlige profil, hvilke indgår for at sikre, at den rette vækstpilot ansættes. Erhvervshusene og forretningsudviklerne spiller således en afgørende rolle i forhold til at sikre fundamentet for en god og udbytterig proces.

7.7 Samspil med økosystemet

Deltagere i SMV:Vækstpilot, er sammenlignet med de øvrige spor i Virksomhedsprogrammet, i højere grad karakteriseret ved at være førstegangsbbrugere. Knap 40 % af deltagervirksomhederne angiver, at de før deltagelse i SMV:Vækstpilot *ikke* har modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet. Projektholder angiver da også, at SMV:Vækstpilot er lykkes med at tiltrække nye virksomheder, og at sporet særligt i Erhvervshus Sydjylland er en god indgang til erhvervsfremmesystemet. 62 % af virksomhederne angiver desuden, at de er blevet opmærksomme på og/eller henvist til andre tilbud gennem deltagelse i SMV:Vækstpilot, jf. kapitel 2.

Aktører fra økosystemet nævner, at SMV:Vækstpilot har et unikt tilbud, som ikke findes andre steder i systemet. Dels giver puljen mulighed for, at også mindre virksomheder kan ansætte videnstung arbejdskraft, dels giver puljen mulighed for at ledige aktiveres på arbejdsmarkedet. Fra jobcentrenes perspektiv kan puljen udover at løse konkrete opgaver hos deltagervirksomhederne også bidrage til at øge virksomhedernes fokus på ESG-dagsordenen. Det er dog kun halvdelen af virksomhederne som forventer forbedringer i deres bæredygtighed, hvilket umiddelbart indikerer, at bæredygtighed i mange forløb ikke har været et omdrejningspunkt.

Aktører fra økosystemet udtrykker dog også, at det er problematisk at ansøgningsprocessen er så langtrukket, som den er. Konkret fremhæver de, at behandlingstiden på op til seks uger fra ansøgning til ansættelse af en vækstpilot betyder, at virksomhederne risikerer, at kandidaterne finder et andet job i mellemtiden. For en lille SMV med begrænset likviditet kan en sådan proces være meget følsom.

Opsummerende udtrykker økosystemsaktørerne sig positivt omkring puljens muligheder, og understreger at puljen er med til at sætte skub i udviklingsprojekter, der ofte ligger på vippen til at blive eksekveret på. Erhvervshusenes forretningsudviklere bliver også af økosystemsaktørerne fremhævet som værende en kritisk succesfaktor for det rigtige match mellem virksomhed og vækstpilot – både faglig og personligt.

7.8 anbefalinger

Samlet set viser evalueringen, at SMV:Vækstpilot er et attraktivt og effektivt program for de virksomheder, der har brug for at få tilført kompetencer for at løse udviklingsopgaver. Tilskuddet spiller en afgørende rolle for virksomhedernes beslutning om at ansætte en vækstpilot, og puljens kontinuitet har styrket bevidstheden om puljens tilstedeværelse hos relevante virksomheder og økosystemsaktører. Dog oplever flere ansøgningsprocessen som langsommelig og omstændig, hvilket medfører en risiko for, at relevante matches mellem virksomheder og vækstpiloter ikke bliver til noget.

På baggrund af evalueringen har vi opstillet følgende anbefalinger til, hvordan SMV:Vækstpilot fremadrettet kan styrkes yderligere, ligesom vi i sammenfatningen præsenterer tværgående anbefalinger til Virksomhedsprogrammet, som også har relevans for SMV:Vækstpilot:

- **Reduktion af ventetid fra ansøgning til ansættelse:** Projektholder har bevidst valgt, at ansøgningerne kan indsendes, når behovet opstår (=fleksibilitet), fremfor at virksomheder skal afvente en åbningsdato for et ansøgningsvindue. De seks ugers procestid bør derfor sammenlignes med den reelle procestid på de øvrige spor, hvor der ofte skal tillægges procestid til markedsafsøgning samt timing til ansøgningsvindue. Uagtet denne begrundelse, er det vores anbefaling, at erhvervshusene fortsat forsøger at forkorte tiden mellem indsendelse af ansøgning og ansættelse af vækstpilot. Det skyldes, at både deltagervirksomheder og aktører i økosystemet finder denne ventetid for lang. Vi anbefaler derfor at optimere sagsbehandlingen ved f.eks. at indføre en fast-track ordning for virksomheder, der opfylder bestemte kriterier, samt ved at styrke samarbejdet med relevante aktører for at sikre hurtigere match og opstart. Fokus skal dog fortsat være på virksomheder med størst vækstpotentiale fremfor blot flere virksomhedsforløb.
- **Udvidet brug af matchdage:** Overvej at udvide brugen af matchdage som en platform til at skabe direkte kontakt mellem virksomheder og potentielle vækstpiloter. Evalueringen viser, at kravet om, at vækstpiloten skal være ledig, kan være en barriere, særligt når der er tale om specifikke jobprofiler som akademikerorienterede stillinger. For at reducere denne barriere kan erhvervshusene fokusere på at tydeliggøre fordelene ved at ansætte ledige akademikere eller faglærte gennem SMV:Vækstpilot, herunder koble det til ESG-dagsordenen og vise, hvordan det bidrager til både virksomhedens udvikling og samfundsansvar. Samtidig anbefaler vi

at styrke samarbejdet med brancheorganisationer for at målrette programmet bedre mod virksomheder med specifikke behov. Det kunne f.eks. være proces- og produktionsoptimering, herunder hvordan virksomheder kan indføre ny teknologi eller bæredygtighed og udvikling af en grøn og cirkulær strategi. Dette kan understøttes af cases og konkrete historier, der illustrerer, hvordan programmet har skabt værdi i forskellige brancher.

- **Forenkling af administrative krav og øget støtte:** For at imødekomme udfordringerne med de administrative krav, som særligt mindre virksomheder og førstegangsbrugere oplever, anbefaler vi, at erhvervshusene arbejder på at forenkle og standardisere kravene på tværs af puljer. Evalueringen viser, at der, selvom mange virksomheder kan håndtere de eksisterende krav, er en betydelig gruppe, som oplever dem som tunge og tidskrævende. En gennemgang af brugerrejsen med fokus på at reducere kompleksiteten vil kunne styrke deltagelsen i SMV:Vækstpilot og forbedre brugeroplevelsen. Dette kan suppleres med øget støtte til mindre erfarne virksomheder gennem vejledning og skabeloner, der gør det lettere at opfylde kravene.

8 SMV:PRO

8.1 Kort intro til SMV:PRO

Formålet med SMV:PRO er at hjælpe en bred gruppe af virksomheder med ledelse, organisation og strategi, inkl. ejer- og generationsskifte. SMV:PRO vil gennem screening af virksomheder, kompetenceudvikling og rådgivning bidrage til at udvikle og løfte SMV'ernes forståelse og erkendelse om egne behov samt mulighederne for at styrke virksomhedernes organisation, strategi, ledelse, finansiering, teknologi og netværk.

SMV:PRO dækker hele landet, men 50 % af midlerne er allokeret til virksomheder i Region Sjælland. Region Sjælland har et særligt fokus i SMV:PRO, da Region Sjælland har en særskilt vækststudfordring, hvilket er afspejlet i, at regionen som den eneste i Danmark klassificeres som overgangsregion i EU.

Målgruppen for SMV:PRO er SMV'er med minimum ét afsluttet regnskabsår. Det anvendte krav om minimum to årsværk i SMV:PRO 2019-2022 er frafaldet, så alle virksomheder med et behov kan søge.

Følgende hovedaktiviteter er ved opstart blevet identificeret som en del af indsatsen:

- Professionaliseringsforløb
- Ejerledernetværksforløb
- Markedsføring og rekruttering
- Netværk vedr. ejerskifte
- Videns- og erfaringssamling

Professionaliseringsforløb er nøgleaktiviteten i projektet. Disse forløb indeholder en screening af virksomhedens nuværende situation, et rådgivningsforløb, hvor der gives 50 % i tilskud dog højest 250.000 kr. pr. virksomhed, en udviklingsplan med konkrete anvisninger samt en sparringspartner fra Erhvervshuset, som følger virksomheden gennem processen. Rådgivningsforløb kan både være skræddersyede forløb, hvor virksomheden selv indhenter tilbud fra rådgivere, eller en rådgiverpakke indenfor udvalgte emner som salgsmodning af virksomheden, professionel bestyrelse eller advisory board og strategi eller forretningsmæssig sparring.

Derudover udvikler SMV:PRO et netværk for ejerledere i Region Sjælland. Netværket bygger videre på netværksaktiviteter fra projektet SMV:Strategi. Projektet etablerer også et landsdækkende netværk for aktører inden for ejerskifteområder, som har til formål at udveksle og udbrede viden, og som bygger videre på erfaringer med Erhvervsstyrelsens projekt Ejerskifte Danmark.

Projektet støttes af Regionalfonden indenfor prioritet 1.3 *Stærkere SMV'er gennem internationalisering, digitalisering og grøn omstilling*. Dets økonomiske partnere er de seks erhvervshuse, CBS, Center for Ejerledede Virksomheder og Stevns Erhvervsråd. Erhvervshus Sjælland er lead, mens Erhvervshus Fyn er co-lead,

8.2 Fremdrift på indikatorer

Dette afsnit giver et overblik over fremdriften på de indikatorer, der er aftalt mellem projektholder og Erhvervsstyrelsen. Tallene tager udgangspunkt i projektholders afrapportering til Erhvervsstyrelsen per 31. august 2024.

Tabellen herunder viser status på de opstillede aktivitetsmål, hvilket i denne sammenhæng er antallet af professionaliserings- og ejerledernetværksforløb, markedsføring og rekruttering, netværk vedr. ejerskifte samt videns- og erfaringsopsamling.

Figur 57: Status på de opstillede aktivitetsmål per 31.08.2024

Aktivitet	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Professionaliseringsforløb	350	310	89 %
Ejerledernetværksforløb	35	38	+100 %
Markedsføring og rekruttering	400	506	+100 %
Netværk vedr. ejerskifte	6	3	50 %
Videns- og erfaringsopsamling	3	2	67 %

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt.

Tabellen viser, at SMV:PRO samlet set har igangsat 310 forløb, hvilket svarer til en målopnåelse på 89 %. Derudover har SMV:PRO allerede per 31.08.2024 indfriet måltallene for antal ejerledernetværksforløb samt markedsføring og rekruttering, der dækker over antallet af ansøgninger i SMV:PRO. SMV:PRO har endvidere nået 50 % af deres mål for netværk vedr. ejerskifte, hvor de efter planen skulle have afholdt to møder i netværket årligt, men pr. 31.08.2024 har afholdt tre frem for de planlagte fire møder. Samlet set vurderer vi, at projektet opnår de fastsatte aktivitetsmål.

Tabellen nedenfor viser antallet af virksomheder, som har modtaget støtte i form af tilskud, antallet af nedskrevne strategier og analyser samt udfyldte slutevalueringer.

Figur 58: Status på de opstillede outputmål per 31.08.2024

Output	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Antal virksomheder, der har modtaget støtte i form af tilskud (herunder mikro-, små-, mellemstore- og store virksomheder)	350	348	99 %
Antal strategier og analyser	2	1	50 %
Antal ejerledere der deltager i ejerledernetværksforløb	35	-	-

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluator af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt. - angiver, at projektholdet endnu ikke er begyndt at samle data ind på denne indikator.

Jf. kapitel 2, er der på baggrund af de 560 ansøgninger, der er givet pr. 01.11.2024, i alt bevilliget 397 tilskud til forløb under SMV:PRO. Det svarer til en godkendelsesprocent på ca.

70 %, hvilket er relativt højt sammenlignet med de andre spor under Virksomhedsprogrammet, hvor kun SMV:Vækstpilot har en højere godkendelsesprocent. Status for antal virksomheder i ovenstående tabel er lavere end det fremgår af kapitel, da data ikke er trukket på samme tid. Outputmål for antal deltagende ejerledere opgøres på baggrund af slutevalueringer, hvorfor måltallet først forventes opnået i sidste afrapporteringsperiode for projektet. Vi vurderer, at projektet når sine outputmål ift. antal virksomheder og antal strategier og analyser, men da antallet af deltagende ejerledere ikke gøres op før til sidst i forløbet, kan vi ud fra opstillede outputmål vurdere, om de når dette mål.

Tabellen nedenfor viser de opstillede effektmål for SMV:PRO. Som outputmål for antal deltagende ejerledere opgøres effektmålene på baggrund af slutevalueringer, hvorfor måltallet først forventes opnået i sidste afrapporteringsperiode for projektet.

Figur 59: Status på de opstillede effektmål per 31.08.2024

Indikator	Måltal	Status	Målopnåelse i procent
Private investeringer, som svarer til offentlig støtte (herunder tilskud og finansielle instrumenter)	37.525.000 kr.	13.216.420,33 kr.	35 %
Antal virksomheder med større omsætning	308	-	-
Antal virksomheder, hvor deltagerne i høj grad eller meget høj grad vurderer, at deltagelse i SMV:Professionalisering bidrager til virksomhedens professionalisering/udvikling/ejerskifte	346	152	44 %
Antal ejerledere, der i høj grad eller meget høj grad vurderer at have fået kompetencer som følge af deltagelse i ejerledernetværket	32	-	-

Note: Projektets målopnåelse af indrapporteret til evaluatør af bevillingsmodtager. Bevillingsmodtager er ansvarlig for, at måltallene er indrapporteret korrekt. - angiver, at projektholdet endnu ikke er begyndt at samle data ind på denne indikator. 'Målopnåelse i procent' er beregnet pba. måltallene for den samlede projektperiode.

Pr. 31.08.2024 har projektet tiltrukket godt en tredjedel af det opstillede mål for private investeringer. Projektet skal ikke afrapportere på antallet af virksomheder med større omsætning jf. indikatorvejledningen, da denne indikator bliver opgjort ved hjælp af data indhentet af Erhvervsstyrelsen fra Danmarks Statistik.

SMV:PRO anvender spørgeskemaundersøgelsen til at vurdere, hvorvidt deltagelsen i SMV:PRO bidrager til virksomhedens professionalisering/udvikling/ejerskifte. Per 31.08.2024 vurderer 152 af de 161 virksomheder som på det tidspunkt havde afsluttet deres forløb, at deltagelsen i høj grad eller meget høj grad har bidraget til professionalisering/udvikling/ejerskifte. Det svarer til knap 94 %. Dette indikerer, at projektet i kommer til at opnå deres effektmål om bidrag til virksomhedens professionalisering/udvikling/ejerskifte.

Det opstillede effektmål for antal virksomheder med større omsætning og antal ejerledere med styrkede kompetencer måles først i afslutningen af projektforløbet, hvorfor der endnu ikke er indsamlet data på de to mål. I spørgeskemaundersøgelsen spørges der dog ind til virksomhedernes forventninger til omsætning, hvor 23 % svarer, at virksomheden allerede har oplevet forbedringer i omsætningen på baggrund af deres deltagelse i SMV:PRO. Derudover svarer 67 %, at de forventer forbedringer i omsætningen på baggrund af deres

deltagelse inden for et år eller efter et år. Det er således kun 10 %, som ikke forventer forbedringer i deres omsætning på baggrund af deres deltagelse. Selvom deltagere har en tendens til at overvurdere udbyttet af deres deltagelse ved afslutning, indikerer besvarelsene, at det er muligt for projektet at opnå sit effektmål om antallet af virksomheder med større omsætning.

Samlet set vurderer vi, at SMV:PRO kommer til at indfri målsætningerne indenfor programperioden. Det har været en større udfordring for sporet at have midler nok til hele programperioden, da der ultimo 2024 kun er midler tilbage i Region Sjælland og Region Syd. Dette er dog imødekommet med en tilskudsbevilling fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse på 41,5 mio. kr. til at forsætte SMV:PRO til udgangen af 2026. Derfor åbner SMV:PRO op for puljen for hele landet i starten af 2025.

8.3 Deltagerne i SMV:PRO

I dette afsnit laver vi en kortfattet beskrivelse af deltagerne i SMV:PRO. Vi henviser løbende til bruger- og spørgeskemadata, som er præsenteret nærmere i kapitel 2.

Branche, geografi og størrelse

De deltagende virksomheder i SMV:PRO kommer fra mange forskellige brancher. Særligt bygge- og anlægsvirksomheder (13 %) fylder meget i SMV:PRO ift. i de øvrige spor, mens der også deltager mange virksomheder fra service (17 %) samt engroshandel og transport (17 %) i SMV:PRO. De brancher, der fylder mindst, er finansiering (1 %) og detailhandel (6 %). At SMV:PRO er relevant for en stor del af brancherne passer ind i projektholders tanke om at dække en bred palette af forretningsudviklingsbehov.

Størstedelen af deltagerne kommer fra Sjælland (37 %), hvilket harmonerer med, at 50 % af midlerne skal gå til sjællandske virksomheder, jf. den anvendte regionale fordelingsnøgle. Dernæst kommer deltagere fra Hovedstaden (24 %) og Midtjylland (13 %). Det er kun i Sydjylland og Sjælland hvor andelen er lavere end målsætningen. SMV:PRO er dog meget opmærksomme på at tiltrække flere deltagere fra Sjælland.

SMV:PRO dækker også bredt ift. størrelsen på virksomhederne, hvor 21 % har 0-4 ansatte, 21 % har 5-10 ansatte, 42 % har 11-50 ansatte og 13 % har over 50 ansatte. Den største andel af de deltagende virksomheder har således 11-50 ansatte, hvilket også er gældende for de andre spor under Virksomhedsprogrammet på nær SMV:Vækstpilot. Derudover er langt størstedelen (92 %) etablerede virksomheder, der er over tre år gamle jf. kapitel 2.

Samlet set spænder SMV:PRO relativt bredt, men den typiske deltager er en etableret virksomhed indenfor bygge og anlæg eller service fra Sjælland med mellem 11-50 ansatte.

Erfaring med erhvervsfremmesystemet

39 % af deltagervirksomhederne under SMV:PRO har *ikke* modtaget vejledning eller støtte i erhvervsfremmesystemet før deltagelsen i sporet. Dermed er SMV:PRO et af de spor med flest førstegangsbrugere. SMV:PRO med sit brede fokus er dog tænkt som en mulig indgang til erhvervsfremmesystemet, hvorfor vi havde forventet en større andel førstegangsbrugere. Vi kan dog ikke ud fra besvarelsene vurdere, hvor stor en andel der kun har modtaget vejledning og ikke støtte. Erhvervshusene oplever, at mange virksomheder kontakter dem for at få hjælp og vejledning, inden de ansøger, hvorfor en del af de 39 % deltagervirksomheder i praksis godt kan være nye i erhvervsfremmesystemet.

SMV:PRO er gode til at henvise de deltagende virksomheder videre til andre tilbud, hvor hele 59 % er blevet henvist til andre tilbud, som var relevante for dem, hvilket er den højeste andel på tværs af Virksomhedsprogrammet. Derudover er det kun 4 %, som gennem deres deltagelse har savnet henvisninger til andre tilbud. Samlet set indikerer spørgeskemaundersøgelsen og interviewene, at de i SMV:PRO er gode til at hjælpe de deltagende virksomheder videre efter endt forløb.

Karakteristika ved ikke-brugerne

Ikke-brugerne i SMV:PRO er overvejende virksomheder, der enten ikke kender til erhvervshusene og erhvervsfremmesystemet, eller som allerede deltager i andre spor, og derfor ikke har tid eller økonomiske ressourcer til at prioritere SMV:PRO. Den første gruppe har manglende kendskab til, hvordan erhvervshusene kan understøtte deres udvikling, hvilket gør det svært for dem at se relevansen af sporet. Den anden gruppe, som typisk har travlt med driftsopgaver og eksisterende udviklingsprojekter, vurderer, at de ikke kan afsætte tilstrækkelige ressourcer til at engagere sig i endnu et forløb.

Derudover oplever nogle, at SMV:PRO er udfordrende at forstå og anvende, da programmets brede definition gør det vanskeligt at vurdere, hvad det konkret kan bruges til. For at gøre SMV:PRO mere konkret og forståeligt for potentielle deltagere har SMV:PRO udarbejdet fem rådgiverpakker, der konkretiserer mulighederne. Vi vurderer, at de interviewede ikke-brugere ikke er opmærksomme på rådgiverpakkerne i sporet.

For de virksomheder, der alligevel ser en mulig relevans, kan ikke-erkendte behov og manglende modning betyde, at de ikke er parate til at deltage. Kravet om at lægge ud for tilskuddet kan også udgøre en barriere, især for mindre virksomheder med begrænset likviditet. Dette gælder særligt virksomheder, der er relativt unge og uprøvede i erhvervsfremmesystemet, og som derfor har færre ressourcer til at håndtere både administration og finansiering af projektdeltagelsen.

Barrierer for deltagelse

En central barriere for deltagelse i SMV:PRO er manglende tydelighed om, hvad programmet kan tilbyde, hvilket kan skyldes, at flere virksomheder ikke er opmærksomme på rådgiverpakkerne. Flere virksomheder nævner, at de opfatter Virksomhedsprogrammet som værende administrativt tungt, hvilket især afskrækker dem uden erfaring med erhvervsfremmesystemet. Denne opfattelse forstærkes, hvis virksomhederne ikke i forvejen har kendskab til erhvervshusene.

For at øge deltagelsen vurderer vi, at SMV:PRO og særligt rådgiverpakkerne kan kommunikeres mere klart og målrettet, så virksomhederne får en bedre forståelse af, hvad de kan opnå gennem sporet. Erhvervshusene kan også styrke deres synlighed i erhvervslivet generelt, fx gennem samarbejder med organisationer som Dansk Industri eller lokale erhvervs-services, der har en tættere kontakt med virksomhederne lokalt. Derudover kan en forbedret kommunikation om, hvornår sporene åbner igen hjælpe med at fastholde virksomhedernes interesse og engagement. SMV:PRO har dog med vilje ikke igangsat øget markedsføring og kommunikation i flere regioner, da de på forhånd har oplevet stor efterspørgsel, og at der ikke vil have været budget til at imødekomme mange af ansøgningerne. Projektet kan dog overveje, om det er relevant at øge markedsføringen og kommunikationen nu, hvor de har modtaget flere midler til sporet.

8.4 Værdiskabelse for målgruppen

Samlet set viser spørgeskemaundersøgelsen, at SMV:PRO skaber stor værdi for deltagerne, da hele 86 % af deltagerne i høj grad har fået et udbytte af deres deltagelse.

Tabellen herunder viser det umiddelbare udbytte, som virksomhederne ved afslutningen af forløbet vurderer, at de har opnået gennem SMV:PRO.

Figur 60: Deltagervirksomhedernes umiddelbare udbytte af SMV:PRO

Andel som har svaret meget enig eller enig i følgende udsagn om deres udbytte af SMV:PRO	
Vores deltagelse i programmet har bidraget til virksomhedens udvikling og robusthed	93 %
Vi er blevet mere afklarede ift. virksomhedens fremtid, herunder fået en plan for nødvendige tiltag til forberedelse af fremtidigt ejerskifte	92 %
Vi har fået en konkret udviklingsplan for virksomhedens videre professionalisering	91 %
Vi har fået styrket vores forretningsstrategi	89 %
Vi får styrket vores organisation, herunder forbedrede arbejdsprocesser, uddelegeringer af ansvarsområder eller styrket vores arbejde med bestyrelse eller advisory board	86 %
Vi har fået styrket fokus på salg og markedsføring	81 %
Vi har fået stærkere kompetencer på lederniveau	76 %

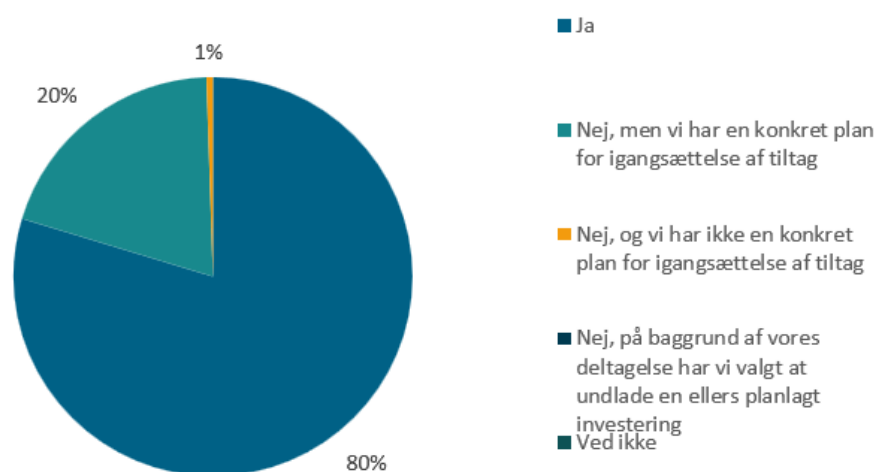
Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. n=188.

Tabellen viser, at 93 % oplever, at deltagelsen i programmet har bidraget til virksomhedens udvikling og robusthed. Endvidere svarer 86 %, at de har fået styrket deres organisation, herunder forbedrede arbejdsprocesser, uddelegeringer af ansvarsområder eller styrket deres arbejde med bestyrelse eller advisory board. 91 % vurderer desuden, at de har fået en konkret udviklingsplan for virksomhedens videre professionalisering, hvilket indikerer, at SMV:PRO understøtter muligheden for videre udviklingsarbejde i de deltagende virksomheder.

Nogle af de konkrete resultater, som virksomhederne har fået gennem SMV:PRO er oprettelse af en bestyrelse eller advisory board, styrket forretningsstrategi, konkrete redskaber til at implementere strategien samt en professionalisering/strukturering af virksomheden, så de ikke bare "gør, som de plejer at gøre".

Nedenstående figur viser, at 80 % besvarer, at deltagelsen har bidraget til, at virksomheden har igangsat/gennemført konkrete tiltag for at styrke virksomhedens vækstudfordringer.

Figur 61: Har deltagelsen i SMV:PRO bidraget til, at virksomheden har igangsat/gennemført konkrete tiltag for at styrke virksomhedens vækstforudsætninger?



Kilde: Survey blandt deltagervirksomhederne ved afslutning af deres forløb. n=192.

Merværdi

SMV:PRO har i høj grad givet de deltagende virksomheder et incitament til at søge en rådgiver og igangsætte et udviklingsprojekt. Flere af de interviewede virksomheder giver udtryk for, at de har haft nemmere ved at overbevise deres direktion eller bestyrelse om igangsættelsen af et udviklingsprojekt, når det har været muligt at gøre via SMV:PRO. Dette skyldes, at sporet konkretiserer og afgrænser udviklingsprojektet både tidsmæssigt og ressourcemæssigt, hvilket er nemmere at købe ind på, særligt for mindre risikovillige virksomheder. Flere interviewede virksomheder uddyber yderligere, at de uden deres deltagelse i SMV:PRO havde fortsat med at drive virksomhed som før, men at deltagelsen har ført til en mere struktureret og professionel virksomhed. Dette understøttes også af spørgeskemaundersøgelsen, hvor 93 % af de deltagende virksomheder er meget enige eller enige i, at deres deltagelse i programmet har bidraget til virksomhedens udvikling og robusthed.

Ovenstående indsigter understøttes også af spørgeskemaundersøgelsen, hvor 95 % af deltagerne er meget enige eller enige i, at tilskuddet fra SMV:PRO var afgørende for, at virksomheden valgte at indkøbe privat rådgivning. Dette ses i nedenstående tabel. Samlet set vurderer vi, at merværdien i SMV:PRO høj, da sporet virker som en katalysator for mange af virksomhederne.

Figur 62: Deltagervirksomhedernes vurdering af tilskuddets betydning under SMV:PRO

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV:PRO	
Tilskuddet til rådgivning var afgørende for, at vores virksomhed valgte at indkøbe privat rådgivning	95 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. n=192.

Økonomiske effekter

Jf. kapitel 2, angiver 88 % af deltagerne i SMV:PRO, at de enten har oplevet eller fremadrettet forventer at opleve forbedringer i deres produktivitet på grund af deres deltagelse i forløbet. Det samme er tilfældet med 90 % af deltagerne ift. forbedringer i omsætning.

De fleste af disse virksomheder har endnu ikke oplevet forbedringer, hvilket hænger sammen med, at SMV:PRO i høj grad arbejder med forudsætningsskabende forhold, som ikke nødvendigvis har en tydelig effekt med det samme. Det er således forventeligt, at den økonomiske udvikling i virksomheden først ses i nøgletallene på længere sigt, når de implementeret og eksekveret på tiltag fra deres udviklingsplan. Vi vurderer på baggrund af interviews, at udarbejdelsen af Udviklingsplanen er med til at understøtte, at effekterne opstår efter afsluttet forløb. Således er det klart for virksomheden, hvordan de skal arbejde videre, selvom forløbet er afsluttet.

Derudover ses det i Tabel 16, at 90 % af de deltagende virksomheder forventer forbedringer i deres omsætning på grund af deltagelsen, selvom det også kun er 23 %, som har oplevet det ved afslutningen af forløbet, hvilket også er forventeligt, da forbedring i omsætningen har længere udsigter.

I interviewene fremhæver flere desuden virksomheder, at deltagelsen i SMV:PRO har haft stor betydning for deres virksomheds udvikling, og at det ud over forventet øget produktivitet og omsætning, også vil føre til ansættelse af nye medarbejdere grundet professionalisering af virksomheden. Dette understøttes også af, hvor 87 % forventer forbedringer i antallet af ansatte på grund af deres deltagelse.

Samlet set vurderer vi, at SMV:PRO bidrager til økonomiske effekter for mange af de deltagende virksomheder. Dette selvom deltagende virksomheder kan have en tendens til at have høje forventninger til forbedringer, når de har været glade for et forløb. De undervurderer ofte de udfordringer der vil opstå undervejs. Derfor bliver den reelle økonomiske effekt ofte mindre end forventet.

8.5 Programmets design og virkemidler

Under SMV:PRO kan virksomheder ansøge om et rådgiverforløb, hvor der gives op til 50 % i tilskud (dog højest 250.000 kr. per virksomhed). I nedenstående tabel viser vi fordelingen af tilsagnsbeløb fordelt i intervaller.

Figur 63: Oversigt over tilsagnsbeløb givet under SMV:PRO

Tilsagnsbeløb givet til deltagende virksomheder fordelt i intervaller	Andel
0-99.999 kr.	38 %
100.000-149.999 kr.	18 %
150.000-249.999 kr.	28 %
250.000-500.000 kr.	17 %

Kilde: Data indsamlet via OnlineLegat pr. 11.10.2024. $n = 192$. Tilsagnsbeløbet dækker over det fyldte beløb, der er givet tilsagn til at bruge på udviklingsprojektet. Der er maksimalt givet 250.000 kr. i tilskud til projektet via SMV:PRO. $n=192$.

Tabellen viser, at 38 % af de deltagende virksomheder i SMV:PRO får et tilsagnsbeløb under 99.999 kr. Modsat er det kun 17 % af de deltagende virksomheder, som modtager 250.000-500.000 kr. i tilsagnsbeløb. Flere af de interviewede virksomheder begrundede denne relativt

store brug af mindre tilsagnsbeløb med, at det ikke altid er relevant at søge mange midler til udvikling for mindre virksomheder, da de selv skal have ressourcerne til at drive projektet og betale det resterende. Derfor vurderer vi, at projektholder kan overveje at sænke tilskudsstørrelsen, så midlerne kan nå ud til flere virksomheder.

Der er opsat fem rådgiverpakker under SMV:PRO, som virksomhederne kan søge ind på. Rådgiverpakkerne er rettet mod virksomheder, der gerne vil have en let og hurtig adgang til midlerne. Derudover fungerer rådgiverpakkerne som en regulator, der hjælper SMV:PRO med at have det gennemsnitlige tilsagnsbeløb på godt 150.000 kr. hvoraf 50 % medfinansieres. Så selvom det er muligt for virksomhederne at sammensætte rådgiverpakkerne og skræddersyede forløb, er det vores vurdering, at rådgiverpakkernes størrelse understøtter brugen af mindre tilsagnsbeløb.

På baggrund af interviewene med deltagende virksomheder og personer fra økosystemet er det det vores indtryk, at SMV:PRO's virkemiddel i form af tilskud til rådgivning er meget relevant for målgruppen, og at bredden i mulighederne under SMV:PRO gør det muligt at ramme mange virksomheders behov. Som det fremgår af tabellen herunder, er det også en udbredt opfattelse blandt deltagervirksomhederne, at de har fået rådgivning, der var tilpasset deres behov gennem forløbet.

Figur 64: Deltagervirksomhedernes vurdering af rådgiverne under SMV:PRO

Andel meget enige eller enige i følgende udsagn om deres deltagelse i SMV:PRO	
Vores rådgiver(e)/leverandør(er) gav os rådgivning der var tilpasset vores behov	96 %

Kilde: Survey blandt deltagerne ved afslutning af deres forløb. n=192.

Selvom flere deltagende virksomheder i interviewene har givet udtryk for, at den brede ramme under SMV:PRO kan gøre det uoverskueligt, hvad de reelt kan få hjælp til, er 85 % meget enige eller enige i, at det var tydeligt for dem, hvad de som virksomhed kunne få hjælp til under programmet jf. kapitel 2. Dette er den højeste andel på tværs af Virksomhedsprogrammet, og det afspejler muligvis, at erhvervshuskonsulenterne lægger meget forarbejde i at besøge virksomhederne og drøfte deres udfordringer og muligheder forud for en evt. ansøgning.

Disse data harmonerer ikke med ikke-brugernes oplevelse af SMV:PRO. Disse oplever, som tidligere nævnt, SMV:PRO som uoverskueligt og med en bred definition. Vi vurderer, at dette skyldes, at mange af de interviewede ikke-brugere ikke har været i kontakt med erhvervshusene omkring mulighederne under SMV:PRO, og at de ikke har orienteret sig i sporets rådgiverpakker.

Generelt mener virksomhederne, at kravet om medfinansiering er relevant, da det øger virksomhedernes engagement i forløbet. Flere virksomheder giver dog udtryk for, at det kan være en udfordring at have likviditet til at lægge ud for tilskuddet for små virksomheder.

Kommunikation

Ifølge projektholder har de i SMV:PRO været påpasselige med at bruge ressourcer og midler på kommunikation, da de hurtigt kunne se, at sporet var efterspurgt. Vi vurderer denne prioritering som fornuftig, da SMV:PRO i høj grad har haft afløb for deres midler. Et væsentligt kommunikationsredskab, som de fortsat bruger, er dog løbende nyhedsbreve. Derudover kommunikerer erhvervshusene via LinkedIn og de lokale erhvervskontorer om hele

Virksomhedsprogrammet, ligesom der på programmets hjemmeside bliver præsenteret en række cases, der viser, hvad forskellige typer af virksomheder har fået hjælp til.

Rekruttering

Evalueringen viser, at 36 % af deltagervirksomhederne ikke har modtaget vejledning eller støtte fra erhvervsfremmesystemet før deltagelsen i SMV:PRO. SMV:PRO formår således i relativt høj grad at nå ud til virksomheder, der ikke tidligere har brugt erhvervsfremmesystemet, hvilket også er en af hensigterne ved sporet. Som nævnt havde vi forventet, at andelen af ikke-erfarne deltagervirksomheder var højere i SMV:PRO, da en af hensigterne med sporet er at få nye virksomheder ind i erhvervsfremmesystemet. Vi kan dog ikke vurdere, hvor stor en andel af de 36 %, der reelt er førstegangsb brugere af erhvervsfremmesystemet og blot har fået vejledning i erhvervshusene om SMV:PRO, inden de ansøgte.

På trods af den relativt store andel førstegangsb brugere i SMV:PRO, angiver 62 % af virksomhederne, at de har fået kendskab til sporet via erhvervshusene jf. kapitel 2. Dernæst har 21 % fået kendskab via private rådgivere.

Projektholder fremhæver, at de fra begyndelsen af SMV:PRO har oplevet relativ stor efterspørgsel, og dette i høj grad er drevet af det stigende kendskab til sporet grundet de tidligere programmer, og det arbejde erhvervshusene bl.a. har lagt i workshops mv. Erhvervshuskonsulenterne uddyber, at de i SMV:PRO ofte arbejder med sårbare emner og ikke-erkendte behov som oprettelse af bestyrelser og ejerskifte. Derfor oplevede de under tidligere programmer, at rekruttering af virksomheder var den største udfordring. Nu får SMV:PRO imidlertid ansøgninger fra virksomheder, som deltog i workshops for flere år siden, men som skulle modnes, før de var klar til at deltage i programmet. Derfor vurderer vi, at kontinuitet understøtter den løbende rekruttering af virksomheder.

8.6 Administration og proces

Overordnet set viser evalueringen, at størstedelen af virksomhederne oplever det let og enkelt at deltage i SMV:PRO. Konkret er 78 % af de deltagende virksomheder, jf. kapitel 2, meget enige eller enige i, at det samlet set var let og enkelt at deltage i forløbet, hvilket er en højere andel end i de øvrige spor i Virksomhedsprogrammet. Derudover viser spørgeskemaundersøgelsen, at 55 % af virksomhederne i høj eller meget høj grad oplever, at udbyttet ved at deltage stod mål med de administrative krav. Dette bekræftes også af de fleste interviewede virksomheder, som dog også giver udtryk for, at de formentligt ikke var kommet igennem ansøgningsprocessen uden hjælp fra erhvervshuskonsulenterne.

I de følgende afsnit beskriver vi virksomhedernes oplevelse af de enkelte dele af brugerrejsen.

Ansøgningsproces

De interviewede virksomheder giver generelt udtryk for, at ansøgningsprocessen er tung relativt til udbyttet, selvom 61 % i spørgeskemaundersøgelsen er meget enige eller enige i, at ansøgningsprocessen var overskuelig. Vi vurderer på baggrund af interviews, at dette skyldes, at erhvervshuskonsulenterne i SMV:PRO har særligt fokus på at vejlede virksomhederne inden ansøgningen for at give den bedst mulige oplevelse af at deltage i erhvervsfremmesystemet. Dette understøttes også af, at størstedelen af de interviewede virksomheder giver udtryk for, at de ikke var kommet igennem ansøgningsprocessen uden hjælp fra erhvervshuskonsulenterne. De oplever, at ansøgningerne skal ramme et bestemt sprog eller ord for

at blive godkendt, og at erhvervshuskonsulenterne derfor er forudsætningskabende for, at de vælger det rigtig spor under Virksomhedsprogrammet, får godkendt deres ansøgning og vælger den rigtige eksterne rådgiver. Projektholder giver udtryk for, at det i ansøgningen handler om at formulere opgaver, som er støtteberettigede, og at det er årsagen til, at nogle virksomheder oplever, at de skal formulere ansøgningen på en bestemt måde.

Markedsafsøgning

Generelt oplever mange af de deltagende virksomheder på tværs af Virksomhedsprogrammet markedsafsøgningen som besværlig og administrativ tung. For at sænke denne administration for virksomhederne, har SMV:PRO udarbejdet fem forskellige rådgiverpakker, hvor virksomhederne ikke selv skal stå for markedsafsøgningen.

Under de skræddersyede forløb, hvor virksomhederne fortsat skal stå for markedsafsøgning, udtrykker flere virksomheder utilfredshed. Dette er særligt gældende, hvis virksomheden på forhånd har besluttet sig for en ekstern rådgiver, og markedsafsøgningen derfor bliver spildt arbejde både for virksomheden og den eksterne rådgiver. Et par virksomheder nævner dog i interviewene, at de på bagkant fortryder, at de ikke gjorde mere ud af markedsafsøgningen, da de på forhånd havde valgt en ekstern rådgiver. De tror, at de kunne have fået en mere passende rådgiver, hvis de havde benyttet sig af forretningsudviklerne fra erhvervshusenes rådgivning og markedsafsøgningen til at finde det bedste match.

Afslutning

Alle deltagerne i SMV:PRO skal som afslutning på forløbet udarbejde en udviklingsplan, som sætter fokus på det videre strategiske arbejde i virksomheden. De interviewede virksomheder giver generelt udtryk for, at den konkrete udviklingsplan understøtter det videre arbejde efter forløbet. Dette understøttes også af spørgeskemaundersøgelsen, hvor 91 % af virksomhederne er meget enige eller enige i, at de har fået en konkret udviklingsplan for virksomhedens videre professionalisering. På den baggrund er det vores vurdering, at udviklingsplanen bidrager positivt til virksomhedernes strategiske fokus efter endt forløb.

Sparring med Erhvervshuset

På baggrund af både interviews og spørgeskemaundersøgelsen vurderer vi, at forretningsudviklerne/konsulenterne og projektmedarbejdere i erhvervshusene har ydet værdifuld sparring til virksomhederne under SMV:PRO gennem hele forløbet. Dette gælder både i afklaringsfasen før ansøgningen, i udarbejdelsen af ansøgningen, i markedsafsøgningen og i afrapporteringsprocessen. Hele 95 % af de adspurgte virksomheder i SMV:PRO er da også meget enige eller enige i, at forretningsudvikleren i erhvervshuset har ydet værdifuld sparring/vejledning i forløbet.

Størstedelen af de interviewede virksomheder giver udtryk for, at medarbejderne i erhvervshusene er meget hjælpsomme i processen, og flere virksomheder nævner erhvervshuskonsulenterne ved navn. Dette understreger mængden af hjælp, de har modtaget og trygheden i at have én kontaktperson igennem hele forløbet. Derudover udsender erhvervshusene løbende opfølgningsmails og videoguides i processen, hvilket hjælper virksomhederne og minder dem om deadlines. Dette ser flere virksomheder som meget værdifuldt. Nogle virksomheder nævner også, at den gode hjælp, som de har fået fra medarbejderne i erhvervshusene, giver dem mod på at søge flere midler, da de har været gode til at rådgive og skabe overblik over muligheder.

Det er vores samlede vurdering, at sparringen med erhvervshusene har stor betydning for virksomhedernes oplevelse af at deltage i SMV:PRO. Derfor vurderer vi, at det vil få konsekvenser for fx andelen af afviste ansøgninger, tilbageløbsmidler og oplevelsen af erhvervsfremmesystemet, hvis andelen af midler til erhvervshuset nedjusteres samtidig med at samme krav til fx ansøgning og afrapportering fastholdes fremadrettet.

8.7 Samspil med økosystemet

Mange af de interviewede aktører fortæller, at SMV:PRO er relevant indsats. De oplever det som en konkret mulighed for, at virksomhederne kan skabe et fundament for en god forretning. Derudover nævner flere af aktørerne, at sporet er sammentænkt med andre indsatser på samme område, så der ikke er for meget overlap. Dette gælder f.eks. EIFOs indsatser.

Nogle af aktørerne fra økosystemet nævner, at det er en udfordring, at der er så mange forskellige puljer, som virksomhederne kan søge. Enten kræver det, at økosystemaktørerne har medarbejdere, som sætter sig meget grundigt ind i mulighederne, eller at aktørerne blot henviser virksomhederne til erhvervshusene, som efterfølgende kan vejlede virksomhederne. En aktør giver f.eks. udtryk for, at Virksomhedsprogrammet måske mister potentielle deltagere, da mulighederne er for uigennemskuelige for virksomheder, der ikke tager fat i erhvervshusene. Projektholder udtrykker, at det følger af Lov om Erhvervsfremme, at erhvervshusene har den specialiserede erhvervsservice, hvorfor de ikke mener, at medarbejdere i andre organisationer skal bruge ressourcer på at sætte sig grundigt ind i puljeprogrammerne. Den vurdering er vi enige i, men vi forstår også godt, at det kan være svært at henvise virksomheder til erhvervshusene uden at have en eller anden idé om, hvad de kan tilbyde virksomhederne.

Flere af aktørerne fra økosystemet mener, at erhvervshusene fortsat kan arbejde med at øge kendskabet til dem og deres muligheder. Dette kan fx ske gennem øget samarbejde med de lokale erhvervskontorer, der er tæt på virksomhederne lokalt. Generelt er der stor forskel på, hvor aktive de lokale erhvervskontorer er i henvisningen til Virksomhedsprogrammet, og i SMV:PRO er det kun 13 % af de deltagende virksomheder, som har fået kendskab til sporet gennem de lokale erhvervskontorer, jf. kapitel 2. Nogle lokale erhvervskontorer bruger ressourcer på at sætte sig grundigt ind i Virksomhedsprogrammet for at vejlede deres virksomheder i at ansøge, mens andre lokale erhvervskontorer ikke i så høj grad henviser til Virksomhedsprogrammet.

Det er dog som nævnt et bevidst valg fra projektholder ikke at markedsføre SMV:PRO bredt, da de i forvejen ikke har haft mulighed for at imødekomme efterspørgslen på sporet. Hvis projektet var spredt bredere ud til samarbejdspartnere, ville det formentligt have ført til flere ansøgninger, som ikke kunne imødekommes. Vi vurderer dog, at øget markedsføring gennem samarbejdspartnere vil øge muligheden for at nå ud til virksomheder, som ikke har forudgående erfaringer med erhvervsfremmesystemet.

8.8 anbefalinger

Samlet set viser evalueringen, at SMV:PRO er et efterspurgt og givende forløb for virksomheder, der gerne vil professionaliseres. De mange forskellige løsningsmuligheder i SMV:PRO gør det relevant for en bred gruppe af virksomheder med mange forskellige behov.

Tilskuddet spiller en afgørende rolle for virksomhedernes beslutning om at købe privat rådgivning, som kan bidrage til professionalisering og strukturering af virksomheden, hvilket både kan forbedre virksomhedens produktivitet, omsætning og antal ansatte. Særligt ansøgningsprocessen virker dog for mange af deltagerne som umulig at komme igennem uden hjælp fra konsulenterne i erhvervshusene, og kravet om markedsafsøgning virker for flere som administrativt tungt relativt til det tilskud, som de får.

På baggrund af evalueringen har vi opstillet følgende anbefalinger til, hvordan SMV:PRO fremadrettet kan styrkes yderligere, ligesom vi i sammenfatningen har opstillet tværgående anbefalinger for Virksomhedsprogrammet, som også er relevante for SMV:PRO:

- **Gør ansøgningsprocessen mere simpel for virksomhederne.** Evalueringen viser, at mange deltagende virksomheder oplever ansøgningsprocessen som administrativ tung, og at det er nødvendigt at få sparring for konsulenterne i erhvervshusene for at få den igennem. De nævner bl.a. at lixtallet i ansøgningsskemaet er uhensigtsmæssigt højt, og at det handler om at finde de helt rigtige ord for at få ansøgningen godkendt. Virksomhederne føler sig derfor afhængige af erhvervshusenes hjælp, hvilket også øger arbejdsbyrden for erhvervshusene. Vi anbefaler derfor, at projektlederne gennemgår ansøgningerne på tværs af Virksomhedsprogrammet med henblik på både at ensrette og forenkle ansøgningsskemaerne. Det er i den forbindelse relevant at være opmærksom på kun at efterspørge de mest nødvendige informationer fra ansøgerne.
- **Tilpas kravene om markedsafsøgningen.** Selvom SMV:PRO allerede har lavet greb som rådgiverpakker, der forsimples markedsafsøgningen for flere af de deltagende virksomheder, viser evalueringen, at mange af deltagerne oplever markedsafsøgningen som uhensigtsmæssig. Flere af de interviewede virksomheder oplever markedsafsøgningen som spild af både deres og de private rådgiveres tid, hvis virksomheden allerede inden markedsafsøgningen har besluttet sig for en privat rådgiver. Vi anbefaler derfor, at erhvervshusene undersøger yderligere muligheder for at gøre markedsafsøgningen mere fleksibel.
- **Fremhæv at de administrative krav er blevet lettere end tidligere.** Evalueringen viser, at mange virksomheder har en oplevelse af, at de administrative krav er høje i Virksomhedsprogrammet relativt til størrelsen på det tilskud, som virksomhederne kan opnå. Under SMV:PRO er der dog allerede lavet flere justeringer, som rådgiverpakker og videoguides som hjælper virksomhederne igennem dokumentationskravene, der gør det lettere for virksomhederne at deltage i forløbet. Vi anbefaler derfor, at erhvervshusene kommunikerer det tydeligt, når de laver justeringer, som forsimples brugerrejsen for virksomhederne. Flere af ikke-brugerne har nemlig fortsat en forventning om mange administrative krav, selvom SMV:PRO gør meget for at sænke barriererne.

9 Metodebeskrivelse

Midtvejsevalueringen er baseret på fire datakilder:

- **Skriftligt materiale** fra hvert af sporene
- **Registerdata** fra erhvervshusene med informationer om ansøgere og bevillingsmodtagere i Virksomhedsprogrammet I samt de seks spor i Virksomhedsprogrammet II.
- **Spørgeskemaundersøgelse** besvaret af alle deltagerne ved afslutningen af deres forløb i Virksomhedsprogrammet II.
- **Kvalitative interviews** med brugere, ikke-brugere, superbrugere, operatører/projektholdere, forretningsudviklere/erhvervshuskonsulenter, rådgivere samt andre aktører og eksperter fra økosystemet

Skriftligt materiale

Vi har i midtvejsevalueringen trukket på statusnotater, præsentationsmateriale og indikatorskemaer fra de enkelte spor, når det har været relevant for at kunne tegne et retvisende billede af sporenes fremdrift.

Registerdata

Som en del af datagrundlaget for midtvejsevalueringen er der per 1. november 2024 lavet et udtræk fra erhvervshusenes BI-system, der giver et overblik over alle ansøgninger, bevillinger, og afslag samt det ansøgte og bevilligede beløb inden for hvert af de seks spor i Virksomhedsprogrammet II. I alt er der givet knap 2.500 bevillinger per 1. november 2024.

Vi har bl.a. anvendt disse data til at skabe et overblik over fremdriften, godkendelsesprocenten og udmøntningen af midlerne inden for de seks spor, jf. kapitel 2. Derudover har vi anvendt disse data til en analyse af, hvad der kendetegner brugerne af de forskellige spor i Virksomhedsprogrammet i forhold til branche, alder, størrelse, geografi mv. Endeligt har vi for at belyse andelen af flergangsbrugere i Virksomhedsprogrammet koblet brugerdata fra Virksomhedsprogrammet II med brugerdata fra Virksomhedsprogrammet I leveret af Erhvervsstyrelsen.

De indsamlede registerdata er således især blevet anvendt som grundlag for beskrivelserne af Virksomhedsprogrammets brugere i kapitel 2.

Spørgeskemadata

IRIS Group og Pluss har sammen med erhvervshusene og Erhvervsstyrelsen designet et spørgeskema, der siden 2023 er blevet besvaret af alle virksomheder, som har afsluttet et forløb i Virksomhedsprogrammet. Spørgeskemaet besvares via ansøgningssystemet Online-Legat ifm. at projektholderne indhenter slutskeemaer fra deltagende virksomheder. Derfor antager vi også at have en svarprocent på (tæt på) 100 %.

Tabellen herunder viser antallet af respondenter i spørgeskemaundersøgelsen per 11. oktober 2024, hvor datamaterialet til denne rapport er trukket.

SMV: Digital	SMV: Eksport	SMV: Grøn	SMV: Grønne Kompetencer	SMV:PRO	SMV: Vækstpilot	Total
101	55	74	151	192	303	876

Spørgeskemaet består af to dele:

- 1) Spørgsmål som er stillet til alle deltagere på tværs af sporene. De tværgående spørgsmål omhandler bl.a. virksomhedernes erfaringer med erhvervsfremmesystemet samt deres overordnede udbytte af deltagelsen ift. produktivitet, omsætning, bæredygtighed mv.
- 2) Spørgsmål som er tilpasset til de enkelte spor. De specifikke spørgsmål omhandler særligt deltagernes konkrete udbytte ud fra de enkelte spors virkemidler og formål.

Sammen med erhvervshusene og Erhvervsstyrelsen har vi også designet et kort spørgeskema, som de deltagende virksomheder skal besvare 1 år efter afslutningen af deres forløb. Dette for at belyse de mere langsigtede effekter af at deltage i Virksomhedsprogrammet. Som tidligere nævnt trækker vi i denne midtvejsevaluering på spørgeskemadata trukket i oktober 2024. På dette tidspunkt var der meget få besvarelser af det opfølgende spørgeskema. Der har vi ikke lavet særskilte analyser af disse data i forbindelse med midtvejsevalueringen.

Kvalitative

interviews

Vi har i forbindelse med midtvejsevalueringen gennemført interviews med en lang række forskellige aktører. Tabellen herunder sammenfatter de forskellige kategorier af informanter og antallet af interviews.

Informantkategori	Antal interview per spor	Antal interviews i alt
Operatører/projektholdere (erhvervshusene)	1 (å ca. 2,5 timer)	6
Forretningsudviklere/erhvervshuskonsulenter	1 (fokusgruppe å 1,5 time)	6
Deltagervirksomheder/brugere	12 (å ca. 30 min)	74
Ikke-brugere i målgruppen for Virksomhedsprogrammet	6 (å ca. 30 min)	36
Superbrugere af erhvervsfremme	3 (å ca. 30 min)*	18
Rådgivere/udbydere af kompetenceudvikling/vækstpiloter	2 (å ca. 30 min)	12
Aktører fra økosystemet med indblik i de enkelte spors temaer og virkemidler (fx brancheorganisationer, klyngeorganisationer og forskere)	1-2 (å ca. 60 min)	10

* Skulle oprindeligt være gennemført som fokusgruppeinterview men måtte af praktiske årsager gennemføres som individuelle interview.

Erhvervshusene har tilvejebragt bruttolister med navne og kontaktoplysninger på relevante interviewpersoner, hvorefter IRIS Group/Pluss har stået for planlægningen og gennemførelsen af interviewene.

Alle interviewene er blevet gennemført online via Teams og har varet mellem 30 min og 2,5 time. Interviewpersonerne er blevet lovet fortrolighed/anonymitet i forbindelse med interviewene.

