

FAKTABLADE

Indholdsfortegnelse

| | | |
|----|---|----|
| 1 | Faktablad: Viden- og innovationscenter for fødevarebranchen | 3 |
| 2 | Faktablad: Viden- og innovationscenter for Logistik- og Supply Chain Management (SCM) | 9 |
| 3 | Faktablad: Erhvervsuniversitet | 15 |
| 4 | Faktablad: d-room..... | 17 |
| 5 | Faktablad: Viden- og innovationssamarbejde | 22 |
| 6 | Faktablad: Innovationsnetværk | 30 |
| 7 | Faktablad: MoneyTalks..... | 32 |
| 8 | Faktablad: International kreativ tænketank | 34 |
| 9 | Faktablad: Urban Area | 36 |
| 10 | Faktablad: Welcome to Horsens..... | 38 |

1 Faktablad: Viden- og innovationscenter for fødevarerbranchen

Det foreslås at der etableres et internationalt førende viden- og innovationscenter for fødevarerbranchen. Centret skal i tæt samarbejde med eksisterende forskningsmiljøer og fødevarerhvervet styrke rammerne for brugerdriven innovation på fødevarerområdet i Danmark. Med det resultat, at de danske fødevarer virksomheder bevarer og udbygger deres konkurrencemæssige styrkepositioner.

Baggrund

Danske fødevarer virksomheder er indenfor en række fødevarerprodukter blandt verdens førende. En styrkeposition der blandt andet skyldes det store videnindhold i danske fødevarerprodukter.

Danske fødevarer virksomheder har tradition for at anvende viden om forbrugerne i forbindelse med konkrete innovationsprojekter og i forbindelse med markedsføring.

For at få en dybere forståelse af forbrugeroplevelser og for at forsøge at afdække ikke-erkendte forbrugerbehov trækker flere og flere virksomheder på kompetencer fra de sociale videnskaber. Fx er der kommet en stigende fokus på antropologiske og etnografiske metoder til at afkode ikke-erkendte forbrugerbehov og til at analysere forbrugernes motiver og handlinger på fødevarerområdet.

I takt med, at virksomhederne får dybere forståelse for forbrugernes behov, opstår der samtidigt et behov for mere viden om, hvordan viden om forbrugeren bliver koblet med eksisterende eller nye teknologier og forretningsmodeller. Det handler om at skabe nye innovationer ved at koble fx antropologens viden om forbrugeren med fødevarer teknikerens, produktionsingeniørens og cand. merc.'s viden om forædling, teknologi og forretningsmodeller.

Brugerdriven innovation er et nyt forskningsfelt, og der er få videninstitutioner i verden, der forsker i at gøre brugerdriven innovation mere markedsorienteret.

Stanford University er et af de få steder i verden, hvor man er langt fremme med markedsorienteret forskning i brugerdriven innovation, og hvor arbejdet er organiseret i tværfaglige forskerteams. Stanford University har inden for de senere år oprettet forskellige tværfaglige forskningscentre, som sigter på samarbejde med erhvervslivet om konkrete innovationsprojekter.

Idéen til at etablere et virksomhedsdrevet viden- og innovationscenter for fødevarerbranchen er kommet efter inspiration fra Stanford University.

Ambitionen er, at det danske center skal blive internationalt førende inden for markedsorienteret forskning i brugerdriven innovation på fødevareområdet. Centret skal opnå den position ved at tilknytte en kritisk masse af internationalt førende forskere og ved at samarbejde tæt med fødevareerhvervet om at afprøve nye metoder og samarbejdsformer.

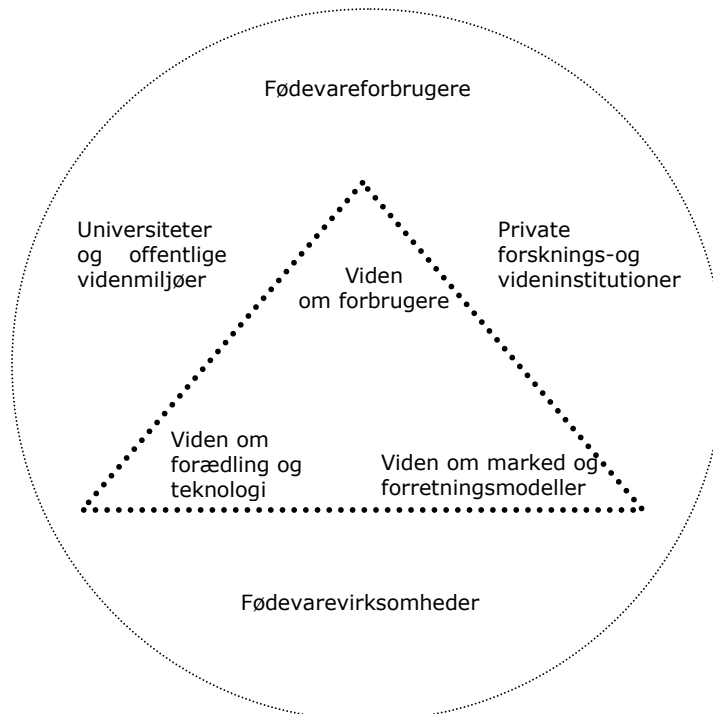
Forslaget

Med inspiration fra Stanford University anbefales det, at der etableres et internationalt førende viden- og innovationscenter for den danske fødevarebranche. Centret skal i tæt samarbejde med eksisterende forskningsmiljøer og fødevareerhvervet styrke rammerne for brugerdriven innovation med henblik på, at de danske fødevarevirksomheder bevarer og udbygger deres konkurrencemæssige styrkeposition.

Viden- og innovationscenteret skal dække tre forskellige kompetenceområder (i) viden om forbrugere (ii) viden om forædling og teknologi og (iii) viden om og marked og forretningsmodeller (figur 1).

Succesfulde innovationer, der opfylder forbrugerens behov, bygger på viden fra alle tre kompetenceområder. Det er derfor helt centralt at centerets aktiviteter sætter fokus på at kombinere de tre kompetenceområder.

Figur 1: Viden- og innovationscenter for fødevarebranchen



Centrets aktiviteter

1) Opbygning af ny viden om forbrugerne

En vigtig opgave for centret bliver at indsamle viden om brugerforståelse og udvikle metoder, der kan give en dybere indsigt i brugernes fødevareadfærd. Der er ikke tale om at kortlægge kendte brugerbehov. Her er metoder og anvendelsesmuligheder allerede veludviklede. Der er tale om at udvikle nye metoder, der kan afkode ikke-erkendte brugerbehov som kan analysere brugernes motiver og handlinger på fødevareområdet.

Denne viden om brugerforståelse skal kombineres med viden om fødevaremarkedernes funktionsmåde og nye fødevareteknologier med det formål at opstille perspektiver for innovation på fødevareområdet.

2) Case baseret undervisning

Centeret skal tilbyde meritgivende undervisning til studerende på uddannelser, der er relateret til centrets arbejde på fødevareområdet. Formålet med case-baseret undervisning er, at lære studerende fra forskellige uddannelsesretninger, hvordan de arbejder tværfagligt med innovation. Samtidig skal de studerende lære hvordan de kobler viden om forbrugere og fødevarer med viden om, hvordan produkterne bliver produceret og markedsført. Undervisningen skal ske i tværfaglige studenterteams, og projekterne skal udformes i samarbejde med fødevarevirksomheder.

3) Konsulenttydelser

Fødevarevirksomhederne skal kunne købe rådgivning til konkrete innovationsprojekter hos viden- og innovationscentret. Der kan være tale om innovationsprojekter mellem centret og en enkelt virksomhed eller med en gruppe af virksomheder. Centret skal også selv kunne tage initiativ til konkrete innovationsprojekter med fødevarevirksomheder.

Det gennemgående tema for centerets aktiviteter er at opbygge ny viden om arbejdet med brugerdreven innovation og at fremme fødevarevirksomhedernes brug af denne viden i deres innovationsarbejde.

Øvrige aktiviteter

Det er tanken, at centret skal være et knudepunkt for erfaringsudveksling mellem virksomheder og forskere på fødevareområdet.

Centret skal have aktiviteter, der sigter på at udbrede centrets nyeste forskning til en bred kreds af fødevarevirksomheder. Fx ved at centret udbyder kurser, seminarer og workshops. Centrets kursus og seminarvirksomhed kan endvidere være et vigtigt led i at gøre videntcentret til et naturligt mødested, hvor virksomheder og forskere kan lære hinanden at kende, få forståelse for hinandens arbejde og opbygge gode personlige relationer.

Centret skal operere i spændet mellem eksisterende forskningsmiljøer og fødevareerhvervet. Idéen er, at centret, i kraft af sin brugerinddragende, tværfaglige og anvendelsesorienterede tilgang til innovation på fødevareområdet, bliver et omdrejningspunkt for en tværfaglig og markedsorienteret forskning, der skaber nye og utraditionelle metoder til at arbejde med brugerdreven innovation på fødevareområdet.

Centrets organisering

Det vurderes, at centret - for at opnå kritisk masse - skal have tilknyttet 30 – 40 forskere og innovationskonsulenter. Centrets medarbejdere skal danne tværfaglige forskerteams, der arbejder med markedsorienteret forskning og udvikling omkring afdækning af nye trends, nye kundebehov og den nyeste teknologi.

Centrets daglige ledelse skal varetages af en direktør, der i samarbejde med centrets bestyrelse tegner retningslinjerne for centrets aktiviteter. Centret skal have en bestyrelse med repræsentanter fra både erhvervsliv og forskning, men flertallet af bestyrelsens medlemmer skal komme fra erhvervslivet.

Det vil være relevant at tilknytte centret til et universitet eller til Handelshøjskolen i Aarhus eller København, da en vigtig del af centrets aktiviteter bliver meritgivende undervisning.

Samarbejdsrelationer

Viden- og innovationscenteret skal opbygge stærke faglige netværk til førende forskningsmiljøer i ind- og udland, der gør det muligt at hjemtage den nyeste viden om markedstrends, forbrugeradfærd og teknologiske fremskridt.

Finansiering

Styregruppen søger om en årlig basisbevilling fra Program for brugerdreven innovation på 20 mio. kr. i en periode på fem år. Derudover ansøger styregruppen Program for brugerdreven innovation om 3 mio. kr. til at gennemføre en ekspertundersøgelse.

Erhvervslivet skal medfinansiere driften af centret gennem sponsorater, der giver virksomhederne særlige muligheder for at deltage i centerets aktiviteter og ret til at trække på centerets viden.

Den fysiske etablering af centret forudsætter at den kommune, hvor centeret bliver placeret stiller lokaler til rådighed.

Gennemførelse

Der er nedsat en styregruppe for projektet med repræsentanter fra de store danske fødevarevirksomheder og danske videninstitutioner på fødevareområdet.

Styregruppen mødes i april 2007 for at drøfte en ansøgning til regeringens program for brugerdreven innovation om gennemførelse af en ekspertundersøgelse, som skal kortlægge centrets aktiviteter. Styregruppen skal også drøfte en ansøgning til regeringens program for brugerdreven innovation om midler til driften af videntcentret.

I boksen på side 8 findes en kort beskrivelse af de videnmiljøer der indgår i styregruppen.

Tovholder

Konstatin Lassithiotakis, Vitus Bering

Biovidenskabelig Fakultet for Fødevarer, Veterinærmedicin og Naturressourcer, Københavns Universitet

Det Biovidenskabelig Fakultet er et af Europas førende universitetsmiljøer inden for husdyrsbrug- og veterinærvidenskab, plantevidenskab og fødevarer- og ernæringsvidenskab. Fakultet består af 12 institutter og der er ca. 1.800 medarbejdere (www.kvl.dk)

Danmarks Tekniske Universitet (DTU)

Det tidligere Danmarks Fødevarerforskning er blevet delt i institutterne Fødevarerinstitutionen og Veterinærinstitutionen, samt en kommerciel enhed, Dianova. Alle er i dag del af DTU.

Fødevarerinstitutionen forsker og rådgiver om ernæring, fødevarerikkerhed, miljø og sundhed. Institutionen tæller ca. 270 medarbejdere og består af fire afdelinger.

Veterinærinstitutionen forsker og rådgiver om infektiøse husdyrsygdomme hos produktionsdyr og hobbydyr. Institutionen tæller knap 310 medarbejdere og består af tre afdelinger.

Dianova sælger sera, vacciner, diagnostiske undersøgelser og rådgivning og fungerer som bindeleddet mellem de to forskningsinstitutioner og deres kunder (<http://www.dfvf.dk/Default.aspx>)

DTU huser endvidere *Food-DTU* som er et virtuelt center, der er rettet mod at koordinere forskning og samarbejde for 700 fødevarerforskere på ni institutter på DTU; BioCentrum-DTU, Danmarks Fiskeriundersøgelser, Forskningscenter Risø, Fødevarerinstitutionen, Institut for Kemiteknik, Institut for Produktion og Ledelse, Informatik og Matematisk Modellering, Institut for Mikro- og Nanoteknologi og Veterinærinstitutionen.

Det Jordbrugsvidenskabeligt Fakultet (DJF)

DJF ved Aarhus Universitet har forskningsaktiviteter på centre i Foulum, Bygholm, Årslev, Flakkebjerg og Sorgenfri. Fakultetet har 375 medarbejdere (<http://www.agrsci.dk/>)

LMC-konsortiet

LMC er et samarbejde mellem DTU og Den Kgl. Veterinær- og Landbohøjskole (KVL) som er rettet mod at styrke og koordinere fødevarerforskning og højere uddannelse på fødevarerområdet ved de 2 institutioner.

MAPP-centret

MAPP centret er en del af Handelshøjskolen Århus og er rettet mod forskning indenfor kunderelationer i fødevarersektoren. MAPP centret forsker i fødevarerudvikling, marketing og fødevareredistribution og samarbejder med danske og internationale fødevareraktører og brancheorganisationer.

Centret har 23 medarbejdere (<http://www.asb.dk/research/centrestreams/centres/mapp.aspx>)

Teknologisk Institut, Kolding

Teknologisk Instituts afdeling i Kolding arbejder med teknologi og anvendt forskning på fødevarerområdet. Afdelingen i Kolding indgår blandt andet i en række samarbejdsprojekter med fødevareraktører om at udvikle nye produkter eller forbedre hygiejnen ved brug af nye overfladebehandlinger i produktionen.

Teknologisk Institut i Kolding beskæftiger omkring 30 medarbejdere (<http://www.teknologisk.dk/14278>)

Vitus Bering

University College Vitus Bering har flere videregående uddannelser, der relaterer sig til de kompetenceområder som et viden og innovationscenter for fødevarer skal arbejde med. Herunder ingeniøruddannelser og merkantile uddannelser (<http://www.vitusbering.dk/>)

Vitus Bering Danmark har et formelt forskningssamarbejde med Aalborg Universitet indenfor områderne naturvidenskab og teknik, og med Handelshøjskolen i Århus omkring erhvervsprog og erhvervsøkonomi

2 Faktablad: Viden- og innovationscenter for Logistik- og Supply Chain Management (SCM)

Det foreslås at der etableres et nationalt viden- og innovationscenter for logistik og supply chain management (SCM). Videncenteret skal være af international klasse og danne rammen for;

- (i) at opbygge, indsamle og sprede ny viden om logistik og SCM*
- (ii) at udvikle nye metoder der kan give en dybere indsigt i værdikædeadfærd*
- (iii) skabe nye innovationsalliancer mellem virksomheder og førende internationale videnmiljøer*
- (iv) casebaseret undervisning der er udformet i samarbejde med erhvervslivet*
- (v) konsulentytelser til virksomheder i forbindelse med konkrete logistik og SCM projekter.*

Baggrund

Viden om logistik og SCM er vigtige konkurrenceparametre for mange virksomheder.

For 10–15 år siden handlede logistik om at transportere varer fra A til B. I dag omfatter logistik hvordan varer, ydelser, information, personer og penge bevæger sig gennem virksomhedernes globale værdikæder.

Mange virksomheder outsourcer i dag store dele af deres produktion til lavtlønsområder for at øge konkurrenceevnen. Som følge heraf bliver der flere led i virksomhedernes værdikæde hvilket stiller større krav til virksomhedernes kontrol over værdikæden. For at forblive konkurrencedygtig handler der derfor om at optimere på de enkelte led i værdikæden og om at reagere hurtigt på ændringer i markedet. Et begreb der omtales som Supply Chain Management.

Førende virksomheder har erkendt, at konkurrence i dag ikke er virksomhed mod virksomhed, men nærmere "Supply chain" mod "Supply chain"¹. Et eksempel herpå er fx tøj-giganterne H&M og Zara.

¹ Schary, Philip B. og Tage Skjøtt Larsen "Managing the Global Supply Chain" 1995

Ud over outsourcing udgør nye former for leverandørsamarbejde og tredieparts logistik også stadig større krav til virksomhedernes kontrol over deres værdikæde.

Hertil kommer en stadig stigende strøm af mere overordnede tendenser, ofte omtalt som megatrends², der bl.a. dækker over ændringer i demografi og handelsmønstre og nye teknologier som fx RFID² og som påvirker virksomhedernes værdikæder.

På Massachusetts Institute of Technology (MIT) gennemføres i disse år et stort forskningsprojekt i samarbejde med bl.a. Procter and Gamle, Intel og Hewlett-Packard. I forskningsprojektet forsøger forskerne bl.a. at opstille forskellige scenarier for hvordan verden ser ud i 2020 og hvilke krav det stiller til fremtidens værdikæder³.

I Sverige vil VINNOVA over de næste 10 år investere 70 mio. kr i et Videncentret for Next Generation Innovative Logistics⁴. Videncentret skal forske i specifikke områder inden for logistik som af erhvervslivet udpeges som centrale.

Som ovenstående eksempler viser, er der igangsat betydelige initiativer i forhold til fremtidens logistik og SCM i bl.a. Sverige og USA. I Danmark har vi ikke i samme omfang som fx Sverige og USA videncentre der fokuserer på logistik og supply chain management fra et globalt forretnings-, konkurrence- og adfærdsmæssigt perspektiv.

Samlet vurderes det, at der er stort behov for at kortlægge, om de større danske virksomheder har adgang til den viden som de har behov for, for at understøtte deres strategiske arbejde med logistik og supply chain management.

Analyseresultater

Interviewrunden blandt de globale erhverv i Horsens viste, at det kun er få virksomheder, der arbejder med logistik og SCM som en strategisk konkurrenceparameter. Og at det primært er større virksomheder som har fokus på logistik og SCM.

Flere virksomheder tilkendegiver, at de er ved at opbygge nye interne processer og arbejdsgange omkring logistik og SCM, men at der løbende er behov for at udvikle nye løsninger. Det handler i høj grad om at læse i hvilken retning markedet og lovgivningen bevæger sig – og at kunne reagere hurtigt på ændrede markedsvilkår.

² RFID står for Radio Frequency Identification

³ www.ngil.se

⁴ <http://ctl.mit.edu/index.pl?id=5439>

I den forbindelse vurderer flere virksomheder, at der er behov for at indhente viden om hvordan markedet ændrer sig og hvilke udfordringer det stiller virksomhederne overfor. En viden som flere virksomheder ikke ved hvor de skal indhente i dag.

Andre virksomheder angiver, at de i takt med at deres globale værdikæde ekspanderer, står overfor nye udfordringer. Det kan fx være om hvordan *change management* kan anvendes som et redskab til at påvirke den kulturelle adfærd i forskellige led af den globale værdikæde. Eller det kan være behovet for at indgå i nye netværk og innovationsalliancer med andre virksomheder som står overfor de samme udfordringer.

En dialog med forskellige aktører inden for branchen viser, at Danmark har relativ få videnpersoner inden for logistik og supply chain management, og at forskningen på området er begrænset.

Eksisterende initiativer

Danmark har en række videntcentre, der primært fokuserer på transport og logistik.

Videntcenter for Transport, Logistik og Produktion

Videntcenter for Transport, Logistik og Produktion ved Vejle Handelsskole er et videntcenter under Syddansk Erhvervsakademi.

Videntcenteret arbejder bl.a. med at afdække transportbranchens uddannelsesbehov, skræddersy efteruddannelse og afholde seminarer og konferencer om forskellige emner inden for transportbranchen.

Dansk Transport Akademi (Vejle)

Dansk Transport Akademi er en netværksorganisation, der bygger bro mellem viden, kompetencer og uddannelser for alle transportformer inden for godstransport på tværs af forsknings- uddannelses og rådgivningsinstitutioner.

Transportakademiet udbyder forskellige virksomhedsrettede projekter. Fx skræddersyet efteruddannelse til transportvirksomheder og strategisk kompetenceudvikling i mindre transportvirksomheder

Teknologisk Institut, Emballage og Transport

Teknologisk Institut udbyder kurser og seminarer om logistik og supply chain management, der primært er rettet mod små og mellemstore virksomheder i transportbranchen og som har fokus på høje videnniveauet for de medarbejdere, der arbejder med logistik.

Teknologisk Institut har et RFID test- og videntcenter center (Radio Frequency Identification) med fokus på bl.a. sporbarhed ved transporter og de teknologiske muligheder ved RFID i virksomhedernes værdikæder.

Forslaget

Der etableres et virksomhedsdrevet viden og innovationscenter for logistik og supply chain management. Centeret skal være af international klasse og trække på de bedste kræfter på området i ind- og udland.

Omdrejningspunktet for videncenteret skal være logistik og supply chain management.

Videncenteret skal danne rammen for

- (i) Opbygge, indsamle og sprede ny viden omkring logistik og SCM. Det kan fx være viden om brugerforståelse ud fra et værdikædeperspektiv eller viden om ny teknologi.
- (ii) Indsamle og udvikle nye metoder der giver en dybere indsigt i værdikædeadfærd. Det kan fx være nye metoder som udvikles i snitfladen mellem *change management* og SCM
- (iii) Skabe nye innovationsalliancer mellem virksomheder og førende internationale videnmiljøer
- (iv) casebaseret undervisning udformet i samarbejde med erhvervslivet
- (v) konsulentytelser til virksomheder i forbindelse med konkrete logistik og SCM projekter

Forud for etableringen af videncenteret vil der være behov for, at gennemføre en ekspertundersøgelse der skal sætte fokus på de aktiviteter der skal være i videncenteret.

Ekspertundersøgelsen skal bestå af 4 dele:

1. Kortlægning af virksomhedernes arbejde med logistik og supply chain management
 - Formålet med delanalysen er at få en forståelse for hvordan virksomhedernes arbejder med logistik og SCM for derigennem at kunne tilpasse centerets aktiviteter, så de tager udgangspunkt i virksomhedernes behov og ønsker
 - For at få en dyb indsigt i hvordan virksomhederne arbejder med logistik og SCM vil der være behov for, at konsulentgruppen tilbringer 2-3 dage i hver virksomhed. Konsulentteamet skal tale med ledelsen og udvalgte medarbejdere på den måde kortlægge virksomhedens arbejde med logistik og SCM.
 - Undersøgelsen skal gennemføres i 6-8 virksomheder
2. Kortlægning af relaterede danske forsknings- og videnmiljøer

- Formålet med delanalysen er at indhente viden om relevante samarbejdspartnere og samtidig sikre, at centeret og eksisterende forskningsmiljøer får gensidig glæde af hinandens arbejde og ikke går hinanden i bedene
 - Konsulentteamet skal gennem desk research og besøg hos udvalgte miljøer kortlægge hvad der eksisterer af kompetencer og forskningsprojekter inden for logistik og SCM.
3. Kortlægning af førende udenlandske viden- og innovationscentre
 - Formålet med delanalysen er at trække på udenlandske erfaringer i opbygningen af viden- og innovationscenteret for logistik og SCM?
 - Konsulentteamet skal kortlægge de førende udenlandske viden- og innovationscentre inden for logistik og SCM og undersøge hvordan de enkelte centre arbejder. Konsulentteamet gennemføre analysen ved brug af desk research og besøg hos udenlandske viden- og innovationscentre.
 4. Afdække interessen blandt udenlandske virksomheder for at anvende videntcenteret.
 - Formålet med delanalysen er, at få afdækket hvilke ønsker international førende virksomheder har til centeret.
 5. Afdække interessen for at deltage i opbygningen af centeret
 - Parallelt med kortlægningen af danske og udenlandske videnmiljøer skal konsulentteamet afdække, hvilke danske og udenlandske eksperter, der har interesse i at være med til at opbygge centeret.

Konsulentteamet skal løbende resultater af delanalyserne til arbejdsgruppen

Delanalyserne skal samlet danne grundlag for det indhold og de aktiviteter der skal være i viden- og innovationscenteret.

Finansiering

Det anslås, at arbejdet med at gennemføre ekspertundersøgelsen vil beløbe sig til 2-3 mio. kr. Dertil kommer årlige driftsmidler til videntcenteret på 7 mio. kr. når centeret er etableret.

Det anbefales at Horsens kommune ansøger region Midt om midler til at gennemføre ekspertundersøgelsen og til driften af centeret.

Gennemførelse

I første omgang skal der nedsættes en arbejdsgruppe som skal stå bag etableringen af viden- og innovationscenteret for logistik og SCM.

Arbejdsgruppen skal indledningsvis;

- stå bag ansøgning til region Midtjylland om medfinansiering til at gennemføre ekspertundersøgelsen
- udarbejde retningslinjer for ekspertundersøgelsen
- træffe beslutning om hvem der skal gennemføre ekspertundersøgelsen
- tage stilling til i hvilket omfang det er relevant at inddrage andre virksomheder/ressourcespersoner i arbejdsgruppen.

Når resultatet og anbefalingerne fra ekspertundersøgelsen ligger klar, skal arbejdsgruppen tage stilling til resultatet af undersøgelsen – og hvordan man kommer videre mod etableringen af viden- og innovationscenter for logistik og supply chain management.

Tovholder

Rickard Lindquist, University College, Vitus Bering

3 Faktablad: Erhvervsuniversitet

Det anbefales at Vitus Bering igangsætter et arbejde med at udvikle en ny strategi der skal bringe Vitus Bering op blandt de videninstitutioner der bidrager mest til innovation og udvikling i det omkringliggende samfund.

En benchmarkanalyse af verdens førende erhvervsrettede videninstitutioner skal give inspiration til en række konkrete tiltag, som skal gøre Vitus Bering til et toneangivende erhvervsrettet professionsuniversitet

Baggrund

Erfaringer viser, at videninstitutioner med en stærk erhvervsprofil har stor effekt på deres nære omgivelser:

- Tiltrækker og fastholder videnbaserede virksomheder, og virker som en magnet på virksomheder, der konkurrerer på innovation og højtuddannet arbejdskraft
- Tilfører viden til de "traditionelle erhverv" via samarbejde om udviklings- og innovationsaktiviteter
- Udklækker iværksættere indenfor fremtidens væksterhverv, der ofte etablerer sig i den region, hvor de har fået deres uddannelse

I den globale konkurrence på viden og innovation må virksomheder hente viden fra alle dele af verden. Alligevel vil den lokale videnbasis blive endnu vigtigere for konkurrencekraften. Det gælder også for virksomheder i og omkring Horsens. En stærk videnbasis i Horsens vil give virksomhederne det nødvendige fundament for global styrke, og det vil tiltrække globale spillere, der ønsker at tappe viden. Med udgangspunkt i Vitus Bering har Horsens en enestående mulighed for at skabe en videnbasis af international klasse og af stor betydning for virksomhederne i og omkring Horsens.

Vitus Bering har en stærk tradition for at indgå i samarbejde med virksomheder. Som en bred teknisk, merkantil og pædagogisk uddannelsesinstitution danner Vitus Bering forsknings- og udviklingsnetværk indenfor en lang række faglige discipliner. Et eksempel er det succesfulde forløb "IT på byggepladsen". En række fremtidige tiltag vil yderligere styrke Vitus Berings erhvervsprofil. Blandt andet forventer man pr. 1. januar 2008 at indgå i den midtjyske professionshøjskole VIA. Campus Horsens bliver centrum for VIA's tekniske og merkantile uddannelser. Inden for de næste par år vil der være bygget et væksthuse på 7000 kvadratmeter. Huset skal være centrum for innovation og iværksætteri for virksomheder i og omkring Horsens.

En spørgeskemaundersøgelse viser, at færre end 5 % af virksomhederne i Horsens samarbejder med forsknings- og videnmiljøer, offentlige myndigheder eller uddannelsesinstitutioner omkring innovationsaktiviteter. 40 % af virksomhederne vurderer dog, at samarbejde om innovation bliver

vigtigt i fremtiden og, at der er behov for at få opbygget et nært samarbejde med forsknings- og uddannelsesinstitutioner.

Der er behov for at bygge bro mellem videnmiljøer og virksomhederne i og omkring Horsens. Vitus Bering som et toneangivende erhvervsrettet professionsuniversitet vil bidrage væsentligt til denne udvikling.

Gennemførelse

Der nedsættes en styregruppe med repræsentanter fra virksomheder, videnmiljøer og offentlige myndigheder. Styregruppen følger arbejdet omkring formuleringen af en samlet strategi for Vitus Bering. Gruppen drøfter indholdet af rapporten og lægger retningslinjer for det videre forløb.

Finansiering

Det foreslås, at Horsens Kommune og Vitus Bering i fællesskab afsætter ca. 0,5 millioner kr. til gennemførelsen af arbejdet omkring formuleringen af en samlet strategi for Vitus Bering. Den nedsatte styregruppe drøfter indhold og finansiering af de anbefalede tiltag.

Regeringen stiller i de kommende år midler til rådighed for videnmiljøer til at understøtte videnformidling. Disse ressourcer vil ikke være tilstrækkelige til at gøre Vitus Bering til et toneangivende erhvervsuniversitet. Det er afgørende, at udviklingen af Vitus Bering som et toneangivende erhvervsrettet professionsuniversitet sker i samarbejde med det omkringliggende samfund, og at der er politisk vilje til at medfinansiere aktiviteterne. Det er lige så vigtigt, at erhvervslivet engagerer sig i en række projekter, og bidrager til finansiering på de områder, hvor erhvervslivets deltagelse er afgørende for projektets succes.

Tovholder

Svend Trøst Sørensen, Vitus Bering

4 Faktablad: d-room

Det anbefales, at der etableres et "d-room" på Vitus Bering, der skal fremme brugen af design og tværfaglige samarbejdsprojekter som en integreret del af virksomheders innovationsaktiviteter.

d-room skal tage kontakt til virksomheder med henblik på at skærpe interessen for innovationsprojekter i samarbejde mellem virksomheder og tværfaglige teams af studerende. d-room skal også stå for at sammensætte teams af studerende.

d-room skal tilbyde tværfaglig case-baseret innovationsundervisning til studerende og undervisere i hele den jysk-fynske region. Herunder Studerende fra Vitus Bering, Designskolen i Kolding, Arkitektskolen i Århus, Handelshøjskolen i Århus samt Aarhus og Syddansk Universitet

Baggrund

Danmark har stolte traditioner inden for design og er kendt for unikke designkompetencer. Dansk design kan bidrage til virksomhedernes innovationsaktiviteter og medvirke til at skabe konkurrencemæssige fordele.

På trods af stolte traditioner, unikke kompetencer og konkurrencemæssige fordele viser undersøgelser om erhvervslivet i og omkring Horsens, at mange virksomheder har svært ved at se værdien af at tænke design ind i virksomhedens innovationsarbejde. Det gælder hovedsageligt inden for de traditionelle erhverv.

Undersøgelser fra Dansk Design Center dokumenterer imidlertid, at der kan opnås betydelige økonomiske gevinster ved at anvende design som en integreret del af virksomhedernes innovationsarbejde, også inden for de traditionelle erhverv.

d-room skal være med til at sætte fokus på design og tværfaglighed som en uundværlig ingrediens i virksomhedernes arbejde med innovation.

Analyseresultater

De indledende analyser af Horsens viser, at en stor andel af virksomhederne konkurrerer på pris og at virksomhederne ikke har tradition for at anvende design som en integreret del af virksomhedernes innovationsarbejde.

Det skyldes bl.a., at virksomhedslederne ofte har svært ved at se den økonomiske gevinst ved at anvende design i innovationsprocessen. Enkelte virksomheder har ansat egne designere, men de få virksomheder, der anvender eksterne design gør det typisk, fordi de skal på messe og har svært ved at få en prototype klar til tiden.

Analyserne viser også, at der er ikke tradition for at samarbejde med videnmiljøer om innovations.

Dette til trods peger virksomhederne på, at de i fremtiden får behov for at indgå i nye samarbejdsalliancer – og ansætte flere specialister – for at sikre deres konkurrenceevne.

Der er således et udtalt behov for at synliggøre de økonomiske effekter af at bruge design i virksomhedernes innovationsarbejde.

Eksisterende initiativer

Der eksisterer forskellige initiativer, som har til formål at fremme brugen af design i danske erhvervsliv:

IdeLab Danmarks Teknologiske Universitet

På DTU etablerede man i 2006 IdeLab, der fungerer som et bindeled mellem Uddannelse-Praksis og Forskning.

IdeLab er et projektkontor der faciliterer kontakt mellem studerende og virksomheder. Blandt de virksomheder der lægger projekter ind er Nokia, Danfoss, Coloplast, Sonion og Lego.

Dansk Design Center (DDC)

Dansk Design center har til formål at øge brugen af design i dansk erhvervsliv, at brande dansk design på den internationale scene og at skærpe interessen for design.

DDC gennemfører en række aktiviteter der skal synliggøre det forretningsmæssige potentiale i design og formidle ny viden om design til dansk erhvervsliv og danske designvirksomheder. Det sker bl.a. gennem konferencer, seminarer, workshops, netværksmøder og undersøgelser.

ID Forum

ID Forum arbejder med at fremme design ved at matche virksomheder med industrielle designere.

ID Forum etablerede i 2006 IDM Academy som er et tilbud til små og mellemstore virksomheder om kompetenceudvikling inden for bl.a. markedsudvikling og anvendelse af design. Akademiet er i opstartsfasen.

ID Forums bestyrelse tæller virksomhedsledere og repræsentanter fra designvirksomheder, Iværkcenter, Horsens kommune og det tidligere Vejle Amt. ID Forum har eksisteret siden 1989 og finansieres i dag af Horsens Kommune, Socialfonden, det tidligere Vejle Amt samt af egne indtægter fra sponsorer, deltagergebyrer etc.

ID Forum formidlede i 2006 kontakt mellem 6 virksomheder og industrielle designere.

Danske Designere

Danske Designer er en medlemsorganisation med hovedsæde i København. Organisationens aktiviteter spænder fra medlemsarrangementer og etablering af netværk, over efteruddannelse og rådgivning i at fremme brugen af design.

Øvrige uddannelsesinstitutioner

Flere af landets designskoler har tæt kontakter til erhvervslivet via forskellige typer af studenterprojekter og praktik.

Vitus Bering afholder årligt en innovationsuge, hvor mere end 200 studerende fra 8 forskellige studieretninger indgår i tværfaglige studiegrupper for at udvikle nye ideer. Det kan fx være inden for temaer som fremtidens handicapudstyr, fremtidens daginstitutioner eller fremtidens lejeredskeer.

Dertil komme en række videntcentre, som tilbyder forskellige former for kontakt mellem designstuderende og virksomheder. Fx. Videntcenter for innovative processer ved Vitus Bering, og senest det ny-etablerede Center for Brugercenteret Design ved Designskolen i Kolding.

Forslaget

Det foreslås at der etableres et "d-room" på Vitus Bering som både skal være et fysisk- og et virtuelt space.

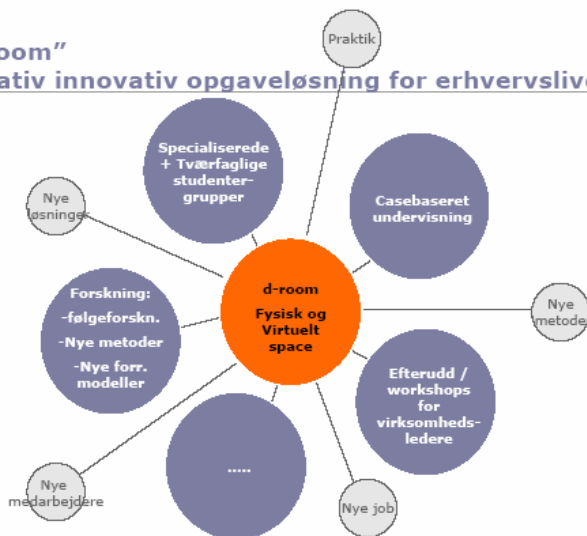
Formålet med d-room er at vise, hvordan virksomheder kan arbejde med nye former for opgaveløsning der involverer forskellig typer af studerende, hvordan nye metoder kan tages i anvendelse i virksomhedernes innovationsprocesser og hvordan man kan skærpe virksomhedernes interesse nyuddannede kandidater

"d-room" skal tilbyde følgende aktiviteter (se figur):

1. specialiserede og tværfaglige studentergrupper der arbejder med virksomhedsprojekter
2. case baseret undervisning
3. efteruddannelse og workshops for virksomhedsledere der ønsker at arbejde med design som en integreret del af virksomhedens innovationsproces
4. Følgeforskning samt brug af nye analysemetoder

"d-room"

- kreativ innovativ opgaveløsning for erhvervslivet



Aktiviteterne i "d-room" skal faciliteres af en daglig leder. Den daglige leder skal bl.a. arbejde med at rekruttere virksomheder, identificere virksomhedsprojekter der kan lægges ind i "d-room", fungere som matchmaker ml. studerende og mellem studerende og virksomheder og sikre, at der indgås de rette aftaler mellem studerende og virksomheder

En vigtig forudsætning for at "d-room" bliver en succes er tværfaglighed. Denne skal sikres ved at danne tværfaglige projektgrupper hvor studerende fra flere af regionens uddannelsesinstitutioner indgår i.

"d-room" skal fysisk placeres på Vitus Bering og skal dække både region Syd og region Midt. "d-room" skal betjene virksomheder og trække på studerende og undervisere i hele den jyske region.

"d-room" er ikke tænkt som et videns- og kompetencecenter med egne forsknings- eller rådgivningsydelser, der sælges til erhvervslivet. Forskning og opbygning af viden foregår på de deltagende institutioner. "d-room" skal derimod anvende den nyeste viden og de nyeste metoder til at arbejde med design.

"d-room" skal så vidt muligt etableres gennem en reorganisering og styrkelse af eksisterende initiativer.

Finansiering

Det vurderes, at det vil koste ca. 2 mio. kr. at etablere "d-room".

Midlerne skal bl.a. dække nedenstående aktiviteter:

- Koordinator for "d-room"
- Aktivitetsudvikling i "d-room"

- Lokaleindretning
- Portal og software til "d-room"
- Udarbejdelse af standardkontrakter til projekter mellem "d-room" og virksomhederne
- Konsulentbistand
- Rekruttering af virksomheder

Gennemførelse

For at forslaget kan gennemføres skal en arbejdsgruppe udarbejde en konkret og detaljeret beskrivelse af "d-room" aktiviteter og den underliggende finansiering.

I den forbindelse er der nedsat en arbejdsgruppe med de personer som har udtrykt interesse for at lægge projekter ind i d-room og deltagende videninstitutioner.

Følgende personer har sagt ja til at deltage i arbejdsgruppen

- Anders Drejer, Strategy Lab, Handelshøjskolen i Århus
- Birte Sandorff, Designskolen i Kolding
- Steen Friberg, Horsens Hospital
- Per Guldbæk Larsen, Vitus Bering

I opbygningen af "d-room" anbefales det, at arbejdsgruppen trækker på de erfaringer som DTU allerede har gjort sig omkring etableringen af IdeLab. Det kan bl.a. omfatte retslige kontraktforhold ml. studerende og virksomheder.

Det anbefales endvidere at der i opbygningen af d-room trækkes på de erfaringer som ID forum har gjort.

Tovholder

Pro-rector Per Guldbæk Larsen, Vitus Bering

5 Faktablad: Viden- og innovationssamarbejde

Det anbefales, at Horsens kommune indgår en forpligtende aftale med erhvervsrådet, som understøtter kommunens nye erhvervspolitiske satsning. Nedenstående 6 forslag kan danne baggrund for resultatkontrakten:

- Etablering og facilitering af lokale vidennetværk, der fremmer videnopbygning og innovationsalliancer mellem virksomheder i Horsens kommune. Det kan fx være vidennetværk om emballage, produktionsprocesser eller outsourcing.*
- Casestudier af lokale rollemødder, der arbejder med videnopbygning og innovation, og som kan stille deres viden og erfaringer til rådighed for det lokale erhvervsliv.*
- Et dynamisk virksomhedsregister, hvor virksomhederne selv leverer og opdaterer information. Registret kan bruges aktivt af virksomhederne til at danne samarbejdsalliancer mv.*
- Matchmaking med henblik på at formidle innovationsalliancer ml. virksomheder og videnmiljøer.*
- Uddannelsesmatch med henblik på at sikre et bedre match mellem udbud og efterspørgsel af erhvervsfaglige uddannelser.*
- Iværksætterdata – opsamling og opdatering af data for nye virksomheder i Horsens Kommune*

Baggrund

Der foregår over alt i landet en omstilling fra produktions- til vidensamfund. En omstilling som stiller nye krav til virksomheder, myndigheder og videninstitutioner. De lokale erhvervsråd kan spille en vigtig rolle i virksomhedernes omstilling til vidensamfundet. Erhvervsrådene skal understøtte, at de lokale erhverv tilføres mere viden, at der dannes nye innovationsalliancer, og at iværksættere får adgang til den bedst mulige rådgivning.

Der er behov for, at de lokale erhvervsråd bliver aktive samspilspartnere i en ny erhvervspolitisk satsning. Både hvad angår implementering af initiativer i kommunens nye erhvervsstrategi, og når det gælder udvikling af nye initiativer. Erhvervsrådets tætte kontakt til erhvervslivet kan bruges som afsæt for arbejdet.

På den baggrund anbefales det, at Horsens kommune indgår en resultatkontrakt med erhvervsrådet.

Analyseresultater

Analyserne peger på, at der er behov for at styrke indsatsen om videnopbygning, videndeling og innovationssamarbejde, hvis Horsens skal sikres en fremtrædende plads i videnøkonomien.

Når det drejer sig om videndeling angiver blot 20 pct. af virksomhederne i Horsens, at de er enige i, at kommunens virksomheder er gode til at dele viden om nye kundebehov, markedstrends etc. Ligeledes er kun 20 pct. af virksomhederne enige i, at lokale brancheforeninger og netværk er gode til at formidle ny viden.⁵

For så vidt angår omfanget af innovationssamarbejde svarer 20 pct. af virksomhederne, at de samarbejder med andre virksomheder om innovation⁶, og 5 pct. af virksomhederne angiver, at de samarbejder med viden- eller forskningsmiljøer om innovation. Disse tal er meget lave i forhold til lignende analyser, der er gennemført i Trekantområdet og i Region Nordjylland.

De gennemførte analyser dokumenterer, at der er stor tilfredshed blandt virksomhederne i Horsens kommunen med erhvervsrådets arbejde for at sikre et godt erhvervsklima.

Erhvervsrådet udgør dermed en god platform for at tage et nyt skridt mod at opbygge ny viden og etablere og facilitere nye samarbejdsalliancer i Horsens kommune.

Eksisterende initiativer

Der eksisterer en række mindre initiativer, der har til formål at dele viden og at fremme samarbejde om innovation mellem erhvervsliv og videnmiljøer.

Horsens Erhvervsråd

I regi af Horsens Erhvervsråd eksisterer der 5 mindre netværk. Erhvervsrådet står i spidsen for Agricon Valley, et netværk for landbrugs- og fødevareraktiviteter i den østjyske region. Derudover har Horsens Erhvervsråd etableret 4 netværk, som i dag er selvkørende:

- Netværk for arkitekter, rådgivende ingeniører og landinspektører
- Netværk for indkøb og logistik
- Netværk for personalechefer
- Erfagruppe for mindre virksomheder

Netværkene kører i dag på lavt blus, men erhvervsrådet har ansat en konsulent, der skal yde support til netværkene.

⁵ "Erhvervslivet i Horsens Kommune – et survey". Kan downloades på www.horsens-erhverv.dk

⁶ tallet inkluderer også de virksomheder der samarbejder om innovation inden for samme koncern

Vitus Bering

Vitus Bering har etableret ni forsknings- og udviklingsnetværk, der skal styrke samspillet mellem Vitus Bering og erhvervslivet.

Netværkene, hvoraf mange er i opstartsfasen, er dannet med baggrund i forskellige temaer som understøtter Vitus Berings fokusområder herunder byggeri, intelligent mekanik, logistik og supply chain management, projektledelse og interkulturel kommunikation.

Vitus Bering indgår i forskellige typer af projektsamarbejde med erhvervslivet. Et eksempel er *IT på Byggepladsen*; et udviklingsprojekt, der har resulteret i nye undervisningsformer.

Et andet eksempel er *Vækst gennem Innovation*, der understøtter 25 etablerede iværksætteres vækstpotentiale ved at sætte fokus på anvendelse af ny viden og innovation. Projektet hører under Vitus Berings Videncenter for innovative processer, der er rettet mod at styrke idéudvikling og innovative processer i private virksomheder og organisationer.

Videncenteret blev etableret i 2005 som en del af undervisningsministeriets videncenterpulje. Som en del af videncenteret er der etableret to idéværksteder. Blandt brugerne af idéværkstedet er netværket Agricon Valley og Horsens Turistråd.

Forslaget

Erhvervsrådet skal være en aktiv partner i kommunens nye erhvervsstrategi. Både når det gælder om at bringe mere viden ind i de eksisterende erhverv, når det drejer sig om at facilitere nye samarbejdsalliancer mellem virksomheder og videnmiljøer, og når det drejer sig om at rådgive perspektivrige iværksættere.

På den baggrund anbefales det, at kommunen indgår en resultatkontrakt med erhvervsrådet, som understøtter kommunens nye erhvervspolitiske satsning. Idékataloget på side **XXX** kan danne rammen for indholdet i resultatkontrakten.

Gennemførelse

Kommunen udarbejder en resultatkontrakt med erhvervsrådet, som understøtter kommunens nye erhvervspolitiske satsning.

Resultatkontrakten skal indeholde klare mål, resultatkrav, leverancer og tidsfrister og kan indeholde en beskrivelse af:

- Hvilke aktiviteter der igangsættes
- Hvordan aktiviteterne gennemføres

- Et kvantitativt målesystem med milepæle for hver aktivitet

Finansiering

Det vurderes, at resultatkontrakten kan gennemføres indenfor de eksisterende rammer.

Tovholder

Borgmesterkontoret i Horsens kommune

Idekatalog

- (i) Etablering og facilitering af lokale netværk, der fremmer videnopbygning og innovationsalliancer mellem virksomheder i Horsens kommune. Det kan fx være:
- Netværk for produktionsprocesser
 - Netværk for emballage
 - Netværk for stål metal
 - Netværk for outsourcing

Listen af netværk skal ikke opfattes som udtømmende, men som en liste over de netværk, der vil være mest oplagt at etablere på nuværende tidspunkt. Det centrale er, at erhvervsrådet – via deres virksomhedsbesøg – afdækker behovet for at etablere yderligere netværk.

At etablere og facilitere netværk kan være en omfattende opgave. Der vil derfor være behov for, at de erhvervskonsulenter, som skal påtage sig opgaven, får de rette redskaber og at der også trækkes på eksterne kompetencer. Det kan fx være de facilitatorer, der findes på Vitus Bering eller innovationskonsulenter fra fx InnovationLab i Århus.

- (ii) Casestudier af lokale rollemodeller, der arbejder med videnopbygning og innovation, og som kan stille deres viden og erfaringer til rådighed for det lokale erhvervsliv

For at skabe opmærksomhed om gevinsterne ved at anvende ny viden og samarbejde med andre virksomheder og videnmiljøer foreslås det, at erhvervsrådet udarbejder 10 casestudier af lokale virksomheder, hvor viden og samarbejde i forbindelse med innovationsprojekter er centrale elementer i virksomhedernes innovationsstrategi.

Casestudierne skal danne rammen for at skabe et hold af *Godfathers*, der kan rådgive andre virksomheder i at opsøge og bruge ny viden som en del af virksomhedernes innovationsarbejde. Endvidere kan casestudierne bruges som inspiration til andre virksomheder og kan med fordel anvendes til "gå-hjem" møder og lignende aktiviteter i erhvervsrådet.

Casestudierne kan evt. udvikles i samarbejde med Vitus Bering for at opnå synergi i forhold til at anvende casesbaseret undervisningsmateriale fra det lokale erhvervsliv i undervisningen.

- (iii) Dynamisk virksomhedsregister

Erhvervsrådets nuværende virksomhedsregister giver et kort og hurtigt overblik over virksomhederne i Horsens kommune.

Registeret indeholder i dag information om virksomhedens adresse og web adresse, direktørens navn, branche, en kort beskrivelse af virksomheden, antal ansatte og eksportandel.

Erhvervsrådets virksomhedsregister kan med fordel udbygges, så det i højere grad fungerer som en platform for videndeling og nye samarbejdsalliancer mellem virksomheder i og uden for Horsens kommune.

Opdateringen af virksomhedsregisteret er en omfattende opgave. Men eksempler fra Finland viser, at det er muligt at opbygge et dynamisk virksomhedsregister, hvor det er virksomhederne selv, der sørger for at opdatere den seneste information om virksomheden i virksomhedsregisteret⁷.

Det finske virksomhedsregister indeholder – som i Horsens' nuværende register - overordnet information om virksomhederne. Derudover har virksomheden mulighed for at registrere information om fx:

- Hvilke lande virksomheden sælger til
- Samarbejdspartnere i forskningsmiljøer
- Kunder
- Relevante kontaktpersoner
- Seneste nyheder om virksomheden

Virksomhedsregisteret kan samtidig udbygges til at danne rammen om årlige elektroniske spørgeskemaundersøgelser blandt erhvervsrådets medlemmer.

I opbygningen af et nyt dynamisk virksomhedsregister anbefales det, at erhvervsrådet trækker på de erfaringer og den software, der er udviklet i Finland.

(iv) Matchmaking

Erhvervsrådet gennemfører årligt ca. 300 virksomhedsbesøg og får dermed en betydelig indsigt i, hvad der rører sig i de enkelte virksomheder.

I kraft af erhvervsrådets store kendskab til de lokale virksomheder kan erhvervsrådet spille en vigtig rolle som "matchmaker" mellem virksomheder og mellem virksomheder og videnmiljøer.

⁷ www.swbusiness.fi/portal/sw_companies/

Matchmaking er imidlertid en omfattende opgave, og det er kun erhvervsrådets konsulenter – med et nært kendskab til kommunens virksomheder – der kan løfte opgaven.

For at løfte opgaven skal erhvervskonsulenterne opbygge et indgående kendskab til virksomhedens centrale udfordringer.

Det skal ske ved, at erhvervskonsulenterne i samarbejde med en konsulent udarbejder en professionel besøgsguide, som anvendes i forbindelse med erhvervsrådets virksomhedsbesøg.

Behovsafdækningen kan fx sætte fokus på:

- Virksomhedernes største udfordringer og hvordan erhvervsrådet kan bidrage til at imødekomme disse udfordringer.
- Hvilken type af videnjob virksomhederne efterspørger.
- Hvordan virksomhederne arbejder med videndeling. Er der behov for at etablere nye videnbaserede netværk? Eller er der vidennetværk i regionen, som kan være interessante for den pågældende virksomhed at deltage i?
- Har virksomhederne et ønske om at samarbejde om innovation med andre virksomheder og videnmiljøer? Og hvordan kan erhvervsrådet hjælpe med at matche virksomheder og virksomheder og videnmiljøer?
- Samarbejder virksomhedernes med de kommunale/regionale uddannelsesinstitutioner og hvordan kan erhvervsrådet medvirke til, at erhvervslivets behov for uddannelse imødekommes af uddannelsesinstitutionerne?
- Virksomhedernes interesse i at indgå i regionale klyngeinitiativer.

Ved at foretage en dyberegående behovsafdækning i det lokale erhvervsliv bliver det samtidig muligt at identificere nye områder, hvor der er behov for at forbedre de kommunale rammebetingelser.

Det er vigtigt, at erhvervskonsulenterne er opmærksomme på de muligheder, der på regionalt og nationalt plan ligger for samarbejde mellem virksomheder og samarbejde mellem virksomheder og forskningsmiljøer.

Behovsafdækningen må derfor også suppleres med en betydelig indsigt i hvilke danske forskningsmiljøer der er relevante for erhvervslivet i Horsens.

Endelig skal erhvervskonsulenten have en dyb indsigt i betydningen af erhvervsklynger, og skal undersøge om der er mulighed for at koble

kommunens virksomheder på eksisterende klyngeinitiativer i fx region Midt eller region Syd.

(v) Uddannelsesmatch

De erhvervsfaglige uddannelser spiller en vigtig rolle i erhvervsudviklingen i og omkring Horsens. Men analyser viser, at der kan være behov for at styrke samspillet om de erhvervsfaglige uddannelser da mange virksomheder oplever, at de skal bruge mange ressourcer på at efteruddanne kandidater fra erhvervsuddannelserne

Der er derfor behov for en styrket indsats for at målrette og understøtte de erhvervsfaglige uddannelser i Horsens. Det skal ske ved at styrke dialogen mellem uddannelsesinstitutioner og toneangivende erhvervsledere i og omkring Horsens om de erhvervsfaglige uddannelser.

Det anbefales derfor, at erhvervsrådet tager initiativ til at afholde en møderække mellem toneangivende erhvervsledere fra en række større virksomheder og uddannelsesinstitutionerne i Horsens. På møderne skal virksomhederne præsentere deres ønsker for indholdet af fremtidens erhvervsuddannelser. Møderækken skal dermed danne grundlag for at styrke de erhvervsfaglige uddannelser og skabe en bedre overensstemmelse mellem udbud og efterspørgsel af kandidater fra de erhvervsrettede uddannelser.

Det anbefales, at Horsens Erhvervsråd foretager en indledende screening blandt de virksomheder i og omkring Horsens, som trækker på de erhvervsfaglige kandidater. Formålet med screeningen er at identificere de virksomheder, der oplever en uoverensstemmelse mellem udbud og efterspørgsel blandt uddannelses-, efter- og videreuddannelsestilbud i Horsens. Screeningen kan gennemføres i forbindelse med erhvervsrådets virksomhedsbesøg.

Vitus Bering har tilbudt at stille deres idéværksted til rådighed i forbindelse med afvikling af møderne.

(vi) Iværksætterdata

For at kunne overvåge iværksætteraktiviteten – og dermed tilpasse iværksætterrådgivningen - er der behov for at indsamle data om kommunens iværksættere. Overvågningen kan bl.a. hjælpe med at identificere de behov iværksættere har i forhold til netværk, nye kunder, markedsanalyser, studenterprojekter eller innovationssamarbejde.

Et redskab, der kan faktabasere effekten af erhvervsrådets rådgivning, kan endvidere være med til at dokumentere og synliggøre erhvervsrådets rådgivningsaktiviteter overfor kommunen – og overfor de iværksættere, der i sidste ende skal modtage rådgivning

6 Faktblad: Innovationsnetværk

Der afsættes en pulje på 2 mio. kr. til at etablere og drive 2-3 kommercielle innovationsnetværk. Virksomheder der i fællesskab ønsker at udvikle nye ydelser, produkter, processer og forretningskoncepter, skal have mulighed for at søge om medfinansiering til at etablere et innovationsnetværk.

Midlerne fra puljen skal anvendes til at etablere og drive innovationsnetværkene, herunder køb af eksterne facilitatorer, innovationskonsulenter og forskere.

Det er hensigten, at innovationsnetværkene på sigt alene skal finansieres af virksomhederne.

Baggrund

Der er et stort forretningsmæssigt potentiale for virksomheder i at samarbejde med andre virksomheder eller videnmiljøer om udvikling af nye produkter. Mange virksomheder oplever i dag en høj grad af specialisering. Hvis forskellige typer af specialiseringer bringes i spil på tværs af virksomheder, skaber det mulighed for at udvikle nye og radikale innovationer.

Erfaringerne viser, at denne type af innovationssamarbejder ikke opstår af sig selv. Virksomhederne kender ikke hinandens kompetencer og forretningsområder, og har for travlt med den daglige drift til på egen hånd at etablere kommercielle innovationsnetværk.

Nike og Apple er gået sammen i et innovationssamarbejde om at lave en ydelse, som ingen af virksomhederne kunne have lavet på egen hånd.

Via en sensor i Nike's løbesko sendes signaler til løberens Ipod som opsamler løberens løbedata. Når løberen kommer hjem tilsluttes Ipod'en til internettet og resultaterne uploades til Nike hjemmeside (www.nikeplus.com). Her kan man bl.a. føre dagbog over løberesultater. Endvidere kan der på hjemmesiden købes forskellige ydelser som Nike Sport Musik, video og podcasts med dynamiske personligheder fra sportsverden, og forskellige træningsprogrammer til Ipod'en. Endelig er Nikeplus et community, hvor man kan komme i takt med løbere fra hele verden.

Analyseresultater

Analysen viser, at kun 20 % af de globale virksomheder i Horsens samarbejder med andre virksomheder om innovation⁸. Endnu færre virksomheder samarbejder med videnmiljøer, idet kun 5 % af

⁸ Tallet inkluderer de virksomheder som samarbejder med andre virksomheder inden for samme koncern omkring produktudvikling

virksomhederne i og omkring Horsens angiver, at de samarbejder med videnmiljøer om innovation. Dette er lave tal, hvis man sammenligner med lignende undersøgelser fra Region Nordjylland og Trekantområdet.

Virksomhederne er dog opmærksomme på, at deres fremtidige konkurrenceevne blandt andet afhænger af tættere samarbejder med andre virksomheder og videnmiljøer. 40 pct. af virksomhederne tilkendegiver, at det er vigtigt at etablere kommercielle netværk med andre virksomheder for at trænge ind på nye forretningsområder. Ligeledes vurderer 40 pct. af virksomhederne, at det er vigtigt at opbygge et nært samarbejde med forsknings- eller uddannelsesinstitutioner om innovationsaktiviteter.

En pulje til etablering af kommercielle innovationsnetværk vil styrke virksomhedernes samarbejde om innovation.

Forslaget

Der afsættes en pulje på 2 mio. kr. til etablering af 2-3 kommercielle innovationsnetværk i Horsens.

Puljen skal gøre det mulige for en kreds af virksomheder, der i fællesskab ønsker at udvikle nye ydelser, produkter og forretningskoncepter, at søge om medfinansiering til at etablere innovationsnetværk.

Innovationsnetværkene skal på sigt finansieres af virksomhederne selv.

Gennemførelse

At koble virksomheder og skabe resultatorienterede innovationsnetværk er en kompleks problemstilling. Det anbefales, at Horsens Kommune hyrer en konsulent med erfaring fra lignende projekter til at initiere netværkene.

Konsulenten skal tage kontakt til de virksomheder, som har udtrykt interesse for at indgå i kommercielle innovationsnetværk og skal formidle kontakt til eksterne parter som fx innovationskonsulenter, andre virksomheder eller forskere.

Der nedsættes en arbejdsgruppe med repræsentanter fra kommunen. Arbejdsgruppen udarbejder retningslinjer for ansøgning om midler til etablering af innovationsnetværk.

Finansiering

Der afsættes 2 millioner kr. til projektet. Midlerne skal blandt andet finansiere eksterne facilitatorer, innovationskonsulenter og -forskere.

Tovholder

Horsens Kommune.

7 Faktablad: MoneyTalks

Der nedsættes en styregruppe af erfarne erhvervsfolk. Styregruppen skal give perspektivrige iværksættere adgang til specialiseret rådgivning og skal agere som sparringspartnere til lokale finansieringsinstitutter der kan have svært ved at vurdere iværksætteres kommercielle potentiale.

Baggrund

Perspektivrige iværksættere står ofte overfor store udfordringer ved opstart af virksomhed. De har bl.a. svært ved at få specialiseret rådgivning i de lokale erhvervsråd. Og de har svært ved at få adgang til finansiering fra de lokale finansieringsinstitutter.

For at imødekomme disse udfordringer anbefales det, at der opbygges et netværk af erhvervsledere med specialiserede kompetencer som yder gratis rådgivning til perspektivrige iværksættere og som kan agere som sparringspartnere for de lokale finansieringsinstitutter om at yde lån til perspektivrige iværksættere.

Forslaget

Vejen mod specialiseret rådgivning og låneformidling illustreres nedenfor⁹;

- Erhvervskontoret foretager den indledende screening af iværksætteren.
- Perspektivrige iværksættere sendes videre til en arbejdsgruppe på 3-4 personer som er nedsat styregruppen.
- Arbejdsgruppen vurderer ideen og om iværksætteren er egnet til at realisere ideen.
- Arbejdsgruppen matcher iværksætteren med to sparringspartnere – typisk en lokal forretningsmand og en revisor. De tre udarbejder tilsammen en forretningsplan, der forelægges styregruppen.
- Styregruppen bevilliger herefter lån til iværksætteren på vegne af de lokale pengeinstitutter som deler risikoen mellem sig.

Forretningspersonen tilknyttes iværksætteren som mentor i hele lånets løbetid og hjælper bl.a. med at etablere bestyrelse.

Medlemmerne af arbejdsgruppen skal have et indgående kendskab til den danske iværksætterinfrastruktur for at hjælpe perspektivrige iværksættere. Rådgiverne skal derfor have - eller opbygge - et indgående kendskab til fx

⁹ Forslaget bygger på Concept Hadsund som er beskrevet i rapporten "Fremtidens erhvervsservice og iværksætterpolitik – en guide til vækstvirksomheder" RegLab 2007.

Connect Denmark, Vækstfonden, inkubationsmiljøer som Symbion, Scion-DTU og Novi.

Gennemførelse

Erhvervsrådet skal tage initiativ til at nedsætte en styregruppe med 5-7 toneangivende erhvervsledere som er villige til at yde gratis rådgivning til perspektivrige iværksættere.

Finansiering

Det vurderes, at erhvervsrådet kan gennemføre initiativet inden for de eksisterende rammer.

Tovholder

Horsens Erhvervsråd

8 Faktablad: International kreativ tænketank

Der nedsættes en international tænketank, der skal udtænke skæve og utraditionelle udviklingsmuligheder i Horsens.

Tænketanken skal bestå af 5-7 internationale eventmagere som mødes 2-3 gange over en periode på 2 år. Det første møde skal finde sted i Horsens og vare 2-3 dage.

Baggrund

Horsens har gennem de senere år formået at tiltrække nogle af verdens største rockstjerner til byen. Omverdenen har set, at Horsens er en by som er i stand til at realisere visionære og højtflyvende ideer. Byens image er blevet ændret som følge af en strategisk satsning på et utraditionelt kulturudbud og en lille og ukendt by har i løbet af en kort årrække formået at skyde sig ind på den kulturelle verdensscene.

I lyset af den internationale bevågenhed på Horsens vurderes det, at en række internationale eventmagere kan have interesse i udvikle en række utraditionelle tiltag i Horsens. Byen kan med andre ord blive en legeplads for nogle af verdens førende krøllede hjerner.

Der er skabt kontakt til en række internationale eventmagere, som har vist interesse for at indgå i tænketanken. Hvis disse personer sættes sammen, kan de give verden noget, der ikke tidligere er set.

Forslag til deltagere i tænketanken

Rick Smolan; Tidligere fotograf på "TIME", "Life" og "National Geographic Magazine" og skaberen af fotoserien "Day in the Life". Han har lavet fotoevents over hele verden, der har involveret store virksomheder og studerende. For eksempel "A day in Mongolia" og "The planet project".

Simon Anholt; Rådgiver for regeringer omkring diplomati og national branding. "The Economist" beskriver ham som "one of the world's leading consultants to countries that wish to build global brands." Forfatter til bøgerne "Brand New Justice" og "Brand America".

Sharon Jones; Arrangerer CEO-konferencer for "Forbes". Medarrangør af flere miljøorienterede events, hvor hun blandt andre har samarbejdet med Al Gore og Michael Moore.

John Kao; Medstifter af "The Idea Factory", filmproducer, forhenværende professor ved Harvard Business School og Stanford University. Har skrevet bestselleren "Jamming - The Art and Discipline of Business Creativity" fra 1996 og har netop udgivet bogen "Innovation Nation". Rådgiver til Hilary Clinton omkring innovationspolitik.

Niels Christian Nielsen; Adm. Direktør for "Q Network Inc" og bosat i San Francisco. Tidligere direktør for Teknologisk Institut i Danmark. Besidder i dag en lang række bestyrelsesposter i USA og Danmark.

Marianne Siig Egelund; Tidligere direktør i Kaos Management og Kaospiloterne, hvor hun har lavet events til Aarhus festuge. Ansat som HR-direktør i Nordeas "Asset Management and Life".

Frank Panduro; Tidligere teaterdirektør og koncertarrangør i Horsens.

Gennemførelse

Der oprettes et sekretariat, der tager kontakt til medlemmerne af tænketanken med henblik på et første møde i Horsens.

Sekretariat skal følge tænketanken og får til opgave at arrangere møderne i tænketanken samt folde de ideer ud, som tænketanken foreslår.

Finansiering

Der afsættes 3 millioner kr. til projektet til afvikling af møderækken og sekretariatsbistand.

Tovholder

Horsens Kommune

9 Faktablad: Urban Area

Erfaringer fra udlandet viser at kombinationen af gamle industribygninger, risikovillige investorer, visionære myndigheder og kreative personer tilsammen kan danne rammen om at udvikle nye attraktive og unikke bykvarterer.

Horsens har en enestående mulighed for at skille sig ud på det kulturelle Danmarkskort ved at lade gamle industribygninger på havneområdet danne rammen om at skabe nye attraktive bykvarterer.

Baggrund

Gamle industribygninger bliver i disse år revet ned for at give plads til nye beboelses- og erhvervsejendomme der til forveksling ligner hinanden.

Men udviklingen kan også gå i en anden retning. Erfaringer viser, at bevarelsen af gamle og forladte bygninger kan danne ramme om udviklingen af unikke og spændende kvarterer.

I New York er der flere eksempler på at forladte og nedslidte bygninger i mindre attraktive kvarterer bebos af kreative personer og mindre iværksættervirksomheder, der er flyttet ind i kvarteret på grund af billige huslejer.

Ejendomsinvestoren David Valents¹⁰ har spillet en vigtig rolle i at få kvarterer i New York, som SoHo og DUMBO, til at blomstre. DUMBO (Down Under the Manhattan Bridge Overpass) er pt. det hurtigst voksende kvarter i New York. Nye butikker, bygninger og virksomheder dukker hele tiden op.

David Valents opkøber boliger og pakhuse i mindre attraktive kvarterer i New York og udlejer bygningerne til en billig eller gratis husleje til kreative personer og mindre iværksættervirksomheder i en periode på 2-4 år. Kvartererne undergår ofte en forvandling til at blive blandt de mest mondæne og eftertragtede steder at bosætte sig for byens velhavende borgere. Udviklingen i SoHo, Williamsburg og DUMBO har desuden vist, at ejendomspriserne stiger markant i disse områder.

Udviklingen af nye attraktive miljøer omkring gamle industribygninger sker ikke kun i udlandet. Området omkring Strandlodsvej på Amager er ved at udvikle sig til Københavns nye mondæne gallerikvarter. Store, rå lokaler til en billig husleje er en væsentlig grund til, at mange af området gamle bygninger i dag huser billedkunstnere, teater- og filmfolk, fotografer og keramikere.

¹⁰ <http://www.dumbo-newyork.com>

Det er ikke let at opbygge bymiljøer, der giver atmosfære. Det afhænger først og fremmest af brugerne. Derfor foreslås det, at brugerne selv afgør hvad lokalerne skal bruges til. Det afgørende er, at huslejen er lav.

Gennemførelse

Kommunen nedsætter en arbejdsgruppe med repræsentanter fra Horsens Kommune, ejendomsinvestorer og andre kapitalstærke personer som ser et potentiale i at udnytte de gamle industribygninger til at opbygge nye bykvarterer.

Det anbefales, at Horsens Kommune tilknytter en ekstern konsulent til projektet, som får til ansvar at kortlægge udenlandske erfaringer og tage kontakt til potentielle investorer, kunstnere og iværksættere.

Finansiering

Det anbefales, at Horsens Kommune afsætter 0,5 millioner kr. til udvikling af ideen.

Tovholder

Horsens Kommune.

10 Faktablad: Welcome to Horsens

Der nedsættes en arbejdsgruppe som skal se nærmere på hvilke behov som udenlandske medborgere der opholder sig i Horsens gennem en kortere eller længere periode har.

Baggrund

Internationale borgere bliver en stadig større del af bybilledet i Horsens. Det er vigtigt, at byen gør en aktiv indsats for at skabe gode opholdsmuligheder for disse borgere som i kortere eller længere tid vil opholde sig i Horsens.

Byen skal skabe et miljø for udenlandske medarbejdere og studerende, så Horsens tager karakter af en international by med aktiviteter og liv efter butikkernes lukketid.

Det er vigtigt at byen fokuserer på et attraktivt bymiljø, som en forudsætning for en gunstig erhvervsudvikling i Horsens.

Globaliseringen har blandt andet følgende direkte effekt på Horsens:

- Når virksomheder i Horsens etablerer afdelinger i udlandet opstår et behov for at ledende medarbejdere fra de udenlandske afdelinger gennem kortere eller længere tid kommer på besøg i Horsens for at lære om moderselskabets virksomhedskultur, forretningsmodeller, for at se nye teknologier etc.
- Virksomhederne får besøg af kunder fra udlandet i kortere eller længere varighed
- Vitus Bering er den uddannelsesinstitution i Danmark, som har flest udenlandske studerende

At have udenlandske medarbejdere, kunder og studerende stiller krav til både virksomhederne, Vitus Bering og Horsens som by. De har i fællesskab en opgave med at skabe et positivt indtryk på de internationale borgere, som kommer til Horsens.

Flere virksomhedsledere i Horsens Kommune peger på, at der er behov for et bymiljø i Horsens, som imødekommer ovenstående gruppers behov for et spændende og attraktivt bymiljø. Det handler om at skabe et miljø, der beriger Horsens byliv, så byen tager karakter af en international by, hvor der er aktiviteter og liv efter butikkernes lukketid.

Gennemførelse

Der nedsættes en arbejdsgruppe med repræsentanter fra virksomheder, som trækker udenlandske medarbejdere til Horsens, Vitus Bering, Horsens kommune, Horsens Erhvervsråd, kulturudbydere i Horsens.

Arbejdsgruppen ser nærmere på de behov, som udenlandske medarbejdere og studerende har, når de flytter til en ny by. For eksempel behov for sprogundervisning, bolig, fritidsaktiviteter, kulturtilbud.

Arbejdet skal resultere i konkrete forslag til hvordan Horsens kan imødekomme internationale borgeres behov.

Finansiering

Horsens Kommune afsætter 35.000 kr. til arbejdet.

Arbejdsgruppen drøfter indhold og finansiering af de tiltag, som vil fremgå af behovsundersøgelsen. Det anbefales, at kommunen afsætter midler til at igangsætte tiltagene.

Tovholder

Horsens kommune