

Evaluering Nordic Buzz

2018

Udarbejdet af Seismonaut
for Lifestyle & Design Cluster
December 2018

Indholdsfortegnelse

1. Indledning	2
2. Konklusion og anbefalinger	2
3. Projektets udvikling over de tre år	7
4. Mindset og motivation for deltagelse	9
5. Nordic Buzz skaber værdi for virksomhederne	11
6. Høj tilfredshed blandt virksomhederne på tværs af forløb	14
7. Metode	16

1. Indledning

Nordic Buzz er et tværnationalt treårigt kompetenceudviklingsprogram målrettet kreative iværksættervirksomheder i livsstils- og designbranchen. Gennem de tre år har Nordic Buzz udviklet og afprøvet et program med det formål at styrke de deltagende virksomheders forretning og forretningsforståelse. En vigtig del af projektet har derfor været at sikre løbende erfarings- og vidensopsamling, som ved projektets afslutning har resulteret i et Nordic State-of-the-art program, til gavn for fremtidige indsatser på området.

Nordic Buzz er et EU-støttet Interregprojekt, der er gennemført i perioden 2016-2018 og har samlet eksperter og virksomheder fra Sverige og Danmark. Lead Partner på projektet er Lifestyle & Design Cluster og projektansvarlig i Sverige er Fashion Ink. Projektpartnere Nääs Konsthåndwerk, Mölndal kommune, Hogskolan Borås har ligeledes deltaget i Nordic Buzz programmet.

I 2016 blev Seismonaut valgt som ekstern evaluator på Nordic Buzz, og har siden efteråret 2016 fulgt projektet. Den eksterne evalueringen skal ses som supplement til den øvrige tilknyttede følgeforskning, som afdækker virksomhedernes forretningsmæssige udvikling og vækst. Den eksterne evaluering har derfor haft fokus på programmets fremdrift og erfarings- og vidensopsamling i henhold til indhold og form, så programmet løbende er blevet kvalificeret, så det matcher deltagernes behov. Evaluator har undervejs i forløbet givet rådgivning og sparring til programmets projektledelse.

Dataindsamlingen har været tilrettelagt med tre årlige nedslag, som har fulgt forløbets deltagerrettede aktiviteter. De gennemførte evalueringsaktiviteter har været følgende:

- Seismonaut har i alle tre år deltaget på udvalgte workshops i både Danmark og Sverige, hvor vi observerede undervisningen og var i dialog med virksomheder, undervisere og projektteamet.
- Der er gennemført tre årlige spørgeskemaundersøgelser med de deltagende virksomheder i 2017 og 2018. Spørgeskemaet er sendt ud umiddelbart efter hvert arrangement/workshop med henblik på at afdække deltagernes udbytte og tilfredshed med indhold, oplæg, undervisere og faciliteter.
- Indsigter fra de enkelte workshop og spørgeskemaundersøgelsen er løbende blevet delt med projektledelsen i Lifestyle & Design Cluster på statusmøder.

På baggrund af det indsamlede materiale er der udarbejdet en slutevaluering af projektet. Evalueringen dækker alle tre år og opsamler læring og erfaringer fra forløbet samt deltagernes udbytte og tilfredshed med forløbet. Evaluator har på baggrund af erfaringerne fra Nordic Buzz udarbejdet en række anbefalinger målrettet fremtidige kompetenceprogrammer for iværksættere inden for de kreative brancher.

I det følgende præsenteres evalueringen af Nordic Buzz 2016-18.

2. Konklusion og anbefalinger

Nordic Buzz blev initieret af Lifestyle & Design Cluster ud fra en antagelse om, at der var et stort behov blandt iværksættervirksomhederne inden for branchen for at styrke deres forretningsmæssige kompetencer, og derigennem understøtte deres overlevelses- og vækstmuligheder¹. Udgangspunktet var at skabe et skræddersyet og praksisnært forretningsudviklingsforløb for virksomhederne og gøre det netværksbaseret. Resultatet blev et workshop-format, hvor virksomhederne kunne møde hinanden, skabe nye professionelle kontakter, udveksle erfaringer og få konkrete redskaber til forretningsudvikling og spare med eksperter. Ambitionen var over de tre år at indsamle erfaringer i form af et Nordic State-of-the art program - en model for forretningsudvikling af kreative iværksættere - som kunne inspirere og bruges af andre erhvervsserviceaktører.

Samlet set kan det konkluderes, at Nordic Buzz over de tre år programmet har kørt, har formået at skabe et vedkommende og meget relevant kompetenceudviklingsforløb, der har ramt et udtalt behov hos målgruppen af kreative iværksættere. En type af virksomheder, som det traditionelt har været en udfordring for det etablerede erhvervsservicesystem at komme i kontakt med og understøtte. Dels fordi virksomhederne ikke selv opsøger de muligheder, der er i det etablerede system, dels fordi de ofte har et værdidrevet udgangspunkt for at opstarte og drive virksomhed, og derfor kræver en anden form for rådgivning og support. Det kan derfor konkluderes, at Nordic Buzz gennem de sidste tre år har haft succes med at udvikle en netværksbaseret model for kompetenceudvikling, der reducerer virksomhedernes kompetence-gaps, og som med fordel kan bruges som inspiration af andre aktører på feltet.

På baggrund af erfaringerne fra Nordic Buzz er vurderingen ligeledes, at der er et fortsat behov for og potentiale i at tilbyde specialiserede vækstforløb for kreative iværksættervirksomheder. Men erfaringerne fra Nordic Buzz peger også på, at det kræver en fokuseret indsats med de rette kompetencer og kendskab til målgruppen for at lykkes.

For virksomhederne har deltagelsen i Nordic Buzz været positiv og bidraget til at give dem et kompetenceløft samt styrket deres professionelle netværk. Virksomhedernes udbytte går særligt på øget professionalisering af virksomheden i form af bedre forståelse for forretningsmodel og strategi, øget indsigt i drift og økonomi samt ny viden og ideer.

En af de primære motiver for at deltage i Nordic Buzz, som virksomhederne selv angiver, har været behovet for at styrke det professionelle netværk. Her viser evalueringen, at deltagerne 81% af deltagerne i 2017 og alle deltagere i 2018 fik nye kontakter og relationer i kraft af Nordic Buzz. Særligt i forhold til at skabe relationer på tværs af danske og svenske virksomheder er der sket en markant udvikling over de tre år. Hvor virksomhederne det første år var helt adskilt i et dansk og et svensk forløb, og kun underviserne var fra begge lande, var forløbet i 2018 fuldt integreret, hvor virksomhederne fra de to lande var samlet på et hold. Det gjorde, at der på tredje forløb blev skabt værdifulde kontakter på tværs af de to lande. For flere virksomheder har de nye relationer allerede resulteret i samarbejde og det gælder for 72% af deltagerne i 2018, at de efterfølgende har fulgt op på de nye kontakter.

I forhold til fremtidigt udbytte af deres deltagelse på Nordic Buzz peger 75% af virksomhederne i 2018 på, at de forventer øget salg samt forbedret konkurrencekraft, og 58% forventer øget internationalisering. Hertil kommer at fokuset i 2018 på 'kloge penge' og investorer har øget andelen af virksomheder, der forventer øget adgang til risikovillig kapital er steget fra 11% i 2017 til 42% i 2018.

Gennem de tre år har partnerne bag Nordic Buzz afprøvet forskellige modeller og formater for kompetenceudvikling i netværk. Det har givet nogle udfordringer undervejs, men også en indsigt i hvad man skal være opmærksom på - hvad har fungeret og hvad kan med fordel gøres anderledes eller bør ændres. Det gælder bl.a. i forhold til rekruttering og udvælgelsen af virksomheder forud for selve forløbet, som har krævet flere ressourcer end forventet og hvor netop sammensætningen af deltagere og deres motivation for

¹ Se forandringsteori for Nordic Buzz i afsnit 7. Metode

at deltage, har haft stor betydning. Det samme gælder behovet for en gennemgående facilitator med kendskab til målgruppen, der kan være med til at oversætte forretningsbegreber, og gøre dem anvendelige i forhold til virksomhedernes udgangspunkt og praksis, hvilket har vist sig meget værdifuldt for virksomhederne.

På trods af, at programmet har udviklet sig undervejs og der er blevet eksperimenteret med forskellige formater og tematisk fokus har tilfredsheden blandt deltagerne gennemgående været høj alle tre år.

Det er vurderingen, at Nordic Buzz i projektperioden har leveret på både aktivitets- og resultatniveau, dog med den bemærkning, at der har været færre virksomheder igennem forløbet end de 40 pr. år, som er beskrevet i ansøgningen til Interreg. Udfordringen har ikke været manglende interesse fra virksomhedernes side, men at Nordic Buzz har fravalgt virksomheder for at sikre den rette sammensætning og niveau blandt virksomhederne på særligt forløbene i 2017 og 2018. Samtidig har der været enkelte frafald op til forløbets start, der har gjort at antallet af virksomheder har været lavere end forventet. Det er dog evaluators vurdering at Nordic Buzz i kraft af den strategiske sammensætning af deltagere har været med til øge virksomhedernes udbytte.

I alt 94 virksomheder - 50 danske og 44 svenske har deltaget i forløbet. For at imødekomme behovet fra en bredere gruppe af virksomheder blev der gennemført to åbne Master Class' i starten af 2018 med deltagelse af 150 virksomheder, 110 fra Danmark og 40 fra Sverige.

På baggrund af erfaringer og datamaterialet har evaluator udarbejdet anbefalinger til fremtidige kompetenceudviklingsprogrammer for kreative iværksættere.

Strategisk anbefalinger til Nordic Buzz

De følgende anbefalinger er udarbejdet på baggrund af den læring der er blevet opsamlet i projektet gennem de seneste tre år og har til formål at inspirere og skabe et solidt fundament for fremtidige kompetenceudviklingsindsatser målrettet kreative iværksættere.

- **Projektgruppen og undervisningsteamets sammensætning og kompetencer skal matche målgruppen.** Forretningsudvikling af kreative iværksættere og værdibaserede virksomheder adskiller sig fra andre mere traditionelle virksomheder. Virksomhederne vil typisk være drevet af deres kreative faglighed og passion, og har ikke en forretningsfaglig baggrund. Det er derfor afgørende, at et forløb som Nordic Buzz formår at være i øjenhøjde med virksomhederne og tale ind i deres virkelighed, samtidig med at de bliver udfordret og tilegner sig en forretningsforståelse med det sprog og mindset, som knytter sig hertil. Det stiller krav til, at projektgruppen og undervisningsteamet har et forudgående kendskab til branchen og til målgruppen, og tilrettelægger forløb og undervisning herefter.
- **Et succesfuldt forløb starter ved rekruttering.** En af de helt store udfordringer i Nordic Buzz har været at rekruttere iværksættervirksomheder med det rette niveau og forretningsmæssig modenhed, som har gjort dem klar til at arbejde strategisk med forretningsudvikling. Det kræver en klar strategi for hvem man ønsker at rekruttere, og at der afsæt de nødvendige ressourcer til rekruttering. Fremtidigt vil der også være et potentiale i at bruge GAP-analysen mere aktivt i rekrutteringen, så alle virksomheder som en del af deres ansøgning udfyldte skemaet og blev brugt som et element i screening sammen med eksempelvis ansøgningsamtaler. Erfaringerne fra Nordic Buzz viser også at rekrutteringen i høj grad sker gennem de involverede partners netværk og i direkte dialog med potentielle virksomheder.
- **Tydeligt værditilbud til virksomheder.** Vær tydelig omkring tema og hvad virksomhederne kan forvente af få ud af deres deltagelse. Erfaringen fra Nordic Buzz viser, at virksomhederne får størst udbytte af et fokuseret forløb med få udvalgte temaer. Forløbets fokus bør være klart defineret forud for rekrutteringsfasen, så det er tydeligt for virksomhederne, hvad de kan forvente at få ud af

deltagelsen. Et mere stramt fokus kan også bidrage til at appellere til virksomheder på et mere modent niveau.

- **Tværnationale aktiviteter skal være en integreret del af forløbet.** Hvis de tværnationale aktiviteter skal være værdiskabende for virksomhederne er det afgørende, at de er fuldt integreret i forløbet. Det skal ses som et samlet forløb for alle virksomheder og præsenteres som et samlet forløb for potentielle deltagere, hvor muligheden for at skabe kontakter på tværs af de to lande er et aktiv for virksomhederne.

De følgende anbefalinger knytter sig til selve planlægning og afvikling af deltageraktiviteter og workshops.

Anbefalinger til facilitering, indhold og form af workshops

- **Gennemgående moderator skaber tryghed, tillid og sammenhæng for deltagerne:** Der skal være en gennemgående moderator, som er forløbets ansigt over for deltagerne. Det er moderatoren som faciliterer de enkelte workshops og rammesætter de faglige oplæg fra underviserne, så relevansen af oplæg, og hvordan deltagerne kan arbejde med det i praksis bliver tydelig. Moderatoren har således en vigtig rolle som oversætter mellem deltagerne og oplægsholderne. Det er særlig vigtigt når der, som i Nordic Buzz, bliver undervist på forskellige sprog. Udover at mange forretningsmæssige termer kan være nye, bliver det en yderligere udfordring, hvis det samtidig sker på et sprog man ikke er sikker i. Samtidig bliver moderatoren et naturligt holdepunkt for deltagerne, hvilket er med til at skabe tryghed og sammenhæng for deltagerne.
- **Involver deltagerne og giv plads til at de kan dele erfaringer og viden:** Deltagerne er en stor ressource i forløbet. De har alle gjort sig praktiske erfaringer i forhold til opstart og drift af en mindre kreativ virksomhed. Det er derfor oplagt at bruge dem og deres viden aktivt i undervisningen. Det kan være gennem korte oplæg, hvor de deler deres erfaringer på et bestemt område, og bruger det som afsæt for en bredere dialog om emnet styret af den gennemgående moderator.
- **Tydelig kommunikation både før, under og efter forløbet er vigtig:** Kommunikation med deltagerne er vigtig, både før, under og efter workshop. Vær tydelig om formålet med forløbet, hvad de kan forvente at få ud af det og hvem det henvender sig til. Fastsæt datoer på workshops og steder forud for rekrutteringen. Vær opmærksom på særlige vilkår for deltagelse. Det kan være at undervisningen sker på både dansk og svensk, at der vil være workshops med overnatning, og rejsetid ved workshops i henholdsvis Danmark eller Sverige.
- **Workshoppens form og indhold skal understøtte hinanden.** Tænk i at skabe inspirerende rammer for workshoppen. Det kan være i form af anderledes rammer eller at der er en overnatning inkluderet i arrangementet, som giver mulighed for uformelt samvær og at deltagerne lærer hinanden bedre at kende. Involver deltagerne og giv dem mulighed for at arbejde med de redskaber og modeller de bliver præsenteret for. I Nordic Buzz blev undervisningen eksempelvis tilrettelagt efter nedenstående fire-trins-model, når der blev præsenteret et nyt emne eller redskab.
 1. **Introduktion:** Motiver emnet der skal arbejdes med og hvorfor det er relevant for deltagerne. Hvilke konkrete problemstillinger eller udfordringer kan det hjælpe med til at løse.
 2. **Gennemgang:** Præsenter den metode, model eller redskab, der skal arbejdes. Brug konkrete cases og eksempler til at illustrere hvordan man arbejder med den i praksis. Cases og eksempler skal være relaterbare for virksomhederne og afspejle deltagerens niveau og den situation de står i.

3. **Øvelse:** Giv deltagerne tid til at arbejde med modellen eller redskabet med afsæt i deres egen virksomhed. Opstil tydelige rammer for øvelsen. Det kan være en konkret opgave de skal løse, at de skal arbejde i grupper eller lignende.
4. **Refleksion:** Afslut med at samle op på øvelsen og emnet. Lad deltagerne fortælle om hvad de har lavet, hvad var svært, hvad virkede og hvordan de kan bruge det på egen virksomhed.

3. Projektets udvikling over de tre år

Nordic Buzz har igennem de tre år været en iterativ proces, hvor forløbet fra år til år har testet metoder, redskaber og workshopformater af i en tværnational sammenhæng. Intentionen har fra starten været, at der ikke på forhånd lå en fast defineret form som de konkrete forløb skulle følge, men at det netop kunne udvikle sig fra gang til gang baseret på den viden og erfaring, der blev opbygget undervejs. Det har gjort, at der er blevet eksperimenteret undervejs både med form og indhold. Det har været en lærerig proces, som både har tydeliggjort de udfordringer, der er forbundet med at forretningsudvikle kreative iværksættervirksomheder, og de potentialer og muligheder der ligger i netværksbaseret kompetenceudvikling. Projektet har i de tre år gennemgået forskellige udviklingsfaser, som følgende beskrives kort, og som samtidig fungerer som overordnet forståelsesramme for projektet og den kontekst hvori projektets resultater er blevet skabt.

År 1: Opstart og testfase

Nordic Buzz' første forløb i 2016 var projektets opstarts- og testfase. Projektpartnerne fra Sverige og Danmark skulle lære hinanden at kende og finde et fælles grundlag at udvikle programmet ud fra. Forløbet med de danske og svenske virksomheder tog primært udgangspunkt i de tilgange og metoder som de tilknyttede undervisere bragte med ind i projektet. Overordnet var virksomhederne meget tilfredse med forløbet, og at forløbet i høj grad levede op til deres forventninger og bl.a. 90% angav, at de fik ny viden og ideer som følge af Nordic Buzz². Første år var karakteriseret af, at der var mange nystartede virksomheder, hvoraf flere ikke havde et afprøvet produkt på markedet. Det betød, at forløbet for nogle af deltagerne blev et afklaringsforløb mere end et egentlig udviklingsforløb. Udgangspunktet for 2017 var derfor at få et bedre match mellem virksomhederne og projektets ambition om at skabe vækst og udvikling i virksomhederne. Samt at få skabt et mere fokuseret og sammenhængende forløb med udgangspunkt i resultaterne fra den gennemførte GAP-analyse³.

År 2: Fokus på rekruttering og test af tværnationale aktiviteter

På baggrund af erfaringerne og evalueringsopsamlingen fra første år (2016), blev der gennemført en række ændringer af forløbet på andet år. Et af de centrale punkter var at gå målrettet efter at tiltrække mere modne og udviklingsparate virksomheder. Det skulle blandt andet sikres gennem en mere fokuseret rekruttering- og ansøgningsprocessen. Kravene til virksomhederne blev skærpet, blandt andet i forhold til, at de skulle have en omsætning på et vist niveau og have produkter på markedet. Erfaringerne fra rekrutteringsprocessen var dog, at det krævede mange ressourcer og et stort opsøgende arbejde at nå ud til de rette virksomheder. Her viste projektpartnerens brede netværk i Danmark og Sverige at være en vigtig rekrutteringskanal.

Nordic Buzz modtog i alt 45 ansøgning og efter en screening af virksomhederne blev i alt 40 virksomheder tilbudt en plads på forløbet, 20 danske og 20 svenske. Op til forløbets start meldte enkelte virksomheder dog fra, så der ved opstart var lidt færre virksomheder end forventet, men det var vurderingen fra projektpartnerens side, at det var vigtigere for forløbet, at virksomhederne havde den rette forretningsmæssige modenhed og udviklingspotentiale, end at det var fyldt helt op.

Et andet opmærksomhedspunkt fra året før var forløbets form og formatet for de enkelte workshops. Det handlede dels om at samle deltagerne fra begge landet og sikre at virksomhederne blev rystet godt sammen fra starten af forløbet, dels om at gøre de enkelte workshops mere dynamiske og involverende.

² Spørgeskema efter 3. workshop i 2016, gennemført af Nordic Buzz

³ Som en del af projektets følgeforskning bliver der gennemført en ekstern GAP-analyse af virksomhedernes udfordringer og kompetencebehov.

Den første workshop blev afholdt i Varberg, Sverige med deltagelse af samtlige virksomheder, og løb over to dage inklusiv overnatning. På de efterfølgende to workshops blev virksomhederne opdelt i to hold et dansk og et svensk stadig med workshops af to dages varighed. Erfaringerne med den fælles kick-off workshop i Sverige var positive, men da deltagerne på tværs af de to lande kun mødtes denne ene gang, var det begrænset, hvad der blev skabt af varige forbindelser.

År 3: Tematisk fokus på investeringsparathed og test af et samlet forløb for alle virksomheder

På år tre blev forløbets indhold og tematik yderligere målrettet virksomheder med vækstpotentiale. Det gennemgående tema var tiltrækning af investering, investorer og 'smarte penge'. Et nyt tiltag var ligeledes at opdele aktiviteterne i to faser. Den første var en åben inspirations- og netværksdag med overskriften 'Smarte penge/Smart Money', som blev markedsført bredt blandt målgruppen. Der blev gennemført et arrangement i henholdsvis Danmark og Sverige med stor succes og som samlede 150 virksomheder. Arrangementerne fungerede også som en rekrutteringsplatform for fase to, som var workshopforløb for udvalgte virksomheder i stil med år et og to, men med to fælles workshop-sessioner (2 dage hver), i stedet for tre som de forrige år. For første gang var der tale om et samlet forløb for danske og svenske virksomheder, med en workshop i København og en i Varberg. Erfaringen fra dette forløb var, at det fokuserede tema og muligheden for netværk på tværs af landegrænser bidrog til at højne niveauet blandt virksomhederne. Særligt netværksdelen fungerede godt, og der blev skabt gode relationer virksomhederne imellem. Hertil var deltagerne generelt meget positive over for den varierende og dynamiske arbejdsform og undervisernes tilgang og faglige niveau.

Nordic State-of-the-art kompetenceudviklingsprogram målrettet erhvervsserviceaktører

I ansøgningen til Interreg var der beskrevet at Nordic Buzz ved projektets afslutning skulle samle erfaringerne fra forløbet i et state-of-the-art kompetenceudviklingsprogram. I ansøgningen var det ikke nærmere beskrevet i hvilken form den endelige leverance skulle have, det har derfor været del af den løbende dialog både internt i projektteamet og med eksterne interessenter

Undervejs i forløbet er erfaringerne fra hvert år blevet delt med relevante erhvervsserviceaktører fra hele norden på referencegruppemøde. Indsigterne fra forløbet er blevet positivt modtaget og der har generelt været stor interesse for programmet blandt referencegruppens deltagere. På mødet i 2018 blev et oplæg til Nordic State-of-the-art programmet præsenteret og testet af for gruppen. På baggrund af de inputs projektteamet modtog på mødet blev det derefter besluttet, at afrapporteringen skulle være i et rapportformat, der beskrev indhold og format af programmet samt centrale læringspunkter og anbefalinger. Rapporten kan således fungere som drejebog og vidensgrundlag for fremtidige indsatser målrettet kreative iværksættere. Dertil bliver erfaringer fra forløbet delt på en konference som afholdes i Aarhus i start december 2018. I kraft af Nordic Buzz foreligger der nu et solidt afsæt for at arbejde videre med lignende kompetenceudviklings-initiativer målrettet kreative iværksættere både blandt partnerkredsen og for en bredere kreds af erhvervsserviceaktører.

4. Mindset og motivation for deltagelse

Fælles for virksomhederne der har deltaget i programmet er, at de har et stærkt værdibaseret afsæt. Det er lysten til at skabe og det kreative arbejde, som er drivkraften for dem, men der er også erkendelse af, at det er produkter de skaber, og at det forretningsmæssige er en forudsætning for, at de kan fortsætte og udvikle deres kreative ambitioner. Samtidig sidder mange alene med deres virksomhed og søger derfor muligheder for at udvide deres professionelle netværk.

“Det er også muligheden for at få sparring. Hvis man er alene i firmaet, er det godt at få andres øjne, på det man laver” (citater fra deltager 2018, survey)

Generelt fylder selvforståelsen som kreative virksomhed meget for deltagerne, og har gjort det på alle tre forløb. Særligt de første to forløb var præget af, at det var nyt for virksomhederne at arbejde med de forretningsmæssige aspekter af deres virke. Nogle virksomheder beskriver direkte, at de ikke har interesse i den forretningsmæssige del og faktisk har en modstand i forhold til at se det som virksomhed.

“Jeg havde meget modstand mod at skulle være med. Jeg bryder mig ikke om alt det med vækst og økonomi og alt det... jeg bliver sådan lidt træt. Jeg havde nok ikke tænkt mig at melde mig til forløbet, men Heidi [projektleder] ringede flere gange og opfordrede mig til at være med. En stor motivation er jo også, at det ikke koster nogle penge, men jeg var også opmærksom på, at det måske var det der skulle til for at give min virksomhed et skub og udfordre mig selv. Så jeg tilmeldte mig og det blev bare meget positivt, synes jeg.” (citater deltager 2017, interview på workshop)

Undervejs i Nordic Buzz har der derfor været arbejdet meget med hvad er det for et mindset som virksomhederne kommer ind med i forløbet og hvad de er for indstilling til at drive virksomhed de bliver mødt med fra projektteamet og underviserne. Der skal være en ambition om at skabe en bæredygtig forretning og forståelsen af, at det kræver en grundlæggende indsigt og viden om forretningsmæssige forhold som økonomi, marked, kunder og salg. Det skærpede fokus på investorer og at gøre virksomheden investeringsparat i tredje forløb var også med til at tiltrække mere modne virksomheder, der havde et eller flere produkter på markedet eller havde erfaring med sig fra tidligere stillinger eller virksomheder. Forskellen i mindset viser sig blandt andet i deltageres motiver for at deltage i programmet.

“Jeg ønsker at gøre virksomheden klar til at kontakte potentielle investorer - eller at vide, om jeg ønsker investorer” (citater fra deltager 2018, survey)

Eller som en anden beskriver:

“Fokus var på at finde smarte investorer og skabe netværk” (citater fra deltager 2018, survey)

Netop behovet for at skabe netværk er et centralt motiv for at deltage og har været det alle årene. I 2018 angav eksempelvis 85% af deltagerne, at det i høj grad eller meget høj grad var en motivationsfaktor for at søge optagelse i Nordic Buzz. Udover muligheden for at udvide det professionelle netværk og skabe nye relationer peger hele 92% på, at adgangen til ny viden og inspiration har været en motivationsfaktor. Samtidig tilkendegiver flere i de kvalitative besvarelser, at forløbet lød seriøst og professionelt, og at det havde betydning for at de ansøgte om at være med.

“Det er sjældent man har mulighed for at være i et rum, hvor fagligheden inden for iværksætteri er så høj og en fælles interesse. Dermed er både netværket og responsen på ens projekt super relevant.” (citater fra deltager 2018, survey)

Kombinationen af tema, et professionelt set-up og muligheden for netværk med andre virksomheder og eksperter, var således medvirkende til at skabe et stærkt værditilbud overfor målgruppen. At det samtidig

var gratis at deltage bliver fremhævet som positivt, men nogle peger også på, at det var med til at sænke forventningerne.

Figur 3.1: Virksomhedernes motivation for at deltage på Nordic Buzz 2018. Andel af besvarelser der har svaret i meget høj grad eller i høj grad.



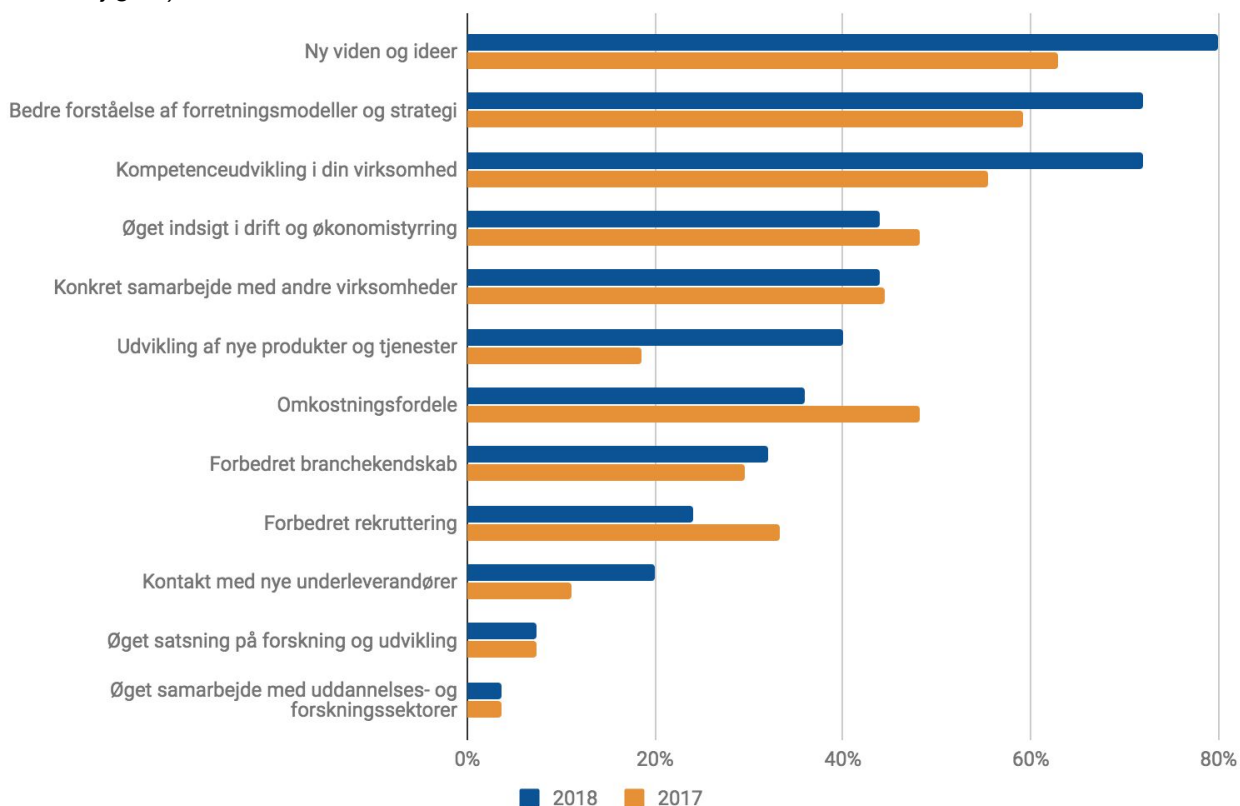
Udover viden og netværk var der også en forventning om at Nordic Buzz kunne bidrage til at skabe øget omsætning i virksomheden og styrke interne forhold. Det handler om at blive bedre til at strukturere og organisere virksomheden og blive mere professionel omkring det forretningsmæssige. Hvilket tyder på at deltagerne på tredje forløb var optaget af at udvikle det forretningsmæssige potentiale af deres virksomhed og at de havde en ambition om at vækste. Og at det, sammenlignet med de to første år, i højere grad var lykkedes at tiltrække virksomheder med ønske om at udvikle og vækste deres forretning.

I det følgende præsenteres deltagernes udbytte af Nordic Buzz.

5. Nordic Buzz skaber værdi for virksomhederne

Set i forhold til deltagernes motivation for at deltage er den samlede konklusion, at Nordic Buzz har leveret på de parametre, der var vigtige for virksomhederne. Nordic Buzz har formået at skabe et program som over de tre år har udviklet sig til et målrettet og fokuseret forløb med stor værdi for virksomhederne. Tendensen er samtidig, at der er sket en stigning i deltagernes oplevede udbytte fra 2017 til 2018 på centrale parametre som ny viden og ideer, forståelse af forretningsmodel og strategi samt kompetenceudvikling i virksomheden. Og at det er lykkedes Nordic Buzz at ramme virksomhedernes behov for at få ny viden og ideer og samtidig styrke deres forretningsmæssige forståelse. Derudover har Nordic Buzz bidraget til at styrke virksomhederne netværk og særligt i 2018 er det også lykkedes at skabe relationer på tværs af danske og svenske virksomheder.

Figur 5.1: Deltagernes udbytte af andet og tredje forløb. Andel af besvarelser, der har svaret i meget høj grad eller høj grad)



Nordic Buzz har skabt netværk og nye relationer på tværs af danske og svenske virksomheder

“Nätverk är allt. Man vet aldrig i vilket sammanhang man kan hjälpas åt” (citat deltager 2017, survey)

I 2017 angav 81% af deltagerne, at de fået nye kontakter. I 2018 var det samtlige deltagere, der havde svaret på det afsluttende spørgeskema, der har fået nye kontakter som resultat af deres deltagelse på Nordic Buzz. Som en deltager påpeger i et interview (fra 2017), så er der mange enkeltmandsvirksomheder på forløbet som ikke har de store sparringsmuligheder i det daglige, Nordic Buzz har derfor været en oplagt anledning til at få skabt relationer til andre virksomheder, der sidder med de samme udfordringer som en selv. Muligheden for at udveksle erfaringer og lære af hinanden er noget af det der bliver fremhævet af deltagerne. Der er også eksempler på, at deltagerne har hjulpet hinanden med at udvide deres netværk ved at henvise til samarbejdspartnere eller kontakter i ens eget netværk.

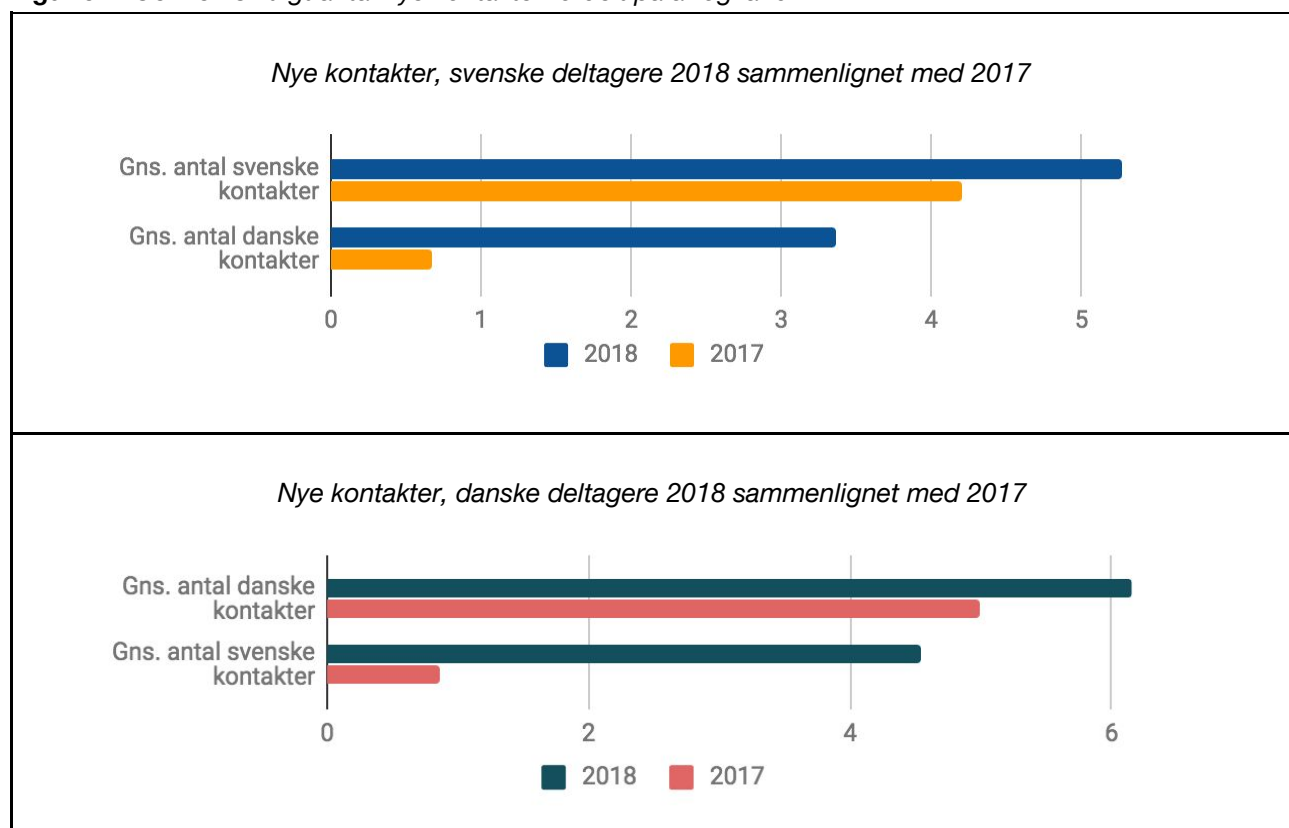
Der er også flere eksempler på, at de nye relationer har resulteret i konkrete samarbejder eller at deltagerne har hjulpet hinanden med at få nye kontakter til for eksempel leverandører på andre markeder eller indkøbere.

“Jeg har fået en potentiel leverandør i asien gennem mit netværk i Nordic Buzz, og har været i dialog med hende” (citater deltager 2017, interview på workshop)

“Olika typer av samarbeten tex att jag ska börja sälja i en av deltagarnas webshop. Har bestämt med några att vi ska ses och tillsammans fortsätta prata om arbetet på Nordic Buzz och pitcha för varandra. Andra hjälper till att hitta återförsäljare i Danmark.” (citater fra deltager 2018, survey)

Set på tværs af deltagerne har de i gennemsnit fået 4-6 nye kontakter gennem deres deltagelse i Nordic Buzz. Tendensen både i 2017 og 2018 er, at de danske deltagere har fået lidt flere kontakter end de svenske, men den største forskel mellem andet og tredje forløb er sket i forhold til kontakter på tværs af landegrænsen. Hvor der kun i ringe grad blev skabt kontakter på tværs i 2017, blev der i 2018 i gennemsnit etableret 3-4 nye kontakter på tværs af danske og svenske deltagere. Det viser potentialet i at samle deltagere på tværs af landegrænser, og at det skaber værdi for virksomhederne. Men det understreger også, at det kun sker, hvis det er en integreret del af forløbet, hvor det bliver afviklet som et samlet hold. I 2017 hvor deltagerne kun var samlet på første workshop og derefter delte i et svensk og et dansk hold havde ikke den store effekt.

Figur 5.2: Gennemsnitligt antal nye kontakter fordelt på år og land.



Der er samtidig en forventning blandt deltagerne om at de kommer til at fastholde kontakten til de nye relationer. Der er således 72% af deltagerne der efterfølgende har fulgt på deres nye kontakter.

“Flera av mina nya kontakter kommer jag ha vidare kontakt med. Det ger mig stor inspiration och glädje att träffa och utbyta erfarenheter med människor som är i samma situation som mig själv.” (citater deltager 2018, survey)

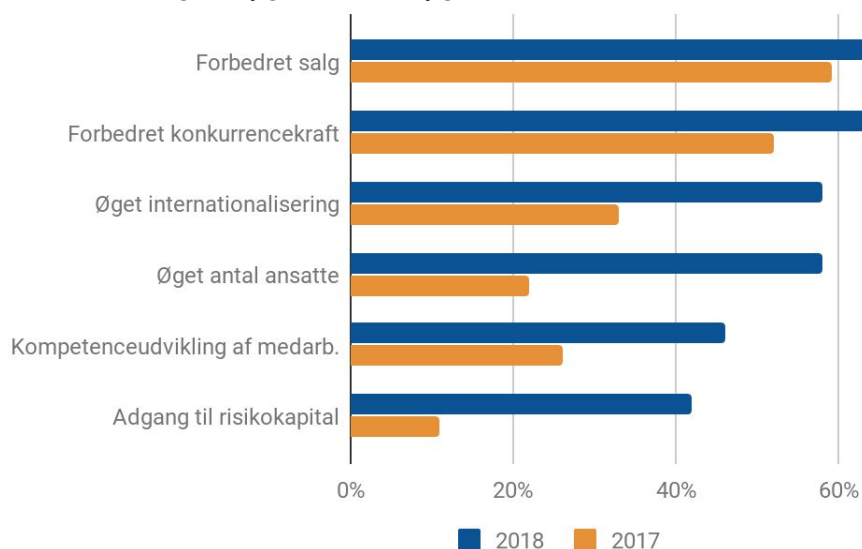
Store forventninger til fremtidigt udbytte blandt virksomhederne

Ser man på deltagernes forventninger til fremtidig udbytte af Nordic Buzz, er der ligeledes sket en stigning fra holdet i 2017 til 2018, men det er det samme udbytte de angiver. Deres forventninger går særligt på at Nordic Buzz vil bidrage til forbedret salg og konkurrencekraft, hvilket i høj grad eller meget høj grad gælder for 75% af deltagerne samt øget internationalisering for 58%. Hvilket indikerer at virksomhederne er blevet mere fokuseret på salgsdelen, og at den viden og kompetencer de har tilegnet sig er med til at forbedre deres konkurrencekraft.

Et af de områder, hvor der er sket en udvikling fra 2017 til 2018 er deres forventning om adgang til risikovillig kapital. Her er der sket en stigning fra 11% til 44% af deltagerne som i høj eller meget høj grad angiver det som forventet fremtidigt udbytte.

Fra virksomhedernes siden er der en klar forventning om, at Nordic Buzz vil bidrage til fremtidig vækst og udvikling.

Figur 5.4: Forventninger til fremtidigt udbytte af deltagelsen i Nordic Buzz (2017-18). Andel af besvarelser, der har svaret i meget høj grad eller i høj grad.



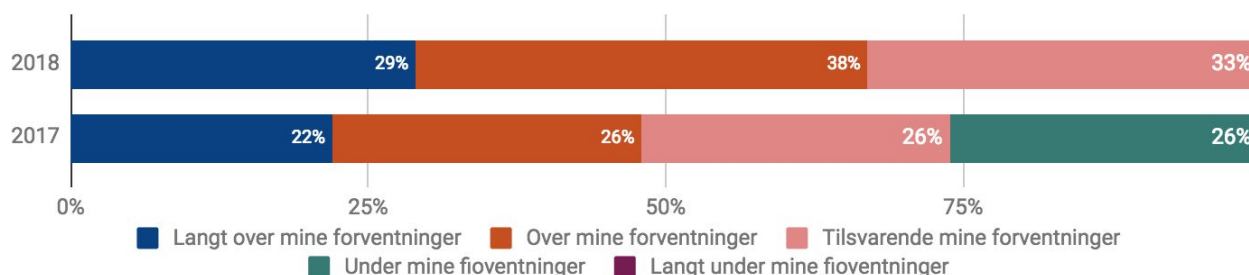
6. Høj tilfredshed blandt virksomhederne på tværs af forløb

“Jeg troede slet ikke det ville være rettet så meget mod mig. Tit oplever man jo at kurser bare er lidt det samme.” (citater deltager 2017, interview på workshop)

Nordic Buzz har gennem alle tre år levet op til deltagerne forventninger, og for en stor del af deltagerne vedkommende har forløbet også oversteget deres forventninger. Tendensen på andet forløb i 2017 var, at flere virksomheder havde et ret uklart billede af Nordic Buzz og hvad det var, inden de startede på forløbet, og at de derfor ikke havde de store forventninger til forløbet. Det er derfor bemærkelsesværdigt, at forløbet i 2018 i endnu højere grad oversteget deltagerne forventninger.

“Jag är positivt överraskad och väldigt nöjd med kursen. Mycket proffsigt, engagerat och bra fokus på vad vi, verksamheterna, behövde utveckla.” (citater deltager 2018, survey)

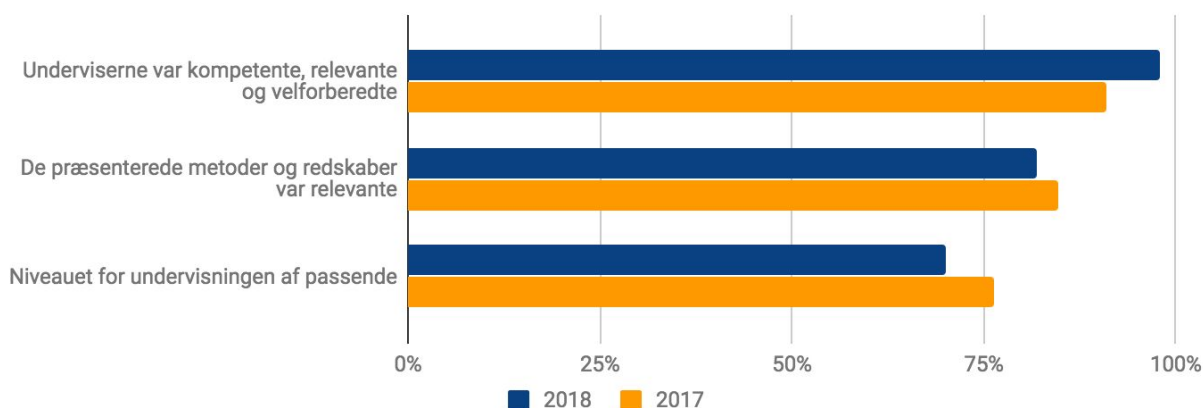
Figur 5.1: I hvilket omfang Nordic Buzz levede op til deltagerne forventninger (2017 og 2018)



Det, som ifølge deltagerne har fungeret i forløbet er kombinationen af kompetente undervisere med høj faglighed og undervisningsformens vekslen mellem oplæg og inddragende øvelser. Det har skabt en god dynamik og været med til at holde energien og engagementet oppe. Den gennemgående brug af gruppearbejde har ligeledes bidraget til at styrke netværket mellem deltagerne.

“Jeg var specielt glad for den frie undervisningsform og gruppearbejdet. Opgaverne var gode til begge workshops til at facilitere en dialog i grupperne, som skabte et bedre vidensgrundlag for alle, og også konkret til den enkeltes problemstillinger og udfordringer. Det virkede til, at underviserne var gode til at tilrettelægge temaerne og opgaverne, så de passede til alles individuelle behov.” (citater deltager 2018, survey)

Figur 5.3: Andel af respondenter der angiver, at de i meget høj grad eller høj grad er enige i følgende udsagn om indhold og undervisere.



“[Det var] ikke den klassiske gang "kursus", hvor man hænger efter den første time. Formentlig grundet det afvekslende format og de kompetente oplægsholdere.” (citater deltager 2018, survey)

Der har undervejs i de tre år været en gennemgående kerne af undervisere, som har stået for at sammensætte det faglige indhold samt tilrettelægge øvelser og forskellige procesgreb. Det har været med til at skabe en sammenhæng og har gjort at læringen fra et år er blevet overført til det næste. Samtidig har projektteamet og undervisere over de tre år opbygget stor viden om målgruppen og deres behov, som har gjort, at forløbet er blevet justeret og tilpasset undervejs. Et eksempel herpå er brugen af eksterne oplægsholdere. De første to år blev der benyttet udvalgte eksterne oplægsholdere, men erfaringen var, at ikke alle var i stand til at målrette deres oplæg til målgruppen, og der derfor var flere eksempler, hvor det ikke fungerede som forventet.

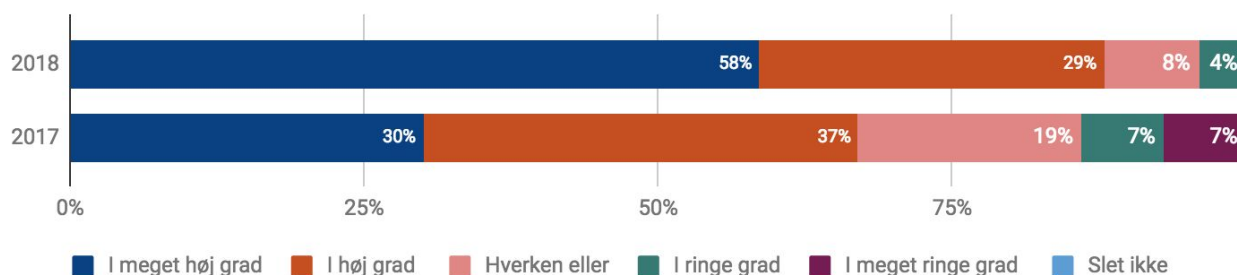
“Det er svært når der bliver refereret til Google, noget som er så højtravende, hvor vi jo ikke kan spejle os selv. Så forstår man faktisk ikke modellerne særlig godt.” (citater deltager 2017, interview på workshop)

Netop matchet mellem undervisere/oplægsholdere og deltagerne er centralt i et specialiseret forløb som Nordic Buzz. Deltagernes kommentarer viser, hvor afgørende det er, at undervisere og oplægsholdere kender til målgruppen eller er blevet briefet grundigt på forhånd. De eksempler og cases, som bruges i undervisningen skal afspejle den situation og de udfordringer virksomhederne står i. Udfordringen med de eksterne oplægsholdere var særligt gældende for andet år, som også bar præg af udskiftning af personer internt i Nordic Buzz. Det var med til at skabe en usikkerhed om rollefordeling og ansvarsområder projektpartnerne i mellem, som ikke var hensigtsmæssig, og som havde en afsmittende effekt på deltagerne oplevelse af forløbet.

I forhold til 2018 blev dette løst og der kom nye kræfter til. Dette var med til at give forløbet i 2018 et løft både i forhold til styring og det faglige indhold, og gjorde samtidig, at der på forløbet i 2018 primært blev gjort brug af de interne undervisningsressourcer, hvilket fungerede godt.

Set i forhold til alle tre år har deltagertilfredsheden ligget højt. I 2018 var hele 88% af deltagerne i høj grad eller i meget høj grad tilfredse med deres deltagelse i Nordic Buzz, mens det galdt for 67% af deltagerne i 2017.

Figur 5.2: Overordnet tilfredshed med hele forløbet (2017 og 2018)



Samlet set kan det konkluderes, at Nordic Buzz over de tre år programmet har kørt, har formået at skabe et vedkommende og meget relevant kompetenceudviklingsforløb, der har ramt et udtalt behov hos målgruppen. Læringen fra Nordic Buzz er, at der er et fortsat potentiale i at tilbyde specialiserede vækstforløb for kreative iværksættervirksomheder, men at det kræver en fokuseret indsats med de rette kompetencer og kendskab til målgruppen for at lykkes.

7. Metode

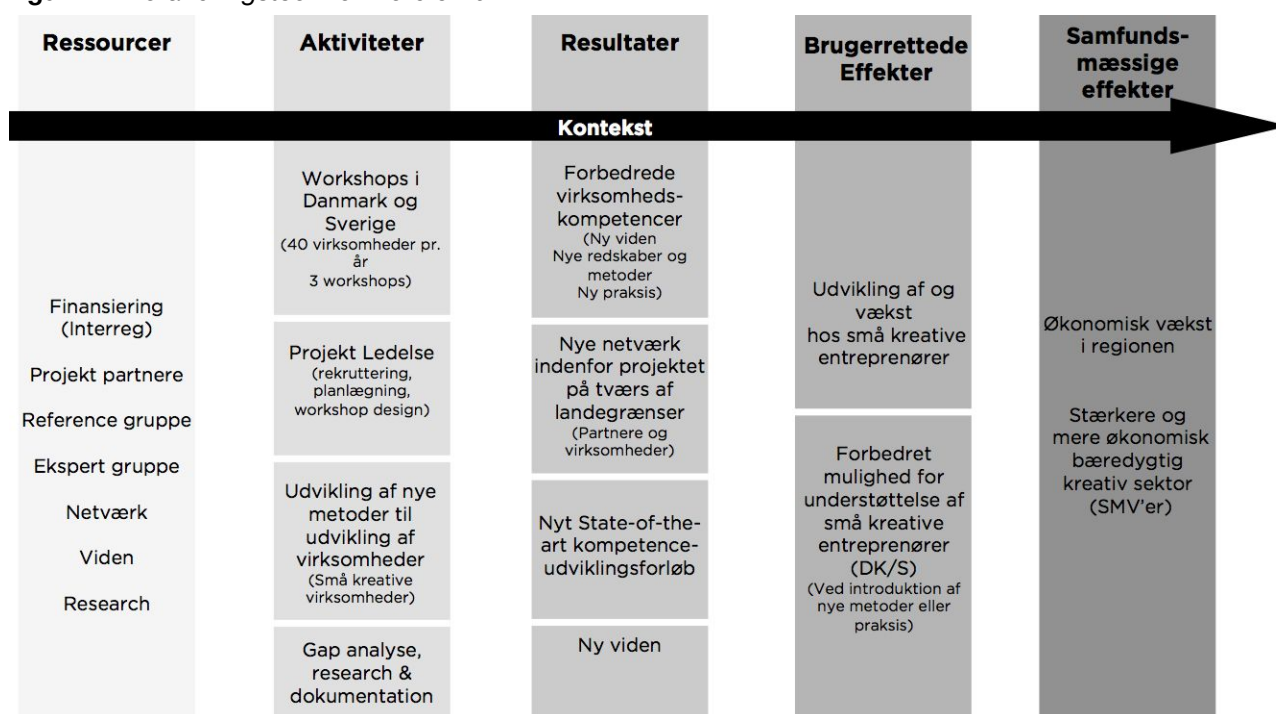
Evalueringen er baseret på monitorering, hvor der er benyttet en kombination af kvantitative og kvalitative metoder. Der er således gennemført en spørgeskemaundersøgelse samt interviews med deltagere på Nordic Buzz samt deltagelse på workshops.

Det sker med udgangspunkt i Seismonauts model for Oplevelsesøkonomisk effektivitet, der er funderet i en procesbaseret evalueringstilgang også kendt som virkningsevaluering⁴.

Evalueringsmodellen rummer både et lærings- og et effektperspektiv, og har sin styrke i forhold til at give en dybdegående forståelse og forklaring af, hvad der virker i den givne kontekst.

Forandringsteorien er udarbejdet af Seismonaut i forbindelse med evalueringen. Forandringsteorien er en hypotese for, hvordan Nordic Buzz' ressourcer, aktiviteter og de resultater i projektperioden bidrager til brugerrettede effekter på kort sigt for brugere og aktører og på længere sigt for et samlet løfte af området på samfundsmæssigt niveau.

Figur 7.1: Forandringsteori for Nordic Buzz



Dataindsamling

Dataindsamlingen har været tilrettelagt med tre årlige nedslag, som følger forløbets deltagerrettede aktiviteter. De gennemførte evalueringsaktiviteter i projektperioden har været følgende:

- Der er gennemført tre årlige spørgeskemaundersøgelser med de deltagende virksomheder i 2017 og 2018. Spørgeskemaet er sendt ud umiddelbart efter hvert arrangement/workshop med henblik på at afdække deltagernes udbytte og tilfredshed med indhold, oplæg, undervisere og faciliteter. I den sidste spørgeskemaundersøgelse på hvert år er der desuden blevet spurgt til forløbet som helhed i forhold til antal af nye kontakter og forbedret netværk samt konkrete eksempler på brug

⁴ Peter Dahler-Larsen: Evaluering af projekter (2013)

heraf. Dertil blev der spurgt mere overordnet til hvilke forbedringer deltagerne mener at have opnået gennem deltagelse i Nordic Buzz 2017 centreret omkring forretningsudvikling.

- Seismonaut har alle tre år deltaget på udvalgte workshops i både Danmark og Sverige, hvor vi observerede undervisningen og var i dialog med virksomheder, undervisere og projektteamet.
- Indsigter fra de enkelte workshop og spørgeskemaundersøgelsen er løbende blevet delt med projektledelsen i Lifestyle & Design Cluster på statusmøder.