



MARITIM UTVECKLING I BOHUSLÄN

SLUTRAPPORT FAS 2 - EXTERN UTVÄRDERING
2021-06-29

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. Bakgrund.....	2
2. Uppdraget.....	2
3. Utvärderingens upplägg och genomförande.....	2
4. Projektlogik.....	3
5. Processen	4
6. Public Debate	5
7. Nyckelaktiviteter	6
8. Nyckelpersoner	8
<i>Vad anser partnergruppens och styrgruppens ledamöter?</i>	<i>8</i>
<i>Vad anser företagen?</i>	<i>13</i>
9. Nyckeltal.....	13
10. Sammanfattande analys och kommentarer	18
11. Rekommendationer inför nästa fas	21
12. Avslutande kommentarer.....	22

1. BAKGRUND

När MUB startade fanns det redan ett etablerat samarbete mellan kommunerna i norra Bohuslän inom ramen för Tillväxt Norra Bohuslän (TNB). Kommunerna som ingick i samarbetet från start var Lysekils kommun, Sotenäs kommun, Strömstads kommun och Tanums kommun. I samband med att den ursprungliga projektperioden (fas 1) avslutades gjordes en begäran om förlängning av projektet t.o.m. 2021-06-30. Under förlängningsperioden som benämns fas 2 i rapporten tillkom Munkedals och Orust kommun.

Under fas 1 finansierades projektet av Europeiska regionala utvecklingsfonden (ERUF) och Västra Götalandsregionen, de fyra kommunerna samt Göteborgs Universitet och under fas 2 av ERUF och Fyrbodals kommunalförbund, de sex kommunerna samt Göteborgs Universitet.

2. UPPDRAGET

Konsultens (Lena Blomberg, Ochstra AB) uppdrag var dels att löpande utvärdera projektet men också att skapa mervärde genom att agera bollplank till projektledaren och bidra till en professionell lärprocess. I uppdraget ingick även att medverka till att projektet styrde mot sina mål och skapade nytta hos målgrupperna. Den löpande utvärderingen skulle utgå från Tillväxtverkets riktlinjer samt beakta hållbarhetsaspekterna; miljö, mångfald och jämställdhet. Konsulten har tidigare gjort en slutrapport för den löpande utvärderingen avseende MUB fas 1.

3. UTVÄRDERINGENS UPPLÄGG OCH GENOMFÖRANDE

Utvärderingen (fas 2) pågick under tiden 2020-02-28 t.o.m. 2021-06-30 och har omfattat totalt 82 timmars arbete. För att samla in relevant underlag har följande metoder använts:

DOKUMENTSTUDIER

Ansökan, minnesanteckningar från styrgrupps- och partnergruppsmöten, Coachrapporter (Preactly AB) och utvärderingsrapporter avseende affärscoachningsinsatserna (Handels Consulting AB samt Linus Brunnström, Göteborgs universitet).

Dokumenterade resultat har analyserats för att undersöka om projektet haft rätt förutsättningar för att nå sina mål, om projektets verksamhet har skett i enlighet med ansökan och om aktiviteterna bidragit till ett utfall som möjliggjort att delmål, projektmål och indikatormål har kunnat uppnås.

KOMMUNIKATION

Projektens externa kommunikation via företagsarenor.se, har analyserats med avseende på hur projektens aktiviteter och resultat har spridits till målgruppen och det omgivande samhället.

DELTAGANDE I MÖTEN

Möten med projektledaren

Dialog med projektledaren har skett löpande under projektperioden via Teams (8 tillfällen). Inga fysiska möten p.g.a. Covid-19.

Deltagande i Styrgruppsmöten

Utvärderaren har deltagit via Teams på styrgruppens möte vid ett tillfälle (2021-02-04) för att presentera en delrapport avseende den löpande utvärderingens resultat och rekommendationer.

Deltagande vid Partnergruppens möten

Vid 6 tillfällen har utvärderaren deltagit vid partnergruppens möten. Samtliga har genomförts via Teams. Resultat från den löpande utvärderingen har presenterats vid två tillfällen. Utvärderaren deltog även på en framtidsworkshop.

Deltagande vid avslutningsmöte med politiker

Utvärderaren har presenterat sin rapport vid avslutningsmötet 2021-06-18

ENKÄTER OCH INTERVJUER

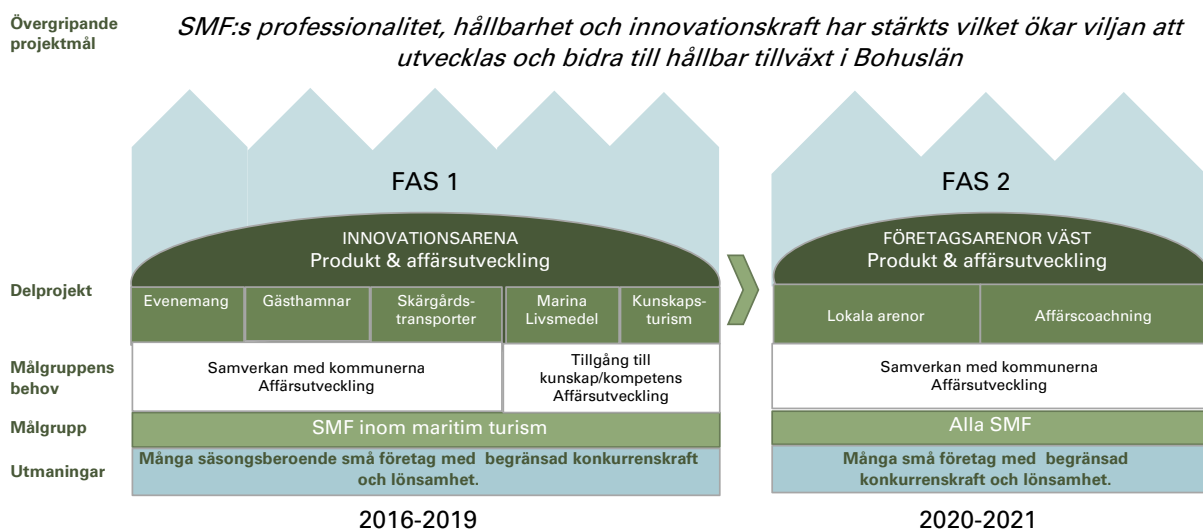
Utvärderaren har genomfört en enkätstudie riktad till partnergruppen respektive styrgruppen.

Utvärderaren har även tagit del av enkätundersökningar och intervjuer som genomförts av: Coachkonsulten Preactly och Handels Consulting samt en övergripande rapport avseende affärscoachningen sammanställd av Linus Brunnström vid Göteborgs universitet.

4. PROJEKTLOGIK

Den ursprungliga MUB ansökan (fas 1) grundade sig bl.a. på förstudier som genomfördes i samverkan med det Maritima klustret och intervjuer för att identifiera behoven hos de små och medelstora maritima företagen. Projektet låg i linje med Västra Götalandsregionens maritima strategi, Maritima näringslivsstrategin för Norra Bohuslän, Strategin för ett enat Bohuslän, Nationell strategi för svensk besöksnäring samt den Nationella maritima strategin.

Insikten om möjligheten i ett stärkt samspel mellan kommunerna och företagen och potentialen i den kunskap som forskningen kan bidra med var viktiga utgångspunkter i projektet.



Målgruppen var nya och befintliga små och medelstora företag verksamma i Norra Bohuslän inom den maritima sektorn där man inkluderade turism, skärgårdstrafik och marina livsmedel.

Den stora utmaningen var att det fanns ett stort antal säsongsberoende små företag med begränsad konkurrenskraft och låg lönsamhet.

Tyngdpunkten i projektets vision var att utveckla "ett hållbart näringsliv kring maritima innovationer med en nationell och internationell konkurrenskraft".

Det övergripande projektmålet var därför att:

- stärka små och medelstora företags professionalitet, hållbarhet och innovationskraft genom att ge tydliga förutsättningar och nya verktyg
- bidra till nytänkande runt partnerskap och affärsmodeller och produktutveckling
- skapa mötesplatser för företag, forskare och offentliga organisationer för att bidra till utveckling och konkurrenskraft

För att möta identifierade behov skapades ett antal delpojekt med fokus på

- Maritima upplevelser (Evenemangsstrategi, Kunskapsturism)
- Gästhamnar
- Skärgårdstransporter
- Marina Livsmedel
- Innovationsarenan

Utvidgningen av projektet 2020-202106 (fas 2) fokuserades på att utveckla den i ansökan benämnda "Innovationsarenan". Det inkluderade att skapa

- ett gemensamt varumärke
- en digital arena
- lokala företagsarenor
- samt att genomföra ett mer omfattande affärscoachtest.

Man valde att öppna upp de lokala företagsarenorna och affärscoachningen för alla typer av små och medelstora företag som hade sitt säte kommunerna som ingick i partnerskapet. Argumentet att inte längre fokusera på maritima företag var att man antog att det skulle fungera bättre på längre sikt om man inkluderade alla företag.

HÅLLBARHETSASPEKTER

Det övergripande projekt målet har varit att: "SMF:s professionalitet, hållbarhet och innovationskraft har stärkts vilket ökar viljan att utvecklas och bidra till hållbar tillväxt i Bohuslän"

Under fas 1 var hållbarhetsaspekterna till viss del naturligt integrerade då flera av delprojekten hade miljöutmaningar eftersom den marina miljön exponeras för många olika typer av hot. Miljöfrågorna uppmärksammades bl.a. i Gästhamnsprojektet när det blev tydligt att det inte fanns några hamnar som var miljöcertifierade. I Marina Livsmedel var ambitionen att hitta nya marina råvaror och utveckla innovativa metoder för både odling och förädling, inte minst genom samarbetet med Scary Seafood. Även behovet av ökad kunskap om hur man kan arbeta med att minska svinnet i restaurangnäringen väcktes. Den växande medvetenheten om klimathotet kommer att, och har redan påverkat konsumtionsmönstret på många olika sätt. Detta inkluderar givetvis i hur framtidens turister kommer att välja sina besöksmål.

En annan ambition när det gäller att bidra till ökad hållbarhet har varit att skapa jämställda seminarier och workshops genom att medvetet formulera sig så att man skapar intresse hos både män och kvinnor.

5. PROCESSEN

VEM/VILKA KAN TA VID DÄR PROJEKTET SLUTAR

MUB initierades av parterna inom ramen för ett befintligt samarbete (Tillväxt Norra Bohuslän) mellan kommunerna i norra Bohuslän. Målsättningen har varit att utveckla en samarbetsform som kan stärka, utveckla och underlätta kommunernas arbete med näringslivsutveckling med syfte att kunna erbjuda små och medelstora företag ett behovsanpassat utbud av insatser som gagnar tillväxten i regionen. Det har funnits en vilja under projektet att fortsätta samarbetet även efter projektavslut. I dagsläget finns en preliminär plan för hur detta ska fungera.

KOPPLINGAR TILL REGIONALA PLANER OCH STRATEGIER

Vid start låg MUB i linje med VG 2020, Strategi för tillväxt och utveckling i Västra Götaland 2014-2020. MUB 2.0 möter även RUS 2021-2030 när det gäller att främja nyföretagande, företagsetableringar och bidra till ökad konkurrenskraft och förändringsförmåga i små och medelstora företag.

KOPPLINGAR TILL ANDRA EU INSTRUMENT

MUB 1.0 hade tydliga kopplingar mot andra maritima projekt som hade stöd från EU som t.ex. Programmet Leader Bohuskust och gränsbygd samt andra projekt som t.ex. Urban Platsinnovation (Interreg). MUB 2.0 har däremot ingen tydlig koppling till andra EU instrument.

NYA OCH INNOVATIVA METODER INOM PROJEKTET

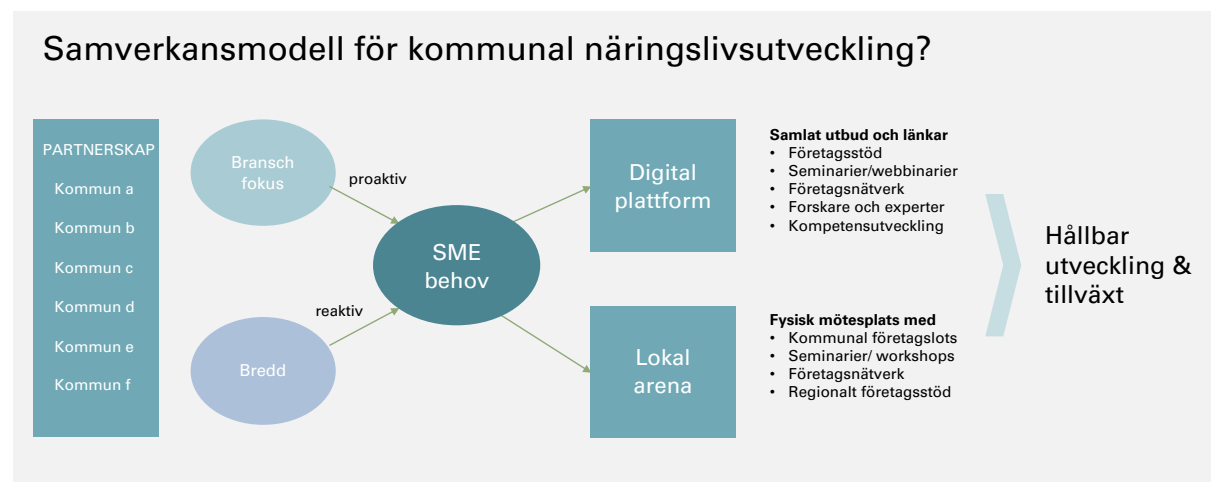
Redan under fas 1 av MUB utvecklades en metod som skulle kunna paketeras och användas i andra sammanhang. Metoden bygger på nära och konkret samverkan mellan flera närliggande kommuner och bestod av två interagerande delprocesser:

- **Proaktiv process** för att främja utvecklingsvilja hos entreprenörer inom utvalda delbranscher. Denna del bygger på analys av behov och nya möjligheter, workshops med företag samt att katalysera nätverk med fokus på de frågor som medlemmarna prioriterat.

- En **innovationsstödsprocess** i samverkan mellan kommunerna som ger företagen tillgång till ett mer professionellt stöd med bredare utbud av kompetenser och infrastruktur än vad en enskild kommun kan erbjuda.

I fas 2 av projektet har fokus legat på att förstärka innovationsstödsprocessen ytterligare och bredda den till små och medelstora företag, oavsett branschtillhörighet, genom att skapa:

- En **gemensam digital plattform** för att synliggöra samverkan och tillgängliggöra utbudet av innovations/företagsstöd.
- **Lokala fysiska företagsarenor** med mötesplatser för seminarier och nätverk, lokal tillgång till kommunal företagslots och regionalt innovations/företagsstöd samt lotsning till experter, forskare och testmiljöer.



6. PUBLIC DEBATE

STYRGRUPPENS ROLL I KOMMUNIKATIONEN

När TNB som initialt utgjorde styrgrupp för MUB avslutades under fas 1 fanns det behov av att skapa en ny styrgrupp för projektet under fas 2. Den nya styrgruppen bestod av:

- Michael Johansson, Avdelningschef för Hållbar utveckling, Lysekils kommun
- Anna Lärk – Ståhlberg, Teamchef Samhällsutveckling, Fyrbodals Kommunalförbund

Detta gav förutsättningar att synliggöra parternas behov, möjligheter och utveckling när det gäller företagsutveckling för Fyrbodals. Samtidigt kunde man dra nytta av erfarenheter i andra projekt men också synliggöra MUB projektet för andra kommuner inom Fyrbodals. Genom Fyrbodals kontakter med Västra Götalandsregionen (VGR) gavs också möjligheter till ökad kännedom inom VGR.

PARTNERGRUPPENS ROLL I KOMMUNIKATIONEN

Partnersgruppens roll är central när det gäller att sprida information om projektet till kommunledning och politiker. Inom Partnergruppen sker också löpande erfarenhetsöverföring och lärande mellan parterna. Via näringslivsutvecklarna kommuniceras även projektets erbjudande om stödsatser till företagen i kommunerna dels genom dialog men också via informationsmaterial samt länkar i nyhetsbrev på kommunernas hemsidor och i sociala media.

FORETAGSARENOR.SE

Den digitala arenan: www.foretagsarenor.se är central i kommunikationen till målgruppen. Den synliggör samarbetet mellan kommunerna och utbudet av aktiviteter och stöd som riktas till företagen. Den digitala arenan är också ett sätt att synliggöra samarbetsmodellen för andra kommuner i Fyrbodals och i övriga landet.

7. NYCKELAKTIVITETER

FÖRETAGSARENOR VÄST – EN GEMENSAM VARUMÄRKESPLATTFORM



En viktig del i samverkan var att ta fram en gemensam varumärkesplattform. Med bl.a. en gemensam vision och mission samt logga:

Vision

En samverkansplattform för företag, kommuner, forskare och offentlig sektor. Att vara en del av "Företagsarenor Väst" innebär att man är en lokal mötesplats med affärscoachning, kompetensutveckling och en direkt väg till de kommunala funktionerna. Dessutom kanaliserar man kontakt med regionala testsiter, det regionala företagsfrämjandet och forskarvärlden.

Mission

Tillväxt på hemmaplan!

Några av kommunerna hade redan lokala företagsarenor med etablerade varumärken som t.ex. Symbioscenter i Sotenäs. Formuleringen "att vara en del av" och att fortsatt kunna kommunicera sitt eget varumärke var därför viktigt.

FÖRETAGSARENOR.SE – EN GEMENSAM DIGITAL ARENA

Varumärkesplattformen var grunden för utvecklingen av den digitala plattformen "foretagsarenor.se" där samverkan mellan kommunerna och de lokala företagsarenorna synliggörs.

Den digitala arenan är en viktig del i att förstärka kommunikationen ut till målgruppen och visa på de möjligheter som partnerskapet öppnar upp för företagen.

Fyrbodals initiativ E-chain och B-chain samlar alla regionala aktörer som stödjer ökat entreprenörskap, intraprenörskap och nyföretagande samt erbjuder affärs- och företagsutveckling, etableringsstöd och finansiering till både nya och befintliga företag.

Genom Fyrbodals s.k. Superteamsträffar där både stödaktörerna (E-chain och B-chain) samt kommunernas näringslivsutvecklare deltar fick MUB tillfälle att informera om Företagsarenor Väst. Intresset från stödaktörerna växte och initiativet "Bemanna Bohuslän" tog form. Syftet var att synliggöra stödaktörerna för företagen i Bohuslän samt utveckla kontakterna mellan de regionala stödaktörerna och kommunernas näringslivsutvecklare.

På den digitala plattformen finns idag länkar till flertalet stödaktörer. De har också möjlighet att lägga upp seminarier i kalendariet som arrangeras i samverkan med en värdkommun inom MUB.

Tanken är också att de lokala arenorna (se nedan) ska bemannas av stödaktörer enligt ett rullande schema (1-2 dagar per vecka) så att företagen kan boka rådgivningsmöten som genomförs fysiskt o/e digitalt.

LOKALA FÖRETAGSARENOR

Nuläget när det gäller de lokala företagsarenorna sammanfattas av nedanstående tabell. Fyra av kommunerna har idag en lokal arena med en fysisk mötesplats. Tre av dessa är kopplade till ett företagshotell.

Kommun	Lokal arena/fysisk mötesplats	Företagshotell kopplat till arena
Lysekil	Företagsarena Lysekil	Ja
Munkedal	Nej	Nej
Orust	Under utredning	Under utredning

Sotenäs	Sotenäs symbioscenter	Ja
Strömstad	Utvecklingsarena Strömstad	Nej
Tanum	Företagsarena Tanum	Ja

Tre av arenorna med en tydlig marin profil har också en etablerad koppling till FoU aktörer;

- Strömstad; Tjärnö marina laboratorium, GU
- Lysekil; Kristinebergs marina forskningsstation
- Sotenäs; Sotenäs symbioscenter

WEBBINARIER

Totalt har 9 webinarier genomförts av lokala arenor där även deltagare från andra kommuner var välkomna. 294 personer anmälde sig totalt.

Pandemin bidrog till ett ökat behov av att lära mer om E-handel och marknadsföring i sociala medier.

Sex av seminarierna inriktades därför på dessa teman.

När det gäller jämställdhet var det kvinnorna som dominerade bland deltagarna. På 7 av webinarerna var snittet relativt lika – 77% kvinnor och 23% män. Men på seminariet som handlade om makroekonomi var det annorlunda – 44% kvinnor och 56% män.

AFFÄRS COACHNING

Affärscoachningen genomfördes i form av sju sprinter: Sprint 0 genomfördes av coachningsföretag SUMO Business Development AB och sprint 1-6 av Preactly AB. Sprinterna varade i snitt 2,5 månader. Endast sprint 1 genomfördes före Covid-19 pandemin vilket innebär att det var möjligt att genomföra vissa träffar fysiskt. Fr.o.m. sprint 1 var det enbart digitala träffar.

Sprinter	Start	Slut	Antal företag
Sprint 0	2019-04-01	2019-06-15	27
Sprint 1	2020-04-15	2020-06-30	21
Sprint 2	2020-05-15	2020-08-15	15
Sprint 3	2020-09-01	2020-11-15	17
Sprint 4	2020-11-01	2021-01-15	18
Sprint 5	2021-01-15	2021-04-09	13
Sprint 6	2021-03-23	2021-06-xx	3
			114

Sprinterna startade med en gruppträff med ca 5-10 deltagare. Vid detta tillfälle deltog även näringslivsutvecklare från kommunerna. Företagen informerades om projektet, vad coachning innebär och vad skillnaden mellan rådgivning och coachning är. Deltagarna fick också möjlighet att berätta om sitt företag och hur nuläget såg ut.

Därefter matchades företagen med lämplig coach och under de enskilda träffarna (3-5 stycken) ställde coachen frågor (enligt NÖHRA-modellen) för att utforska deltagarens och deras företags nuläge samt önskat framtida målläge. Viktigt var att företagaren själv fick komma till insikt om vad som behöver göras för att nå det önskade läget. Till sin hjälp hade företagaren även ett digitalt verktyg.

Resultat från de digitala testerna visar bl.a. på att **måltydlighet** och **hanterbar arbetsmängd** är det som flest deltagare prioriterar.

Under de första sprinterna fanns det en bild hos flera av deltagarna att affärscoachning är detsamma som rådgivning. Därför tog man fram ett informationsmaterial som skulle förtydliga vad man kan förvänta sig av affärscoachning men också ett digitalt test där företagaren kunde testa om coachning skulle kunna passa i det läget man befann sig i.

Man tog även fram korta coachande filmer för att hjälpa företagare att reflektera över och själv arbeta med måltydlighet och sin arbetssituation. Test och filmer publicerades på foretagsarenor.se.

Eftersom Covid-19 pandemin innebar en väldigt speciell situation för företagen togs även en lägestrappa fram för att skapa en bild av hur pressat det enskilda företaget var. Deltagarna fick placera företaget på något av följande steg i trappan.

- Akut läge
- Ej akut läge
- Kommande kris
- Normalt läge
- Ökad efterfrågan

Enligt Preactly var företagen relativt jämnt utspridda i trappan.

Företagen efterlyste fler möten i grupp för att lära känna och ta del av erfarenheter från andra företag. I slutet av projektet gavs därför möjlighet att starta upp nischade nätverk. Från de första tre sprinterna anmälde sig 13 företag och två nätverk fick handledning för att starta upp.

HUR AKTIVITETERNA HAR BIDRAGIT TILL ATT UPPNÅ PROJEKTETS MÅL

I tabellen nedan finns en sammanställning av hur de olika aktiviteterna har bidragit till att uppnå projektets mål under MUB fas 2.

Mål	Affärscoachning	Företagsarenor.se	Lokala företagsarenor
Att stärka SME-företagens professionalitet, hållbarhet och innovationskraft genom att ge tydliga förutsättningar och nya verktyg.	• Nya verktyg • Nya insikter • Nya nätverk	• Information om/tillgång till: kommunala företagslotsar innovationsstöd, testmiljöer, experter och seminarier m.m.	• Lokal mötesplats • Företagsnätverk • Kompetensutveckling • Lokal tillgång till regionalt innovationsstöd
Att innovationsarenan ska bidra till nytänkande runt partnerskap och affärs- produktutveckling	• Nya nätverk	• Bredare utbud av stödaktörer och kunskapshöjande aktiviteter • Info om maritima nätverk	• Mötesplats för företagsnätverk • Digitala möten- fler kan delta • Möten med företag från andra kommuner
Att skapa mötesplatser där företag, forskare och offentliga organisationer kan mötas för att inspirera och inspireras till maritima utvecklingsarbete som ger ny kunskap, stärker företagets konkurrenskraft samt ökar viljan att utvecklas och bidrar till hållbar tillväxt i Bohuslän.	Samtliga aktiviteter bidrar till att uppfylla detta mål. Se ovan		

Om man sammanfattar tabellen har aktiviteterna bidragit till att uppfylla målen genom att möjliggöra företagets tillgång till:

- Nya verktyg
- Nätverk – nya och befintliga, interregionala
- Breddat utbud av kompetenshöjande aktiviteter
- Lokal tillgång till regionalt företagsstöd
- Lokala fysiska mötesplatser
- Digitala mötesalternativ

8. NYCKELPERSONER

VAD ANSER PARTNERGRUPPENS OCH STYRGRUPPENS LEDAMÖTER?

En enkätstudie riktad till näringslivsutvecklare i Partnergruppen och ledamöter i Styrgruppen genomfördes under våren 2021. Samtliga ledamöter besvarade enkäten.

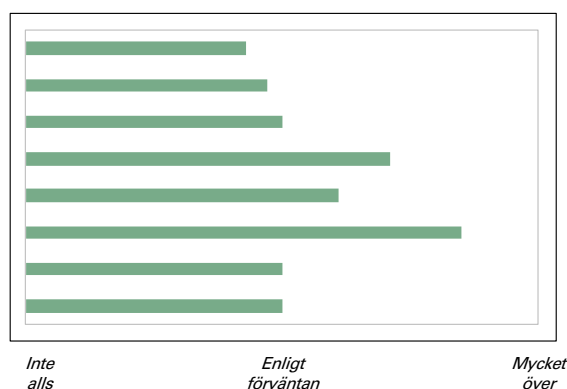
Namn	Titel	Organisation
<i>Partnergrupp</i>		
Renée Daun	Näringslivsutvecklare	Lysekils kommun
Clas Hedlund	Näringslivsutvecklare	Munkedals kommun
Ronny Svensson	Näringslivsutvecklare	Orust kommun

Ingela Skärström	Marin näringslivsutvecklare	Strömstads kommun
Micael Gustafsson	Näringslivsutvecklare	Sotenäs kommun
Elenor Olofsson	Näringslivsutvecklare	Tanums kommun
<i>Styrgrupp</i>		
Michael Johansson	Avdelningschef för Hållbar utveckling	Lysekils kommun
Anna Lärk – Ståhlberg	Teamchef Samhällsutveckling	Fyrbodals Kommunalförbund

Nedan finns en sammanställning av frågor och svar:

Till vilken grad (%) anser du att utfallet av affärscoachningen har motsvarat dina förväntningar?

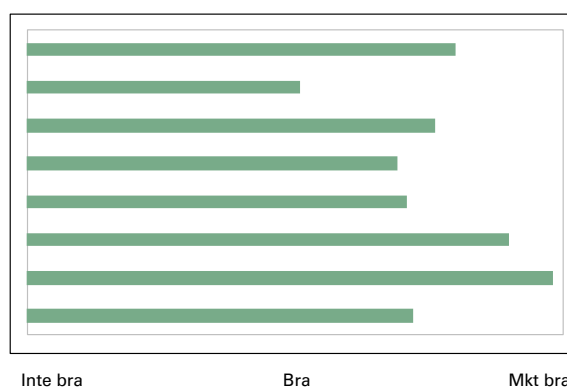
En klar majoritet av ledamöterna anser att utfallet av affärscoachningen har motsvarat deras förväntningar varav tre anser att det har överträffat förväntningarna.



Enkät svar från NLU i partnergrupp (6) och ledamöter styrgrupp (2)

Vad anser du om utformningen av den digitala plattformen Företagsarenor Väst?

Samtliga ledamöter anser att utformningen av den digitala plattformen är bra /mycket bra.

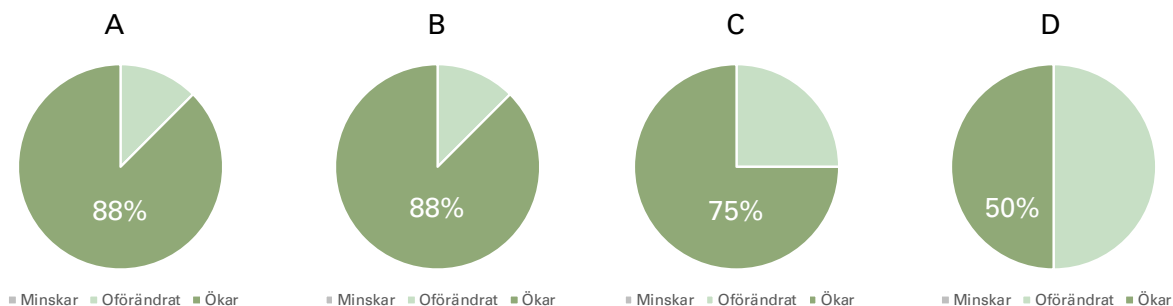


Enkät svar från NLU i partnergrupp (6) och ledamöter styrgrupp (2)

Hur tror du att den digitala plattformen på sikt kommer att påverka:

- A. Antal företag som kontaktar kommunernas näringslivsutvecklare
- B. Antal företag som delar event arrangerade av lokala företagsarenor
- C. Företagens tillgång till regionalt innovationsstöd
- D. Företagens kontakter med experter och forskare

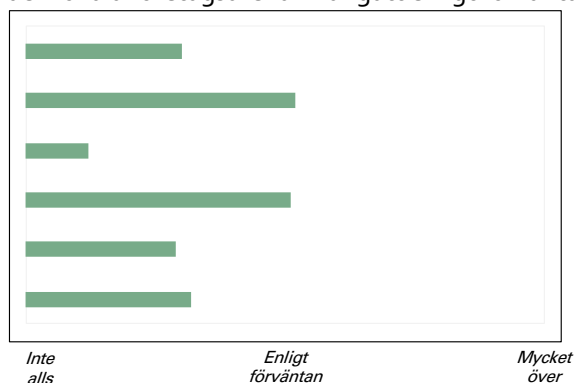
88-50% tror att den digitala plattformen kommer att bidra till en ökning avseende samtliga ovanstående punkter. Resterande tror inte att den digitala plattformen kommer att påverka. Men det finns ingen som anser att den kommer att bidra till en minskning.



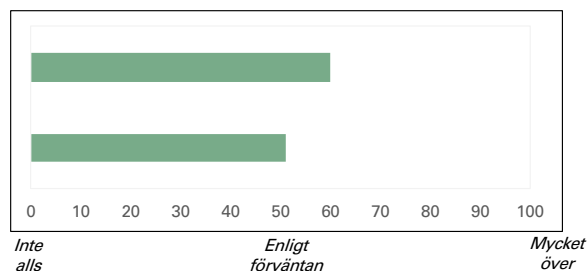
Enkät svar från NLU i partnergrupp (6) och ledamöter styrgrupp (2)

Har utvecklingen av lokala företagsarenor gått i den takt som du förväntade dig?

Endast två av sex näringslivsutvecklare medan båda ledamöterna i styrgruppen anser att utvecklingen av den lokala företagsarenan har gått enligt förväntan.



NLU – partnergrupp
Företagsarenan i din kommun



Styrgrupp
Företagsarenorna i kommunerna som ingår i projektet

I vilken fas befinner sig den lokala företagsarenan i din kommun?

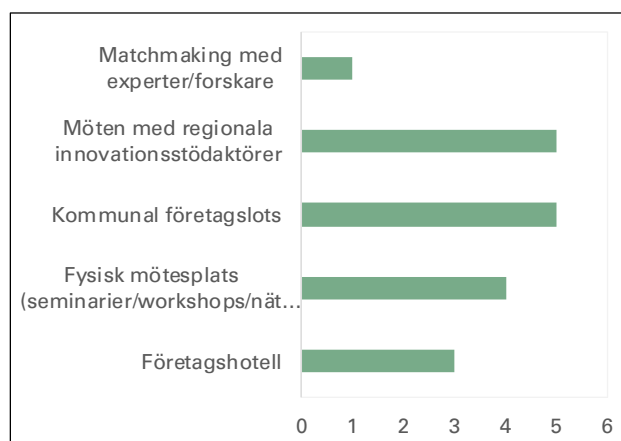
Denna fråga ställdes enbart till näringslivsutvecklarna (6)

- Fas 1 Politiken har informerats (2 kommuner)
- Fas 2 Ärendet förbereds för beslut (1 kommun)
- Fas 3 Politiken har fattat beslut att utveckla/medfinansiera en lokal företagsarena (2 kommuner)

En av ledamöterna har angivit svaret "vet ej".

Vilka av följande tjänster erbjuds inom ramen för den lokala företagsarenan idag?

- A. Företagshotell
- B. Fysisk mötesplats
- C. Kommunal företagslots
- D. Möten med regionala innovationsstödaktörer
- E. Matchmaking med experter/forskare



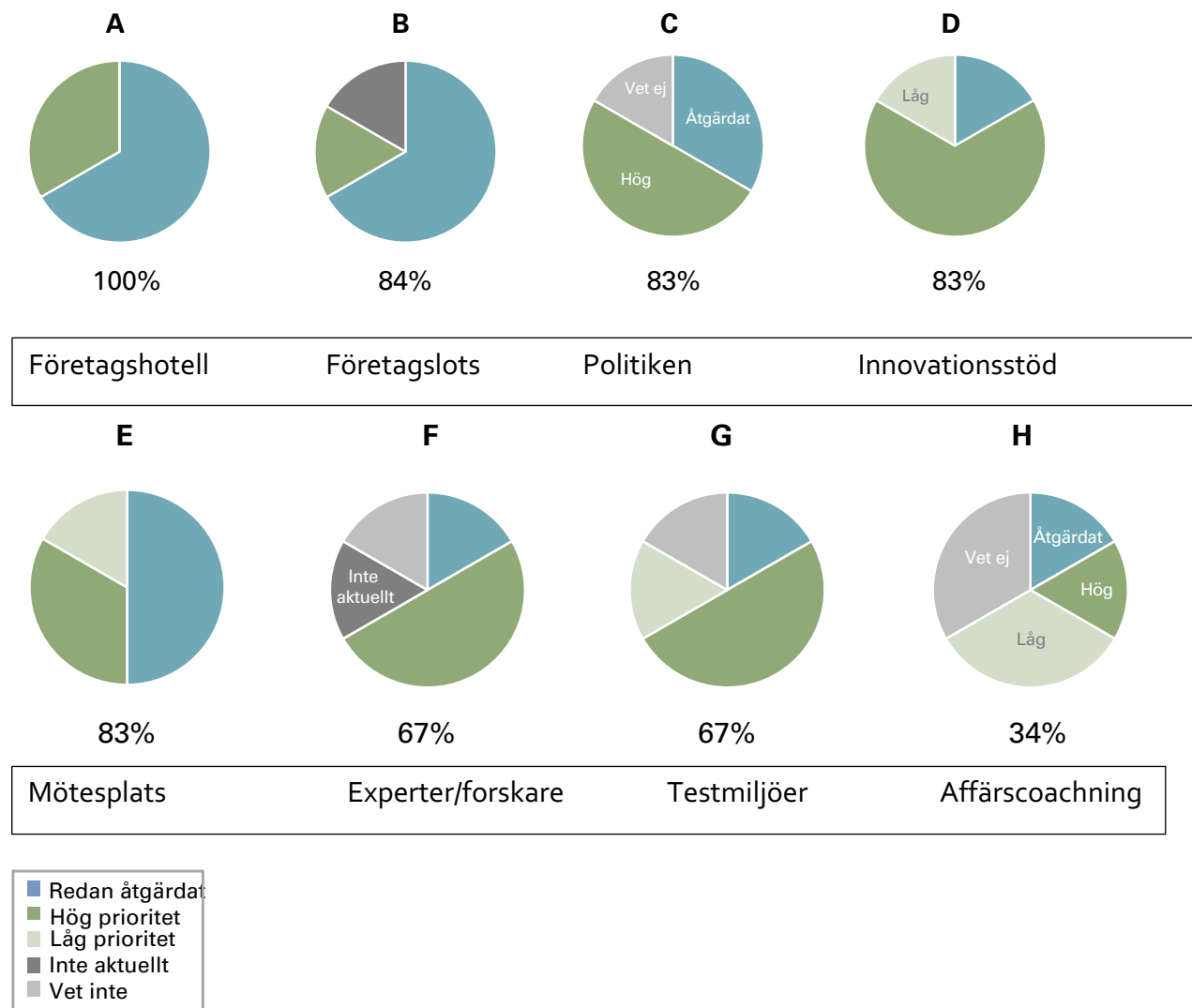
Enkät svar från NLU i partnergrupp (6)

Vad anser du är viktigast att prioritera när det gäller fortsatt utveckling av den lokala företagsarenan i din kommun året efter projektavslut?

- A. Skapa/etablera ett företagshotell
- B. Tydliggöra/etablera funktionen "Kommunal företagslots" på arenan
- C. Att politiken fattar beslut om att skapa en lokal företagsarena
- D. Etablera företagsarenan som en naturlig plats för möten mellan företag och regionala innovationsstödaktörer
- E. Skapa en fysisk/digital mötesplats för seminarier/workshops
- F. Skapa/etablera en lotsfunktion till experter och forskare för företagen
- G. Förenkla tillgången till testmiljöer i den egna och andra kommuner för företagen
- H. Affärscoachning för små och medelstora företag

I nedanstående diagram visas svaren på ovanstående delfrågor (A-H). Där framgår bl.a. att 100% anser att företagshotell är en viktig komponent i en företagsarena men endast 34% anser att affärscoachning är en viktig fråga det kommande året.

Angivna procenttal (%) i nedanstående diagram = hög prioritet+redan åtgärdat



Vad anser partnergruppen om samarbetet?

- 100% anser att samarbetsklimatet i partnergruppen under MUB 2.0 har varit mycket bra.
 - 100% anser att de har fått utrymme att uttrycka sina åsikter under möten i partnergruppen under MUB 2.0
 - 100% anser att deras samarbete med andra näringslivsutvecklare inom partnerskapet har ökat under MUB 2.0

Vad tycker du är de viktigaste effekterna av MUB 2.0 i din kommun?

- Samverkan som tagit oss flera steg framåt i utvecklingen, testerna av affärscoacher, de gemensamma webinarier och den gemensamma webben, att vi kommit en bit på väg i vårt lokala arbete att skapa ett företagscenter.
- Att vi har fått med oss det regionala stödsystemet på vår idé och att vi fick testa affärscoachning ytterligare
- Allt! Åstadkommit mycket! Skapat effekter på regional nivå, inte bara lokalt. Inte minst skapat en förändring i hela stödsystemet på regional nivå. Hög närvaro och delaktighet av företag, grundligt förankrat med näringslivet vad deras behov är, på så vis mött upp med bra insatser. Ökat vårt samarbete i norra Bohuslän och svetsat samman oss till att samarbeta ännu mer i fler

aspekter. Verkligen ett lyckat projekt. Bra med förlängningen av projektet, det har krävts tid att få flera bitar på plats. På så vis har vi lyckats nå långsiktiga resultat

- *Att alltid kunna ge befintliga företag en modell för att ta reda på vad de verkligen behöver ta tag i*
- *Att vi kunnat erbjuda små och medelstora företag ett bra utbud av stödinsatser i form av digitala föreläsningar samt affärscoachning i en tid av pandemi*
- *Att vi fortsätter och till och med förhoppningsvis ökar samarbetet med våra grannkommuner. Att det blir lättare för företagen att hitta information, inspiration och kanske hjälp när de behöver och att vi kan hjälpas åt över kommungränserna för företagens bästa. Att digitala mötesplatserna har visat sig så bra och effektivt och kan fortsätta vara ett bra komplement till de fysiska mötena som är så viktiga för att skapa nya idéer*

Vad tycker styrgruppen är de viktigaste effekterna av MUB 2.0?

- *Att kommunerna har stärkt sin samverkan inom näringslivsarbetet*
- *Att de driver företagsarenorna effektivt genom gemensamma aktiviteter.*
- *Att kvalitén på den lokala arenan har ökat.*
- *Att företagsfrämjande aktörer lättare kan nå ut till företagen på Bohuskusten.*
- *Samarbetet mellan parterna och att man drar lärdomar av varandras olika inriktning/lösningar*

VAD ANSER FÖRETAGEN?

Affärscoachningen har utvärderats i flera steg efter sprinterna, både av coachföretaget och av Handels Consulting.

Linus Brunnström har slutligen analyserat samtliga intervjuer och enkäter:

- transkriberade intervjuer med ca 10 grundare per sprint (ca 50% av deltagarna på de första sex sprinterna)
- långtidsintervjuer från sprint 0 och 1
- enkätundersökningar från de sex första sprinterna (svarsfrekvens 41%)

Brunnströms rapport (*Resultatrapport för Maritim Utveckling i Bohuslän 2.0*) visar att

- En övervägande majoritet av alla deltagare på sprinterna har varit nöjda med coachningen. En del har till och med varit väldigt nöjda och har inte velat ändra på något i upplägg eller planering.
- Vissa av deltagare ville dock se en mer traditionell rådgivning kring konkreta frågor
- Ett återkommande klagomål handlade om coachens bristande branschkompetens. En coachande roll innebär dock inte att man måste ha en affärsmässig kompetens inom samma bransch som företagaren.
- Metodiken gav insikter som bidrog till att deltagarna kunde sätta tydligare mål för den verksamhet de bedrev men också hantera den egna arbetsbelastningen bättre.
- En annan viktig del i sprinterna var att deltagarna fick träffa varandra. Några efterlyste mer gruppträffar än enskilda coachningstillfällen. I intervjuerna framgår det tydligt att nyttan av att etablera nya kontakter och få konkreta råd var viktigt.
- Företagarna angav att de hade en betalningsvilja på ca 500 kr/timme för en coach vilket är betydligt under rådande marknadspris. Trots detta har flera av företagen från sprint 0 och 1 anlitat en coach efter att sprinterna var avslutade
- Företagarna skattar att coachningen haft en stor affärsmässig inverkan på deras verksamheter och ännu större på deras personliga utveckling

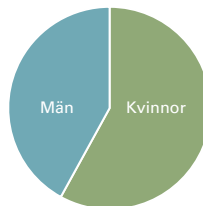
9. NYCKELTAL

SPRINTER & AFFÄRSCOACHNING

Målsättningen var att det i Varje sprint skulle delta 20-30 företag eller 120-150 företag totalt. Utfallet blev 114 företag med något varierande deltagarantal i de olika sprinterna. Framför allt i den sista sprinten – där endast 3 företag deltog. Varför antalet deltagande företag minskade finns det inte något tydligt svar på. Tänkbara förklaringar kan ha varit en mättnad när det gäller relevanta och intresserade företag, pandemins effekter eller fokus på återhämtning och ökad försäljning inför sommaren?

Sprint	Antal företag
0	27
1	21
2	15
3	17
4	18
5	13
6	3

Både kvinnor och män är väl representerade bland deltagarna även om en knapp majoritet är kvinnor (58%)



Företagen som deltog kom från en stor bredd av olika branscher som illustreras väl i Linus Brunnströms bild nedan.



De branscher som var mest representerade var:

- Butikshandel
- Tillverkning
- Partihandel
- Konsultverksamhet
- Restaurang och hotellverksamhet
- Specialiserad verksamhet som t.ex. fiskodling, båtar, drift, saltvattenfiske, bearbetning samt blötdjur

Spridning avseende företagens ålder och storlek

- De flesta är små och relativt nystartade. Företagen var i snitt 11 år gamla
- Omsättningen 2020 var ca 750 000 kr (största ca 75 Mkr)
- Antal anställda 2020 var ca 2 (största hade ca 35 anställda)

Effekter av coachningen

Som nämnts tidigare var företagen generellt nöjda med coachningen och ansåg att den resulterat i direkta positiva effekter på deras företag.

Under intervjuer med 48 av bolagen ställdes frågan om man hade gjort nyanställningar som en direkt effekt av coachningen. Nedan följer några citat för att illustrera olika situationer:

"Ja, eller rättare sagt, men framförallt säkrare anställning. Stabilare. Det är svårt med säsongarbete. Det har gjort att man behöver konstant mer folk." – Deltagare A Sprint o

"Kanske inte kopplat direkt till coachningen, men definitivt att vi varit starkare i vad vi gör. Hjälp att utvecklas. Skrivit om affärsplan lite mer konkret. Nu har vi vuxit och har en VD osv. Det är ju en del av coachningen liksom. En kompott av allt liksom." – Deltagare B Sprint o

"Som läget är just nu sliter vi för att behålla de anställda vi har." – Deltagare A Sprint o

"Både ja och nej, haft folk som slutat också. Vi har blivit något fler sedan coachningen, vi var 4 och blev 5. Vi har fått upp ögonen för fler liksom. Vi behövs." – Deltagare A Sprint o

"Absolut! Chansen hade ju varit större om det fanns på plats än att röra sig till tex Göteborg. Det är för långt, då går det bort." – Deltagare A Sprint o

Liknande svar förkommer också i de andra sprinterna men inte lika ofta. Eventuellt kan det bero på Att sprint o och intervjuer genomfördes före Covid-19 pandemin.

"Det har den gjort. Vi har anställt flera men vill anställa ännu fler. Detta kommer förstås kosta men det var coachen väldigt tydlig med att saker skulle kosta i början. Man kan inte göra allt själv utan man behöver ibland ta kostnaden och lita på att det kommer betala tillbaka på sikt." – Deltagare A Sprint 3

Brunnström har gjort ett estimat av hur många som anställts till följd av pandemin (se tabellen nedan från Brunnströms rapport):

Tabell 4 Estimat på hur många nyanställningar till följd av coachningen

Sprint	Antal ftg	Antal intervjuer	Antal ftg som anställt	Genomsnitt urval	Populationsestimat
0	27	10	2	$\bar{X} = \sum x / n$ $t = N\bar{x}$	
1	21	8	1		
2	15	10	0		
3	17	10	1		
4	18	10	2		
5	13	0	0		
6	3	0	0		
Totalt	114	48	6	0,125	14,25

Estimatet bygger på genomsnittet ($\bar{X}$) i de intervjuade företagen ($n=48$) som fås genom att addera samtliga nyanställda i de intervjuade företagen och dela med antalet intervjuade, vilket sen multipliceras med den totala populationen ($N=114$). Brunnström anser att om något så är estimatet i underkant då inga intervjuer gjorts med deltagare i sprint 5 och 6. Han menar dock att man bör notera att ev. nyanställningar kanske inte har hunnit göras då dessa sprinter avslutades innan rapporten skrevs.

Hur pandemin påverkat företagen

Genom intervjuerna och långtidsintervjuerna får man en balanserad bild av hur pandemin har påverkat företagen:

- Ca 1/3 har påverkats negativt t.ex. avskedat anställda eller dragit ner verksamheten på andra sätt
- Ca 1/3 är opåverkade
- Ca 1/3 har påverkats positivt och ökat sin försäljning. T.ex. e-handelsföretag

WEBBINARIER

Målsättningen för MUB under fas 2 var att starta upp fysiska mötesplatser på de lokala arenorna med en serie seminarier och workshops. Men – under våren 2020 avstannade seminarieverksamheten snabbt på grund av pandemin. Först under hösten 2020 kom man igång med digitala seminarier s.k. webinarier.

Webinariernas teman

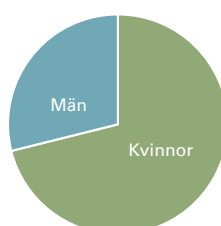
Ett nära och konstruktivt samarbete mellan näringslivsutvecklarna i partnergruppen och samverkan med regionala företagsstödaktörer resulterade i ett intressant program med 9 webinarier för hösten 2020 och våren 2021.

Merparten av webinarierna handlade om e-handel och digital marknadsföring via olika sociala media, vilket svarade väl mot företagets behov under pandemin. Men det erbjöds även föreläsningar om makroekonomi och lönsamhet.

Intresse från målgruppen

Totalt anmälde sig 294 individer. Bland dessa fanns medarbetare/grundare från 61 unika företag. I snitt var det 32 anmällda per seminarium med ett spann mellan 15-69 anmällda.

Kvinnorna dominerade med 71% av antalet anmällda



Tyvärr fanns det i flera fall inte uppföljning av hur många och vilka som verkligen deltog på webinariet. Det gjordes inte heller någon utvärdering efteråt där deltagarna kunde betygsätta evenemanget.

Men – intresset från målgruppen var stort. Genom samarbetet mellan kommunerna och den snabba digitaliseringen kunde företagen i samtliga kommuner få ett mycket bredare utbud av kompetenshöjande seminarier än innan pandemin.

Näringslivsutvecklarna vittnar också om att det digitala upplägget och samarbetet mellan kommunerna i själva verket minskade arbetsbelastningen samtidigt som erbjudandet till företagen förstärktes.

Flera ytterligare webinarier kopplades till arenan men gjordes i samverkan eller fick stöd från någon annan finansiär.

INDIKATORER

Indikator och specifikationer	Målvärde	Utfall 201910	Utfall 202106
Sysselsättningsökning i företag som får stöd	50	22	34
Företag som får stöd	200	142	> 250
Företag som får annat stöd än ekonomiskt	200	142	> 250

Företag som får stöd/annat stöd än ekonomiskt - specifikationer

Företag som får stöd = SME som deltagit i Affärscoachning och /eller seminarier
Eftersom data om antalet deltagare i de digitala seminarierna (fas 2) inte är säkerställda kan utvärderaren inte ge något exakt antal.

- Under fas 1 är det klart att det fanns 142 unika företag varav 27 deltog i sprint o
- Under fas 2 deltog ytterligare 87 i sprint 1-6
- Totalt innebär det 229 företag.
- Utvärderaren har antagit att minst 50% av de unika företagen som anmält sig till webinarerna under fas 2 (61) också deltog. Totalt antal företag som får stöd summeras då till $229 + 61/2 = 260$.

Sysselsättningsökning i företag som får stöd

När det gäller antalet företag som nyanställt bygger det på data från

- intervjuer med 48 av 114 företag som deltagit i affärscoachningen under fas 1 och 2 (svarsfrekvens 42%). I denna grupp identifierades 6 företag som anställt under perioden. Brunnström gör i sin rapport ett estimat för hela gruppen (114) på totalt 14 företag som anställt.
- enkäter under fas 1 till 168 företag som deltagit i seminarier och workshops varav 42 svarade (svarsfrekvens 25%). Av dessa hade 22 företag anställt (varav 2 kopplas till företag i sprint o)
- Summa utfall sysselsättningsökning: $14 + 20 = 34$ (förutsatt att företag som anställt har anställt 1 person)

När det gäller sysselsättningsökning finns det många faktorer som påverkar och det är svårt att säkerställa den direkta effekten av projektets aktiviteter. Särskilt i ljuset av Covid-19 pandemin - som haft stor negativ påverkan på vissa företag inte minst p.g.a. den stängda gränsen mot Norge och uteblivna turister. För andra företag har det istället blivit en tydlig uppgång – exempelvis inom byggsektorn och de som satsat på /kompletterat med e-handel.

Att man inte nått upp till målen under denna turbulenta period kan som sagt ha andra förklaringar.

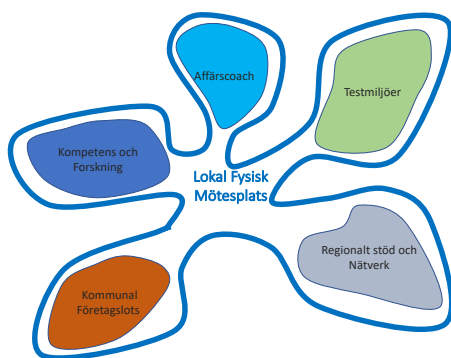
10. SAMMANFATTANDE ANALYS OCH KOMMENTARER

MUB projektets olika faser MUB 1.0 (201606-201906) och MUB 2.0 (202001-202106) skiljer sig åt en hel del åt. Under den första delen var den gemensamma nämnaren i de branschorienterade och marina/maritima delprojekten att: synliggöra behov och möjligheter, skapa mötesplatser och nätverk, ge tillgång till kunskap samt katalysera förändring och utveckling.

Under det sista året av fas 1 växte Innovationsarenan fram som den centrala delen. Målbilden för fas 2 blev fortsatt utveckling och implementering av en gemensam plattform som fick namnet Företagsarenor Väst.

MUB projektets verksamhet fokuserades under fas 2 på:

- foretagsarenorvast.se
- Lokala företagsarenor med kommunal företagslots där lokal tillgång till regionala innovationsstödaktörer möjliggjordes
- Affärscoachning



En betydande insats som förhoppningsvis blir långsiktigt hållbar är MUB:s bidrag till att stärka det regionala företags- och innovationsstödsystemets närvaro i Bohuslän. Detta är något som näringslivsutvecklarna strävat efter i många år men inte haft rätt verktyg eller förutsättningar att genomföra. Tack vare den digitala plattformen, en tydlighet runt de lokala företagsarenorna men också genom Fyrbodals ambition att stärka samverkan mellan aktörerna blev det gemensamma initiativet *Bemanna Bohuslän* möjligt.

Kopplingen till Kompetens och forskning samt Testmiljöer ser olika ut i olika kommuner. Lysekil och Strömstad har en naturlig koppling till *Kristineberg Center för Marin Forskning och Innovation* respektive *Tjärnö Marina Laboratorium* som finns i deras närmiljö. Sotenäs Symbioscenter har en aktiv projektverksamhet med marin profil som innebär konkreta samarbeten med experter och forskare i regionen, nationellt och internationellt. Under fas 1 fanns det också ett nära samarbete med Handelshögskolan när det gäller Kunskapsturism där Tanum och Strömstads kommun fortfarande har kontaktpersoner i dessa frågor.

Under fas 2 har projektets insatser för att stärka företagens tillgång till Kompetens och forskning och Testmiljöer stannat vid att lyfta fram alternativ på foretagsarenor.se. Det har inte skett någon aktiv lotsning av enskilda företag inom ramen för projektet, men det var inte heller avsikten. Göteborgs universitet har genom Hav och Samhälle medverkat i Fas 2 som medfinansiär och utförare av forskning med inriktning på effekterna av Affärscoachningen.

En stor del av projektets resurser – både när det gäller finansiering och personella resurser har lagts på att genomföra och utvärdera affärscoachning av små och medelstora företag. Målgruppen har inkluderat alla typer av företag.

Totalt har 114 företag deltagit i affärscoachningen. Utvärderingen av insatserna har varit mycket ambitiös och omfattat:

- Enkätdata från alla sprinter
- Rapporter från coachföretaget
- Intervjudeata från intervjuer genomförda tre månader efter avslutad sprint, från 44% av deltagarna (randomiserat urval)
- Långtidsintervjuer genomförda ett respektive ett och ett halvt år efter genomförd sprint, från 38% av deltagarna i sprint 0 och 1 (randomiserat urval)
- Avslutande analys av forskare baserat på data från enkäter och intervjuer samt SCB data på deltagande data.

Några av de deltagande företagen har beklagat sig över mängden undersökningar som de har uppmanats att medverka i. Om alla projekt ställde motsvarande krav skulle projektröttheten hos småföretagen vara ännu större än den redan är.

Fördelen i detta fall är att det nu finns mycket data som kan användas i dialogen med de regionala stödaktörerna om att inkludera coaching som ett kompletterande verktyg i sin portfölj.

Affärscoachningen har också varit föremål för flera diskussioner i partnergrupp och styrgrupp. Frågor som diskuterats har framför allt handlat om:

- Hur ska affärscoachningen finansieras i framtiden när det inte finns projektfinansiering?
- Vem bör/kan erbjuda affärscoachning?
- Kan kommunerna/Företagsarenor Väst marknadsföra privata aktörer som erbjuder affärscoachning?

På frågan till NLU i partnergruppen om man avser att prioritera affärscoachning av SME under det kommande året svarade 66% - vet ej eller låg prioritet.

Det är inte rimligt att belasta den kommunala budgeten med kostnader för affärscoachning av enskilda individer/företag. Det bästa vore om man integrerade coachmetoden hos innovationsstödande aktörer. Kanske kan man få ett bättre resultat och en mer långsiktig effekt av regionalt innovationsstöd om man kombinerar rådgivning, finansiering, utbildning och coaching utifrån det enskilda företags behov och utvecklingsmöjligheter?

FRÅGOR OM ÄGANDE OCH STYRNING

Ägaransvaret, vilka roller de olika aktörerna kan ta och hur verksamheten ska finansieras var fortfarande olösta frågor när fas 1 avslutades. Idag känns inte den frågan så avgörande för den fortsatta verksamheten eftersom:

- Man har enats om en gemensam varumärkesplattform "Företagsarenor Väst" där det framgår att vara en del av Företagsarenor Väst innebär att man är en lokal mötesplats med affärscoachning, kompetensutveckling och en direkt väg till de kommunala funktionerna. Dessutom kanaliseras man kontakt med regionala testsites, det regionala företagsfrämjandet och forskarvärlden.
- Frågan om hur man ska utforma och vem som ska äga den lokala företagsarenan avgörs av respektive kommun.
- Den digitala plattformen foretagsarenor.se behöver ägas av någon av parterna men finansieras gemensamt
- Kostnaderna för samarbetet läggs inom ramen för respektive kommuns budget för näringslivsutveckling och inkluderas i näringslivsutvecklingens arbetsuppgifter.

Styrgrupp för MUB var fram till 2018-12-31 Tillväxt Norra Bohuslän (TNB) styrgrupp där de fyra kommunernas kommunchefer och kommunstyrelsernas ordförande ingick. TNB:s verksamhet avslutades dock i slutet av fas 1 av MUB.

Från 2020 tillsattes en ny styrgrupp bestående av två ledamöter från Fyrbodals kommunalförbund samt en enhetschef från projektägaren Lysekils kommun.

Partnergruppen kompletterades med NLU från de tillkommande kommunerna Orust och Munkedal samt med en representant från ALMI samt från Centrum för Hav och Samhälle vid Göteborgs universitet

Efter fas 2 planeras samarbetet mellan kommunerna att fortsätta. Partnergruppen kommer att bestå av NLU från medverkande kommuner och rollen som koordinator ska roteras mellan partnergruppens ledamöter varje år.

Under fas 2 har den politiska förankringen inte varit lika tydlig. Det är definitivt önskvärt att det förstärks i nästa steg.

FRAMGÅNGSFAKTORER

Nedan listas ett antal framgångsfaktorer som identifierats under projektet:

- Inkluderande arbetssätt och engagerade partners
- Att det har funnits och finns en tydlig vilja att fortsätta samarbetet
- Konstruktivt samarbete mellan partnergruppens näringslivsutvecklare
- Kopplingen till Fyrbodals och ALMI i styrgrupp respektive partnergrupp
- Anpassningsförmågan under pandemin
- Samverkan med regionala företags - innovationsstödaktörer (Bemanna Bohuslän)
- Företagsarenor.se - som synliggör samarbetet och möjliggör ett bredare utbud för företagen
- Att de lokala arenorna utformas utifrån lokala förutsättningar och företagens behov

HINDER

- Covid-19 pandemin
 - Inga fysiska möten
 - Effekter på företagen: både kris och tillväxt beroende på bransch och digital mognad, men också på det geografiska läget i förhållande till gränsen mot Norge.
 - Hög belastning på Näringslivsutvecklare
- Har varit arbetskrävande att intressera företagen att delta i affärscoachning
- Kommunallagens och ekonomins begränsningar när det gäller vilket ansvar kommunen kan ta avseende affärscoachning i framtiden
- Kommunerna har varit i olika faser och haft olika förutsättningar
- Svagare koppling till politiken efter att Tillväxt Norra Bohuslän utvecklades

HÅLLBARHETSASPEKTER

Att hållbar tillväxt är ett övergripande projektmål har inte varit lika tydligt under MUB fas 2. De lokala arenor som har en FoU koppling har dock fortfarande en tydligare hållbarhetsprofil och en mer uttalad marin/maritim inriktning.

Webbinarierna har varit inriktade på ämnen kopplade till den ökade digitaliseringen inom handeln vilket delvis var en effekt av pandemin. Under fas 1 var det mer sakfrågor kopplade till produktutveckling och bransch.

Jämställdhetsfrågan har följts upp och visar på en relativt jämställd fördelning av deltagare i

Affärscoachsprintrarna: 58% kvinnor, 42% män. Men bland anmälda till webbinarierna var det en markant dominans av kvinnor 71% i förhållande till män 29%. Särskilt tydligt var detta i föreläsningar om e-handel och marknadsföring i sociala medier.

11. REKOMMENDATIONER INFÖR NÄSTA FAS

STYRNING OCH LEDNING

- Fundera över hur den politiska förankringen ska förstärkas.
- Skapa en referensgrupp med representanter från innovationsstödaktörer, innovationsmiljöer och företag för att få input och förankra ytterligare.
- Tydliggör koordinators uppdrag/roll. Fundera över om koordinatorsansvaret ska läggas på en person utanför partnergruppen.

AFFÄRS COACHNING

- Använd resultatet från affärscoachtestet för att påverka befintliga företagsstödaktörer till att inkludera affärscoachning i sin portfölj.

LOKALA ARENOR

- Prioritera politiska beslut i de kommuner där det saknas.
- Öppna upp för företag från andra kommuner att delta även när det är fysiska möten, men behåll även möjligheten att delta digitalt.
- Stimulera nätverkande mellan företag. Ta vara på kontakterna och de maritima nätverken från fas 1.
- Använd arenorna för att lyfta fram behov och möjligheter inom branscher som är viktiga för respektive kommun. Agera proaktivt och hjälp företagen med sin omvärldsbevakning.

FÖRETAGSARENOR VÄST

- Skapa en professionell och gemensam lotsfunktion (kontaktperson alt. kompetenspanel som kan erbjuda digital rådgivning och hjälpa företagen att identifiera relevanta forskare/experters och testmiljöer.

UTVÄRDERING OCH LÄRANDE

- Ta fram en mall för utvärdering av seminarier/webbinarier/workshops som alla använder
- Registrera vilka som deltar – även på digitala event

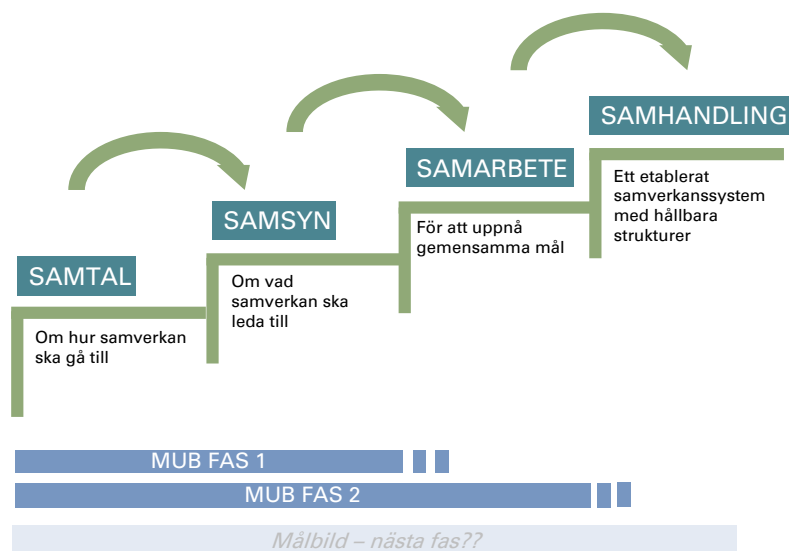
LYFT FRAM MODELLEN

- I presentationer om kommunens näringslivsutveckling



12. AVSLUTANDE KOMMENTARER

Inledningsvis upplevde jag MUB som ett spretigt projekt och var fundersam över om det skulle ge några långtgående effekter. Men, under de 4,5 år som jag följt projektet har det utvecklats till ett mycket intressant och konstruktivt samarbete mellan kommunerna. Jag är övertygad om att modellen som växt fram kan inspirera andra kommuner i regionen, nationellt och kanske även inom EU.



Figur inspirerad av Arne Erikssons Samverkanstrappa

Det är också glädjande att detta projekt fått en bestående effekt på hur kommunerna i norra Bohuslän arbetar med näringslivsutveckling och att man gjort en tydlig förflyttning från inledande samtal till faktisk samhandling inom ramen för Företagsarenor Väst.

2021-06-23
Lena Blomberg
Ochstra AB