

Maritim Utveckling i Bohuslän 2.0

Slutrappport

Projektledare Carl Dahlberg

Foto: Roger Borgeld/vastsvetige.com



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala
utvecklingsfonden

Fyrbodal



VÄSTRA
GÖTALANDSREGIONEN



GÖTEBORGS
UNIVERSITET



Munkedals
Kommun



LYSEKILS
KOMMUN



Orust kommun



Sotenäs kommun



STRÖMSTADS
KOMMUN



TANUMS
KOMMUN

Innehåll

Om projektet.....	3
Bakgrund och syfte	4
Resultat.....	5
Affärscoachning.....	5
Lokala företagsarenor.....	7
Företagsarenor Väst	8
Utvärdering	9
Utveckling framåt.....	13
Perspektiv	14



Om projektet

Maritim Utveckling i Bohuslän (MUB) var ett treårigt projekt under perioden 2016-07-01–2019-10-30. Projektet drevs av Tillväxt Norra Bohuslän med Lysekils kommun som projektägare. Hösten 2019 fick man möjlighet att förlänga projektet till och med 2021-06-30 för att utveckla och verifiera några av de resultat som var mest lovande.

Projektets syfte var att skapa förutsättningar för små och medelstora företag i området att stärka sin professionalitet, hållbarhet och innovationskraft. Förlängningen av projektet finansierades av Europeiska regionala utvecklingsfonden (ERUF via Tillväxtverket) och Fyrbodals kommunalförbund via tillväxtmedel från Västra Götalandsregionen. Medfinansiärer var Strömstad, Tanum, Sotenäs, Munkedal, Orust och Lysekils kommuner samt Göteborgs universitet.

Slutrapport för del 1 finns att ta del av på www.fortagsarenor.se/arkiv



Bakgrund och syfte

Maritim utveckling i Bohuslän bygger på många års arbete med att utveckla förutsättningar för de maritima näringarna i vår region. Den maritima näringslivsstrategin (antagen 2016) identifierade tydligt mål och åtgärder. I samverkan med det maritima klustret i Västra Götaland designades projektet för att ta sig an dessa. Förlängningen 2020 fokuserades på lokala företagsarenor, affärscoachning och utvärdering i nära samarbete med Göteborgs universitet.

Syftet har varit tydligt i att stödja mikro- och småföretag inom de maritima näringarna. Stödet har varit av begränsad omfattning och i huvudsak inte föremål för statsstöd. Projektet har kommit många företag till del och förlängningen har breddat målgruppen till alla de företag som näringslivsutvecklarna möter i sitt arbete.

De tre delprojekt som förlängningen fokuserade på var en naturlig följd av arbetet under del 1. Affärscoachtestet som initierades i slutet av del 1 fick mycket lovande resultat och därför ville man utvidga detta och utvärdera effekter, behov och form för en framtida tillgänglig coachning i delprojekten Affärscoachning samt Utvärdering.

Parallellt jobbade man vidare med delprojekt Innovationsarena i en ny form som kallades Lokala företagsarenor. I denna del konkretiserades och breddades arbetet lokalt samtidigt som arbetssätt, webb och varumärke togs fram. Grundlogiken har fortsatt varit att jobba med identifierade frågeställningar, undersöka behov, skapa nätverk, utföra workshops och samverka. På grund av COVID har arbetet varit mer digitalt och på distans något som påverkat resultat och aktiviteter med både positiva och negativa konsekvenser.

Övergripande
projekt mål

SMF:s professionalitet, hållbarhet och innovationskraft har stärkts vilket ökar viljan att utvecklas och bidra till hållbar tillväxt i Bohuslän.

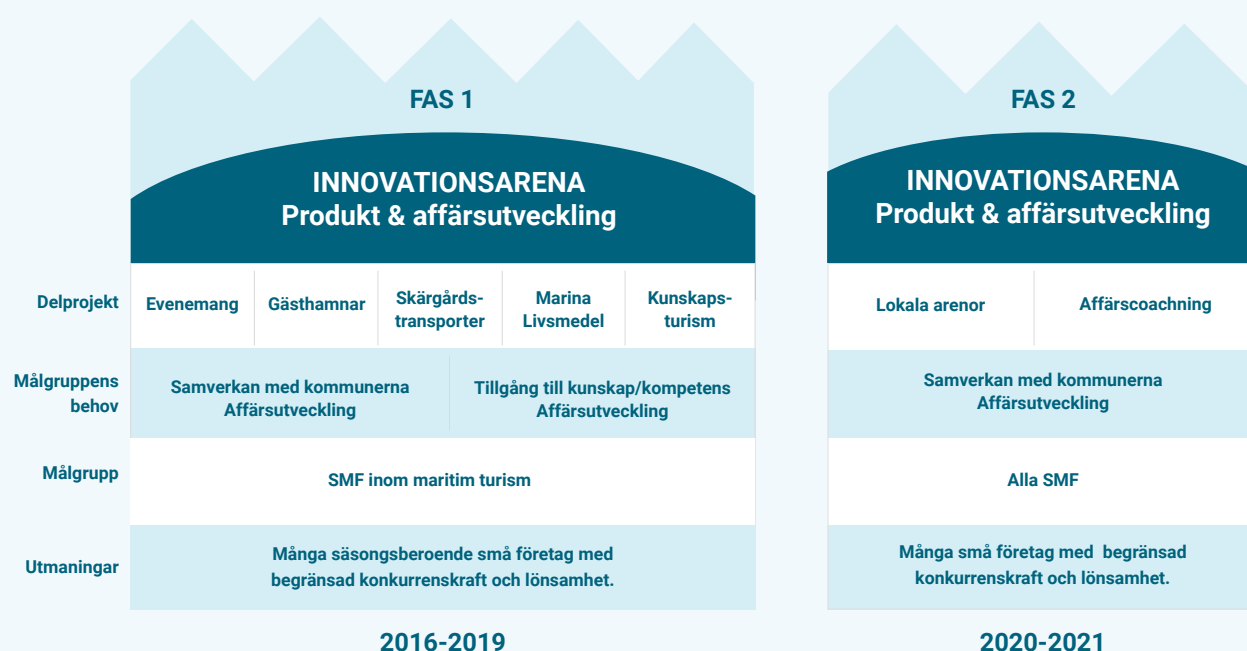


Bild ifrån den löpande utvärderingen som beskriver skillnader och likheter mellan de två faserna i projektet (Ochstra AB).

Resultat

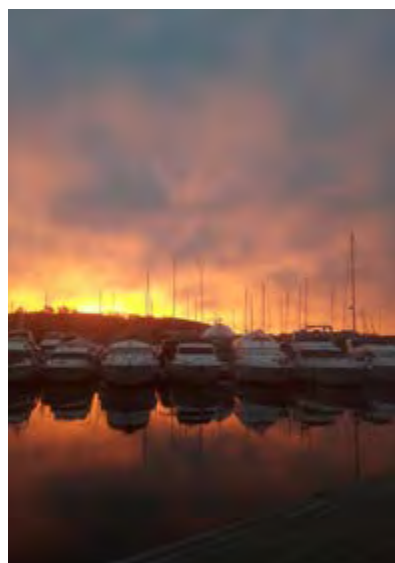
Affärscoachning

Affärscoachning har genom projektet erbjudits till många företag i regionen. Det har varit kostnadsfritt men inkluderat en motprestation i att delta i utvärderingar och intervjuer. Totalt har 114 företag genomfört coachning via Maritim utveckling i Bohuslän mellan 2019 och 2021. Coachningen har genomförts av certifierade coacher från två olika professionella coachningsföretag.

Coachningen bestod av ca 5 timmar samtal enligt en utarbetad metodik med fokus på det egna företaget med utgångspunkt i företagaren. Det bygger på att företagaren har svaren men får stöd i att ställa frågorna och prioritera framåt. Upplevelsen av coachningen har generellt varit mycket positiv från de deltagande företagen.

En del företagare gick in i coachningen med förväntningar som inte svarade mot det som erbjöds. Vikten av att kommunicera innehållet tydligt och skillnaden gentemot rådgivning blev central och ett antal verktyg utvecklades för det. Exempelvis skapades "gör det själv" filmer om coachning och ett test för att avgöra om coachning är något för dig och ditt företag.

Coachningen var organiserad i kortare 2-3 månaders sprinter där en grupp företag började samtidigt. Det underlättade också marknadsföringen av erbjudandet. Näringslivsutvecklarna i respektive kommun fick jobbet att sälja in erbjudandet till sina företag. Trots bra material i form av reklamfilmer och hemsidor blev detta ett omfattande arbete. Efter de initiala sprinterna blev det svårare att få tag i företag som ville coachas.



Dani Korneliusson driver Strömstads Marina och fick hjälp att strukturera sitt tankesätt.



Kuling Rehab och Hälsa med Charlotte i spetsen är nöjda med det stöd de fått med hjälp av en affärscoach.

I vår region finns ett stöd ifrån företagsfrämjande aktörer, ibland kallat innovationsstödssystemet eller företagsfrämjarstödet, som består av många organisationer och nätverk så som exempelvis ALMI och Coompanion. Under arbetets gång har möjligheterna med coachning snappats upp av dessa aktörer. Numera är det många som erbjuder coachning som del av sitt erbjudande eller säljer in med hjälp av "coachande förhållningssätt". Projektet ser detta som en framgång då coachning erbjuds i ökad grad idag vilket inte var fallet innan.

Erbjudandet attraherade en grupp företag som inte tidigare tagit del av företagsfrämjarstödet. Fokuset på individen, företagaren, har varit nyttigt för många och kompletterat de mer tekniska analyser som ofta erbjuds.

De behov som företagaren har skattat som viktigast och som också har påverkats mest var:

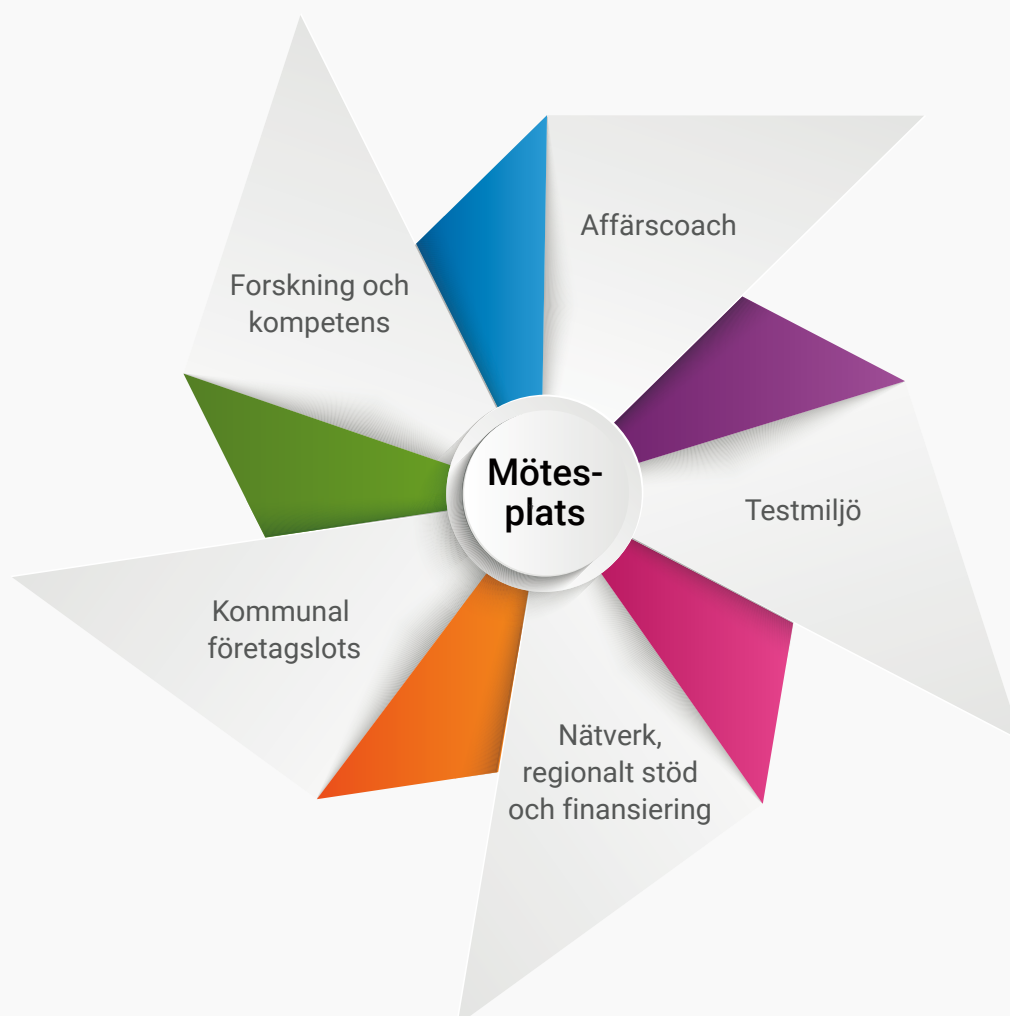
- 1. Måltydlighet**
- 2. Arbetsbelastning**
- 3. Framtidsutsikter**
- 4. Återhämtning**

Coachning har här varit ett verktyg som har kunnat adressera dessa viktiga frågor: Vart är företaget/företagaren på väg och vad är en bra balans för individen?

Lokala företagsarenor

Arbetet med Innovationsarenor i del 1 av projektet mynnade ut i behovet av att möta företagen lokalt på lokala tillgängliga arenor som inte var begränsade till bransch. Det hade över tid också etablerats ett antal lokala strukturer som man kunde utveckla. Förutsättningarna och startläget var olika i respektive kommun vilket gjorde det naturligt att anpassa efter just den kommunens behov men samtidigt utgå från det samarbete man byggt upp. Samverkan mellan kommunerna har här gett mycket goda synergier.

COVID påverkade arbetet för projektgruppen och gjorde det helt digitalt. Workshopar och nätverksmöten blev webinarier och den lokala tillgängligheten blev digital. De positiva effekterna kan sammanfattas med att avstånden försvann, tidsåtgången minskade och tillgängligheten ökade. Företag ifrån olika kommuner kom på samma möten och vem det var som arrangerade blev inte lika viktigt. Negativa effekter av pandemin var att de personliga mötena försvann. Möjligheten att bygga upp en arena som företag och företagare uppfattade som sin begränsades. Den "härliga" mötesplatsen fick vänta.





Respektive arena utvecklades samtidigt som formen för samarbetet befästes. Kommunala beslut togs och strukturer byggdes upp. Processen fortsätter alltså men i slutet av projektet hade Strömstad som drabbats hårdast av COVID pga Norges stängda gräns, skapat en utvecklingsarena kopplat till Omställningskontoret. Tanum hade tagit politiskt beslut om en företagsarena i samverkan med Tedacthuset. Sotenäs arbetar vidare med det etablerade Symbioscenter som nod. Munkedal utgår från Utvecklingscentrum Munkedal som är i en fas av omstöpning. Orust arbetar med en pop-up variant samtidigt som grannskapskontorstanken utvecklas vidare. Företagsarena Lysekil är på väg att bli den naturliga arenan för samarbetet där.

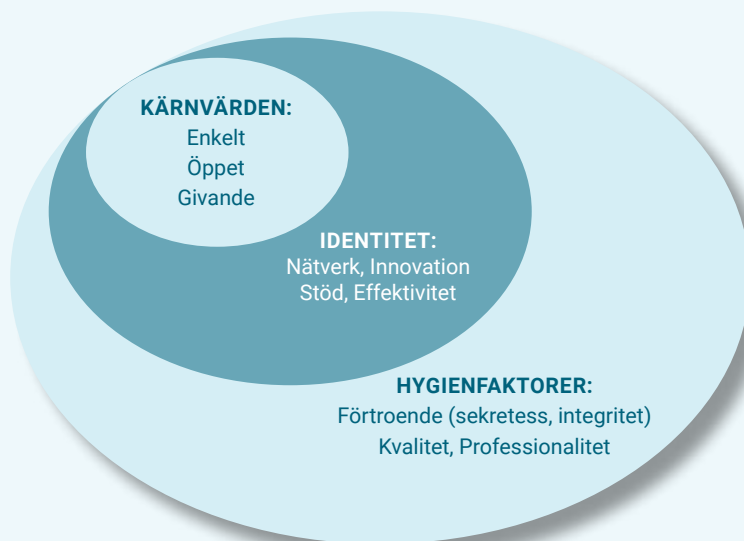
Arbetet organiserade också nätverksgrupper av de intresserade bland företagen som coachats. Dessa mindre och informella nätverk blev ett kollegialt stöd för en del företagare som annars ofta saknade diskussionspartners i liknande situation.

Företagsarenor Väst

En varumärkesplattform togs fram för Företagsarenor Väst. Den inkluderade minsta gemensamma nämnare för funktionerna på arenorna och säkerställde att alla arenorna skulle kunna utvecklas åt sina håll utan att störa de enskilda varumärkena som utvecklats olika långt.

Att vara 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 företagsfrämjarstödet och forskare.

Varumärkesplattformen Företagsarenor Väst



Vision:

En samverkansplattform för företag, kommuner, forskare och offentlig sektor. Att vara 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 företagsfrämjarstödet och forskare.

Mission:

Tillväxt på hemmaplan!

Varumärkeslöfte:

Vi lovar att leverera relevant stöd till företag och andra med deras bästa för ögonen.

Positionering:

Tillgängligt, bekant, stöd utan krav i samverkan med övriga aktörer.

Vilken berättelse vill vi berätta:

Det är här det händer. Kan vi få våra små företag att växa, tro på framtiden och dra nytta av det stöd som finns så innebär det mycket för våra kommuner och vår framtida utveckling. Stödet måste vara tillgängligt och nära initialt. Alla affärer är lokala men kontakterna utåt är centrala.

Namn, logga och grafisk profil utvecklades för att hålla ihop kommunikationen inom gruppen. Varumärket utgår från de 6 kommunerna i norra Bohuslän men är inte begränsat av dem utan kan utvecklas till hela Fyrbodal eller andra konstellationer om man så önskar.



Företagsarenor Väst

Tillväxt på hemmaplan



Färgprincip

Färgerna från logotypen ligger till grund för färgpaletten. Till dessa finns även två extra färger – en mörkare blå och en riktigt ljus nyans som bland annat används på hemsidan.

Grundfärger



CMYK: 100/12/21/44
RGB: 0/99/125



CMYK: 84/0/38/0
RGB: 0/168/171



CMYK: 52/0/20/0
RGB: 89/192/208



CMYK: 89/0/11/0
RGB: 0/167/215



CMYK: 62/0/11/0
RGB: 86/194/224

Extra färger



CMYK: 88/20/0/13
RGB: 0/135/194



CMYK: 18/0/3/0
RGB: 217/238/247

Utifrån varumärkesplattformen byggdes webbsidan www.foretagsarenor.se

Webbsidan utgår från de funktioner som identifierades i arbetet med Innovationsarenan men vissa är omstrukturerade och utvecklade: Affärscoachning, Testsiter, Regionalt stöd, Nätverk, Kompetensutveckling, Forskning samt Kommunal lots. Kalenderfunktionen är en viktig del i att kommunicera de webinarier och aktiviteter som pågår. Webbinarierna sprids via nyhetsbrev och sociala medier av näringslivsutvecklarna som länkar vidare till kalendern på hemsidan.



Samverkan med företagsfrämjarstödet har varit viktigt i arbetet och ALMI har varit med i Partnergruppen i förlängningen av projektet. Webbsidan blir nu en bas för aktörerna att synas och vara delaktiga på arenorna. Dels kan aktörerna lägga in sina egna aktiviteter i kalendern och dels kan de nu vara med i "Bemanna Bohuslän" ett löpande schema där aktörerna fokuserar på de sex kommunerna och Företagsarenor Väst. Delaktighet i detta kan bokas via hemsidan på samma sätt som kalendern. Detta gör så att aktörerna når ut, att nätverken mellan näringslivsutvecklare och aktörer stärks samt att företagen i regionen får bättre tillgång till det tillgängliga stödet.

Partnergruppen som håller samman arbetet är fortsatt viktig för Företagsarenor Väst. I förlängningen skulle nog arenan behöva ett löpande koordineringsstöd men vid projektets slut behövs först en konsolidering där arenorna får landa och parterna ta sina egenansvar i arbetet. Partnergruppen koordineras av en kommun i taget på års eller halvårsbasis. Den sammankallande har också ett speciellt kommunikationsansvar gentemot B-chain och E-chain (två nätverk som håller ihop företagsfrämjarstödet).

Utvärdering

I förlängningen sattes ett specifikt fokus på utvärdering av effekter. Generellt brukar detta göras på programnivå men eftersom affärscoachtestet i slutfasen av del 1 fallit så väl ut ville man säkerställa värdet av denna insats om den skulle permanentas i framtiden. Del 1 hade visat på bra effekt av det arbetssätt man haft med seminarier och nätverksträffar. Nu undersöktes istället affärscoachningen.

Totalt utfördes sju sprinter 2019-2021. De deltagande företagen fick svara på en digital enkät. Kraft lades på att få så många som möjligt att svara. I varje sprint förutom den sista intervjuades också ett urval av företagen (ca 10 st) ca tre månader efter insatsen. För sprint noll (2019) och sprint 1 (2020) gjordes även uppföljande långtidsintervjuer ett år efter insatsen på samma företag som svarat efter tre månader. Detta gedigna upplägg gav bra data för att se på kvalitet, upplevelse och effekter av coachningen.

Som stöd till utvärdering och sammanställning som utfördes av Göteborgs universitet fanns:

1. Rapport från utvärderare sprint noll.
2. Rapporter per sprint från coachingsföretagen.
3. Rapporter per sprint samt rådata intervjuer från företaget som gjorde intervjuerna.
4. Sammanställt utdrag ur självskattning som företagen i sprint 1-6 gjort i ett digitalt verktyg.
5. Enkätdata

Slutsatser från utredningen:

Företagen var mycket nöjda med coachningens kvalitet oberoende av vilket coachingsföretag som utförde arbetet.

Förbättrad måtydlighet var den parameter som förändrades mest mellan innan och efter insatsen. Det blev succesivt färre företag som deltog i sprinterna. Effekterna av COVID på företagen fördelade sig på nästan lika stora grupper: de som påverkats negativt, de som fortsatt som vanligt och de som fått positiv påverkan på verksamheten. En lågt hållen skattning ger att 14 personer nyanställts till följd av insatsen.

Utveckling framåt

Coachningen leder till att företagare lyfter blicken och tänker på framtiden vilket leder till utveckling i olika former och gör det viktigt att liknande tjänster finns tillgängliga lokalt. Det är bra om coachningen som sådan erbjuds av aktörer inom företagsfrämjarstödet. I annat fall är privata aktörer duktiga på att utföra dessa tjänster. Det är dock inte självklart att mindre företag, ofta ovana att köpa tjänster som uppfattas som "icke-akuta", kommer att ta del av tjänsterna även om dessa företag skulle ha stort behov av dem. Betalningsviljan ligger runt 500 kr/h något som inte täcker kostnaden i dagsläget.

Samarbetet mellan lokala noder dvs företagsarenor och företagsfrämjarstödet har utvecklats men det finns mer att göra. Arenorna skapar en mötesplats och en kanal att nå företagen. Aktörerna behöver synas och näringslivsutvecklarna behöver förstå vad aktörerna levererar och kunna koppla det till sin uppgift. I förlängningen behöver arenorna också bli företagens naturliga mötesplatser för nätverkande och aktiviteter. Först då kan man se Företagsarenor Väst som moget.

Kopplingen till forskning och forskare finns på arenorna men kan utvecklas vidare. Det är ännu inte självklart hur denna koppling ska se ut i praktiken då det idag sker från fall till fall. Här krävs en kontinuitet i att lyfta fram samarbeten som funkar och erbjuda nya möjligheter från båda sidor.



"Det ska vara roligt att jobba med utveckling" säger Åsa Andersson på Sotenäs Symbioscenter.

Perspektiv

Vi står mitt i svåra utmaningar med hållbarhet, koldioxidminskning och levande landsbygd. I detta arbete behöver mikro-, små- och medelstora företag i vår region bli en del av lösningarna. Storleken på våra samhällen är inte större än att alla påverkar varandras möjligheter för lönsamhet eller hållbarhet. Vi behöver se möjligheter genom att ta oss tid till nätverkande och samverkan. Vi behöver lyfta blicken och leta samarbeten. Vi behöver se vad vi kan bidra med och vad vi kan tillgodogöra oss.

Företagsarenorna knyter i bästa fall ihop företag, samhälle och forskning till en utvecklande framtid baserad på alla de möjligheter vi har. Lokala möjligheter till stegvisa innovationer men även till internationell potential och banbrytande utveckling. Lokala företagsarenor kan förenkla och förbättra det kommunala arbetet kopplat till näringsliv och ger samtidigt möjligheter till de satsningar och profileringar man vill genomföra. De skapar en lokal nod för företagen att enskilt och gemensamt utvecklas. Samverkan med forskning, utbildningsaktörer och regionalt innovationssystem kommer att förbättras. Möjligheterna finns där, denna plattform ger förutsättningar för att förverkliga dem.





Den här rapporten är framtagen inom
projekt Maritim Utveckling i Bohuslän.

Läs mer på www.foretagsarenor.se

Maritim Utveckling i Bohuslän har skapat
förutsättningar för små och medelstora
företag att stärka sin professionalitet,
hållbarhet och innovationskraft.

