

Innovationsagenterne

GTS-nettets Innovationsagentordning til formidling af teknologisk viden og inspiration til SMV samt identifikation af indsatsområder, hvor anvendelse af teknologiske løsninger kan styrke forretning og konkurrenceevne.

Indhold

1	Introduktion.....	3
2	Markedspotential for innovationsagenterne.....	4
3	Målsætninger for Innovationsagenterne 2016-18	5
4	GTS'ernes tilgang og varetægelse af indsatsen	5
4.1	Innovationsagenternes samspil med øvrige aktører	6
4.2	Innovationsagenternes målgruppe og screeningsproces.....	6
5	Innovationstjekket, evaluering og dokumentation	7
6	Organisering	9
7	Formidlings- og spredningseffekt	9
8	Opmærksomhedspunkter fra den eksterne evaluering	10
8.1	Stærk profil	10
8.2	Afprøvning af selvtest for virksomheder	10
8.3	Fleksibel timeanvendelse	11
8.4	Kompetencecenter baseret dokumentation	11
8.5	Styrkede forretningssystemer	12
8.6	Løbende kvalitetsforbedring	12
8.7	Kvalitative analyser af videreførte kunder	13
8.8	Gensidige henvisninger med andre aktører i erhvervsfremmesystemet.....	13
8.9	Oversigt over private rådgivere.....	13
8.10	Samarbejde med lokale erhvervsfremmeaktører	14
8.11	Dybere forståelse af innovationsinvesteringer og udbytter	14
8.12	Branchevise opsamlinger som inspiration til andre	15
	Bilag 1: Budget og milepæle per år	16
	Milepæle 2016.....	16
	Milepæle 2017	18
	Milepæle 2018.....	19
	Bilag 2: Oversigt over samarbejdsrelationer	22
	Bilag 3: Evalueringsmodel for Innovationsagenterne	27
	Bilag 4: Formidlingsaktiviteter og målsætninger.....	29

Bilag 5: Organisering: Roller og opgaver	31
Bilag 6: Udkast til specifikation af selvtest	34
Bilag 7: De Minimis erklæring.....	35

1 Introduktion

Forskning har vist, at virksomheder, der samarbejder med videninstitutioner, har en højere bruttotilvækst per medarbejder end virksomheder, der ikke gør. Med det som udgangspunkt er Innovationsagenternes hovedformål at formidle avanceret teknologisk viden i en form, så det understøtter SMV i at kunne udnytte teknologisk innovation som driver af deres specialisering, produktivitet og vækst.

Innovationsagenterne har eksisteret som en national ordning siden sommeren 2010 og har formået at gennemføre innovationstjek hos mere end 3.300 SMV siden start i 2007. Ordningen har videreført mere end 2000 virksomheder til innovationsprojekter i samarbejde med universiteter, professionshøjskoler, erhvervsakademier, private rådgivere, innovationsnetværk, GTS'er eller væksthuse. Det har forbedret SMV's evne til at indgå i samarbejder med innovationssystemet. Det har endvidere givet fornyet mulighed for vækst hos virksomheder, der hidtil ikke eller kun i begrænset grad har gjort brug af innovativ teknologisk viden i deres forretningsudvikling.

Indsamlede data viser, at hvert andet tjek har ført til et udviklingssamarbejde med GTS-systemet, tæt på 20 % af innovationstjekkede virksomheder involveres også i innovationsnetværksaktiviteter og mere end 10 % indgår et samarbejde med universitet eller akademi. Innovationsagenterne skaber derudover også forretningsmuligheder for private rådgivere, idet næsten hver fjerde virksomhed bliver videreført til en privat rådgiver. Det er via igangsættelse af de samarbejdsforløb, at Innovationsagentordningen er med til at styrke SMV's kapacitet til at efterspørge og udnytte avanceret teknologisk viden som en central forudsætning for forretningsmæssig innovation. I forhold til GTS-systemet har ordningen vist effektpotentialerne ved at styrke det horisontale samarbejde i viden- og erhvervsfremmesystemet om SMV-indsatsen.

På den baggrund og med resultaterne af en ekstern evaluering har Styrelsen for Forskning og Innovation inviteret til en ansøgning til videreførelse af Innovationsagentordningen for perioden 2016-2018.

Vi foreslår i den kommende 3-årige periode med udgangspunkt i erfaringerne, den eksterne evalueringens anbefalinger og styrelsens ønsker at tage afsæt både i de opnåede resultater og i de innovationsmuligheder, som identificeres for værdikæder og sektorer og direkte adresseres i statens innovationsstrategi.

Med denne ansøgning ønsker vi at skabe et ambitiøst afsæt for med fokus på forbedring af innovationstjekprocessen at levere endnu mere værdi for de virksomheder, der modtager et innovationstjek i fremtiden. Det vil vi gøre ved at:

- Skærpe ordningens teknologiske profil, så virksomhederne bedre kan skelne os fra andre tilbud i erhvervsfremmesystemet
- Koncentrere formidlings- og samarbejdsressourcerne på de aktiviteter, der giver os adgang til de bedste virksomhedskandidater og samtidig de bedste videnpartnere til at realisere projekterne med virksomheden
- Øge professionaliseringen af ordningen, systematisering og videreudvikling af redskaber til innovationstjek på basis af egne og internationale erfaringer samt tilgængelig forskning om teknologisk innovation og barrierer for dette i SMV
- Skærpe screeningsprocessen af virksomheder for innovationskapacitet og -parathed således, at innovationstjekket får de bedste muligheder for at skabe resultater for virksomheden
- Tilpasse ressourcerne efter virksomhedernes innovationspotentiale og behov for vejledning og sparring som en forudsætning for, at innovationsprojektet bliver igangsat
- Øge det garanterede antal tjeks og videreførsler, med fokus på højnelse af kvalitet i især videreførelserne. Derfor vil vi forpligte os til at igangsætte egentlige innovationsprojekter hos en andel af de videreførte virksomheder. Med igangsættelse forstår vi en dybere dialog om mål,

metoder og ressourcer, så det sikres, at innovationsprojekterne forankres i virksomhedernes udviklingsstrategier

- Følge op på igangsatte innovationsprojekter ved foruden at evaluere tjekket også at evaluere kvalitativt på videreførsler og innovationsprojekter og kvantitativt på økonomi på et udvalg af tjekkede virksomheder
- Udbrede kendskab til igangværende forskningsprojekter, herunder resultatkontrakter i GTS-nettet blandt SMV med henblik på at sikre fortsat teknologisk innovationshøjde i ordningen og for deltagende virksomheder

Innovationsagentordningen vil fortsat udmøntes som et unikt fælles GTS-projekt med involvering af alle ni GTS-institutter. Hermed sikres bredden i forhold til branchemæssig erfaring, innovations- og teknologikompetencer samt regional rækkevidde. Teknologisk Institut vil fortsat agere projektleder og vært for sekretariatet.

2 Markedspotentialet for innovationsagenterne

Innovationsagenterne har per medio november 2015 innovationstjekket 3386 virksomheder siden programstart i 2007. 58% af disse virksomheder havde 10 eller flere medarbejdere og de resterende 42% færre end 10 ansatte. Det samlede potentiale af virksomheder med 10 eller flere ansatte er tæt på 22.000¹ virksomheder, hvor de seneste statistikker fra Danmarks Statistik antyder at 48% af disse er innovative og 30% af disse har samarbejde omkring innovationsaktiviteter. Der er altså stadig næsten 15.000 virksomheder med 10 eller flere ansatte, som ikke har samarbejde omkring innovationsaktiviteter. For virksomheder med 1-9 ansatte er antallet af virksomheder betydeligt større (mere end 123.333²) og andelen af disse, som er innovative er 44% og blot 26% af disse har samarbejde omkring innovationsaktiviteter. Samtidig viser en masterafhandling³ at innovationstjekkede og videreførte disse små virksomheder (1-9 ansatte) opnår en større produktivitetsforbedring i andet og tredje år efter tjekket end virksomheder med 10 eller flere ansatte, som dog også opnår en produktivitetsforbedring. Der er altså stadig en god begrundelse for også at satse på små virksomheder, men vel og mærket små virksomheder som har ressourcer og kapacitet til at udnytte og gennemføre innovationen.

På sektorniveau er det kun inden for industrien at innovationsagenterne har opnået en penetration af betydning med innovationstjeks hos lidt under 15 procent af samtlige industrivirksomheder, så selv inden for industrien er markedspotentialet stadig betydeligt. Specielt når der findes 55% af virksomheder i denne sektor som endnu ikke er innovative og 67% som endnu ikke samarbejder omkring innovationsaktiviteter plus at der løbende kommer nye virksomheder til. I de andre sektorer har innovationsagenterne innovationstjekket mindre end 2% af det samlede potentiale. Det gælder bygge og anlæg (1,4% tjekket af det samlede potentiale), service (1,8%), handel og transportsektorerne (1,6%). En stor andel af virksomhederne i disse sektorer (60%+) gennemførte ikke samarbejde omkring innovationsaktiviteter i 2013⁴ ifølge Danmarks Statistik. I forhold til sektorer er der altså grundlag for fortsat også at satse indsatsen på andre sektorer end industrisektoren.

Fordelingen af innovationstjekkede virksomheder i forhold til faktiske virksomheder i de fem regioner viser at innovationsagenterne har leveret en højere andel af innovationstjeks i region Syddanmark (22% af tjeks i forhold til 20% andel af virksomheder i regionen) og Midtjylland (37% i forhold til 23%) i forhold til de faktiske

¹ Danmarks Statistik 2013. Der er ikke taget højde for virksomheder med koncernfælleskaber eller ejerskab af store selskaber, som ofte vil betyde at sådanne selskaber ikke kan innovationstjekkes. Der findes 29000 koncerner i Danmark med 1+ ansatte med i alt 80.000 firmaer. Men der er heller ikke taget højde for etablering af nye selskaber hvor af der årligt er omkring 25-29000. Heraf er dog langt hovedparten uden ansatte.

² Danmarks Statistik 2013. Ditto

³ Ryan, Thomas K. Innovation & Productivity in Danish SMEs – An econometric Analysis of the Policy Intervention: The Innovation Agents, Master Thesis, march 2015

⁴ Innovation & Forskning 2013, Danmarks Statistik

antal af virksomheder i disse regioner, medens agenterne har leveret en mindre andel i region Sjælland (10% i forhold til 12%), Nordjylland (9% i forhold til 10%) og Hovedstaden (20% i forhold til 32%) i forhold til det faktiske antal virksomheder. Andelen af innovationstjekkede virksomheder med mere end 10 ansatte er væsentlig større i Jylland/Fyn (60-66%) end på Sjælland/Hovedstad (40-42%).

3 Målsætninger for Innovationsagenterne 2016-18

Med udgangspunkt i udbudsbeskrivelsen samt GTS-institutternes erfaringer fra den mangeårige drift af Innovationsagenterne og de indbyggede formidlingsaktiviteter har vi sat følgende målsætninger for Innovationsagenterne i hele perioden 2016-18 (se også milepæleoversigt per år i bilag 1).

Virksomhedsinteraktion

- Kontakt til minimum 4000 SMV og tilbud om anvendelse af en innovation selvtest
- Gennemførelse af innovationstjek i minimum 1400 SMV
- Minimum 870 virksomheder vil blive videreført til en videnpartner og heraf vil ca. 60 % igangsætte et egentligt innovationsprojekt
- Samtlige innovationstjekkede virksomheder vil modtage en møderapport og blive henvist til mulige innovationssamarbejdspartnere
- Alle innovationstjekkede virksomheder vil modtage et evalueringsskema og minimum 66 % vil gennemføre evalueringen af innovationstjek fra første kontakt til møderapport
- Ud af de videreførte virksomheder vil vi foretage 30 kvalitative interviews for at afdække udfordringerne i gennemførelse af innovationsprojekter for SMV og heraf vil vi for 15 virksomheder afdække investeringsbehov og udbytter

Videnspredning

- Innovationsagenterne deltager årligt i minimum ni arrangementer i samarbejde med brancheforeninger, erhvervsråd, kommunale erhvervsservices, væksthuse, innovationsnetværk og/eller universiteter/akademier.
- Der gennemføres som minimum to årlige skræddersyede indsatser mod specifikke brancher baseret på erfaringsdata.
- Der udarbejdes årligt minimum 18 casebeskrivelser af innovationstjekkede virksomheder til formidling og læring
- Der udveksles løbende erfaringer med andre internationale ordninger med henblik på udvikling og fastholdelse af god praksis i ordningen
- Der formidles løbende online via ordningens hjemmeside, sociale medier og andre innovations- og erhvervsfremmeaktørers hjemmesider

4 GTS'ernes tilgang og varetagelse af indsatsen

I det følgende gives en uddybende beskrivelse af GTS'ernes tilgang som operatør af indsatsen herunder:

- Samspil med øvrige aktører i erhvervsfremme- og innovationssystem
- Innovationsagenternes målgruppe og screeningsproces
- Innovationstjekket, dokumentation og evalueringsindsats
- Kommunikations- og formidlingsindsats
- Hvordan vi specifikt adresserer den eksterne evalueringens opmærksomhedspunkter.

Det forudsættes, at Innovationsagentordningen ved behandling af personoplysninger iagttager persondatalovens regler.

4.1 Innovationsagenternes samspil med øvrige aktører

I Damvad-rapporten 'Sammenhæng for vækst og innovation, 2014' placerer Innovationsagentordningen sig som en aktiv medspiller i innovations- og erhvervsfremmesystemet. Formidling og service i forbindelse med virksomhedernes vej i 'innovationsjunglen' er væsentlig for virksomhedernes brug af det offentlige system. Og netop her udemærker Innovationsagenterne sig. I bilag 2 gives et overblik over de forskellige samarbejdspartnere i systemet og hvad innovationsagenterne påtænker at iværksætte med disse partnere.

4.2 Innovationsagenternes målgruppe og screeningsproces

Målgruppen for ordningen er SMV på tværs af alle brancher, som ikke i forvejen har et tæt samarbejde med innovationssystemet. Det er SMV med ambition og potentiale til at udnytte teknologisk innovation i udvikling og forbedring af virksomhedens konkurrencekraft.

Virksomhederne skal være parat til at dedikere ledelsestid til at deltage i møder og forløb for at sikre en god forankring af innovationsforløbet i virksomhederne.

I udvælgelsen af virksomheder til innovationstjek er kriterierne at virksomheden:

- Har en teknologisk udfordring
- Er minimum 2 år gammel
- Har en økonomi, der gør det muligt at gennemføre forandringsprocesser i form af et innovationsprojekt.
- Har minimum 5 ansatte - *dog må 15% af de tjekkede virksomheder i 2016 have under 5 ansatte. I december år 1 evaluerer FI og ledelsen af Innovationsordningen dette m.h.p. evt. ændring af kvoten.*

Der vil være SMV'er, som er:

- Indstillet til et tjek af lokal erhvervsservice, Væksthuse eller et innovationsnetværk, fordi der er konstateret vækstpotentiale gennem teknologisk innovation.
- Virksomheder som ønsker at ansøge om en inno-booster eller andre relevante innovationsstøtteprogrammer, som har behov for vejledning i at beskrive innovationsplan og projekt.

Ovenstående udvælgelseskriterier vil også være gældende for virksomheder som bliver indstillet af andre organisationer.

Endelig stilles der krav om, at virksomheder inden tilsagn om et innovationstjek skal underskrive en de minimis-erklæring, idet innovationstjekket gives i henhold til EU-Kommissionens 'de minimis'-forordning,^[1] Den samlede værdi af innovationstjekket er højst 40.000 kr. Erklæringen som skal underskrives er vedlagt i bilag 7. Teknologisk Institut er ansvarlig for at arkivere de indhentede de minimis-erklæringer i henhold til forordningen, og skal på anmodning fra FI kunne fremvise disse erklæringer. Endvidere gives FI adgang til Innovationsagenternes CRM-system, hvor de minimis erklæringerne huses.

Som hovedregel kan virksomheder kun modtage ét innovationstjek, men såfremt virksomheder (dog maksimalt 25 per år) opfylder mindst to af følgende kriterier kan de få endnu ét tjek:

^[1] EU-Kommissionens Forordning (EU) Nr. 1407/2013 af 18. december 2013 om anvendelse af artikel 107 og 108 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde på de minimis-støtte, herefter benævnt de minimis-forordningen (offentliggjort i Den Europæiske Unions Tidende den 24. december 2013).

- Virksomheden må ikke have modtaget et innovationstjek inden for de sidste tre år
- Virksomheden har radikalt ændret sit forretningsgrundlag
- Virksomheden har fået ny leder/ejer.

I 2016-18 vil vi fortsat sikre en balanceret fordeling af innovationstjek på tværs af sektorer og geografi, så sektorerne byggeri, handel og service vil blive repræsenteret i overensstemmelse med disse sektors samlede andel af SMV-populationen i Danmark.

Screening af virksomheder til innovationstjek

Formålet med at screene og selekttere virksomheder til et innovationstjek er at fokusere på de virksomheder, hvor potentialet er størst, og hvor paratheden til at udnytte innovationstjekket springbræt er til stede.

Som en del af screeningsprocessen vil virksomheder få en mulighed for før tjekket at gennemføre en innovationsselvtest. Selvtesten tilbydes dog også som en del af selve innovationstjekket (se afsnit 8.2 for yderligere).

Når virksomheder skal vurderes til at have teknologisk innovationspotentiale, kortlægger agenterne virksomhederne ved at indhente informationer, som kan bestå af virksomhedens innovations- og forretningsaktivitet via hjemmeside og mediedækning, virksomhedens økonomi og kapacitet via regnskabstal, indhentning af yderligere udviklingsoplysninger via erhvervs- og vækstkonsulenter, netværk eller brancheorganisationer, inkl. samspil med relevante klynger.

I screeningen indgår også identifikation af den rette dialogpartner i virksomheden og i den udstrækning det kan lade sig gøre før innovationstjekket den egentlige motivation for at iværksætte innovation. Vi sætter derfor nye krav til kontakt og dialog med virksomheden inden det første møde for at undgå innovationstjek, hvor motivation og parathed til innovation ikke er til stede (se afsnit 8.6 for yderligere information). Med en direkte kontakt til kunden inden selve innovationstjekmødet, kan det gennem en guidet spørgeramme kortlægges, hvor innovationstjekket især forventes at skulle fokuseres.

5 Innovationstjekket, evaluering og dokumentation

Innovation er et strategisk valg for virksomheden. Det kræver ledelse, markedsforståelse og overblik. Et innovationstjek skal derfor *altid* forankres i ledelsen af virksomheden. Ved innovationstjek tages afsæt i virksomhedens forretningsstrategi og gennem diskussion og sparring identificeres de mest kritiske teknologiområder ud fra virksomhedens behov. Det er derfor fortsat et krav til virksomheder, der ønsker et innovationstjek, at ledelsen som minimum deltager i det første møde.

I de tilfælde, hvor den første henvendelse fra virksomheden ikke kommer fra ledelsen, vil Innovationsagenten sikre sig ledelsens personlige opbakning. Møderapporten fra tjekket afleveres altid til ledelsen og den pågældende kontaktperson.

Innovationstjekket

Et Innovationstjek har som formål at igangsætte konkrete innovationstiltag i en virksomhed (innovationsaccelererende) og at disse tiltag skabes i samarbejde med én eller flere nye videnpartnere (innovationshøjde).

Tjekket sætter et uvildigt fokus på virksomhedens udfordringer og afdækker derudfra nye teknologiske innovationsmuligheder. Prioritering af tiltag drøftes ift. virksomhedens ressourcer og kompetencer. Der inddrages branche- og teknologispecifikke GTS-aktører i gennemførelse af innovationstjekket efter behov på forskellige niveauer:

- Som opfølgning på tjekket og dermed udførende
- Som deltager i tjekket sammen med en innovationsagent

Innovationstjekkets forløb

Kontakt: Innovationstjekket indledes med et telefonmøde og evt. vejledt udfyldning af selvtest. Her informeres om innovationstjekydelsen, deltagelseskrav til ledelse, evt. drøftes ramme for innovationstjekket, og der indgås aftale om besøg i virksomheden.

Møde: Hovedaktiviteten i Innovationstjekket består af et fysisk møde i virksomheden, af typisk 2-5 timers varighed, med deltagelse af medarbejdere med ansvar for udvikling og innovation i virksomheden samt med repræsentation fra virksomhedsledelsen. Der arbejdes efter en mødedagsorden aftalt med virksomheden og mødet afvikles dynamisk og tilpasset virksomhedens størrelse, potentiale og kultur. Der tages udgangspunkt i Innovationsagentens basis innovations- og analyseværktøjer (eks. "360 graders Innovation" og "Gap-analyse") og derved inkluderes en vurdering af samtlige potentielle indsatsområder for virksomheden. Metoder, værktøjer og proces professionaliseres yderligere inden for den kommende periode (se også afsnit 8.4)

Rapport: Efter besøget leveres en kort møderapport til virksomheden, hvor prioriterede teknologiske udfordringer beskrives, og der henvises til relevante offentlige og kommercielle videncenter og rådgivere for realisering (Universiteter, innovationsnetværk, private rådgivere mfl.). Møderapporten indeholder en anvisning til de næste skridt i processen og kritiske succesfaktorer. Desuden en henvisning til andre relevante innovationstilbud (eks.: inno-booster, E/MUDP, mv.).

Opfølgning: Virksomhederne kontaktes kort efter innovationstjekket telefonisk for at sikre, at møderapporten er modtaget og forstået. På baggrund af dialogen vurderes det om virksomheden har vilje, evne og kapacitet til at gennemføre projektet på egen hånd, og/eller om der kan være behov for en evt. faciliteret opstart, (se afsnit 8.3 om tidsmæssig ramme og yderligere vejledninger nedenfor) hvor Innovationsagenten sammen med virksomheden udfærdiger en møderapport med prioriterede handlinger. Målet er, at det gennemførte tjek giver virksomheden en værdi, som på sigt kan måles i kroner og ører.

Igangsættelse af innovationsprojekt: Hvor virksomheden selv er klar til igangsætning, sørger Innovationsagenten blot for kontakten til de rette faglige kompetencer. Innovationsagenten kan i den udstrækning det er nødvendigt deltage i de indledende møder. Selve implementeringen overgår til andre (videnpartnere) såvel private som offentlige videninstitutioner og regionale aktører.

Hvor virksomhederne har behov for yderligere støtte for at komme i gang med relevante innovationsprojekter, vil vi fokusere på en dybere dialog om mål, metoder, ressourcer og processer, så sandsynligheden for succes med innovationsprojekterne øges betydeligt. I dialogen vil vi fokusere på processerne og forventningsafstemningen for at synliggøre projektudfordringer og hvordan disse kan imødegås.

Vores definition af et velinitieret innovationsprojekt er, at de innovationstjekkede SMV:

- Igangsætter nye aktiviteter
- Investerer ressourcer i innovationsprojektet
- Tildeler innovationsprojektet ledelsesmæssig opmærksomhed
- Indleder et samarbejde med en videnpartner

Evaluering af innovationstjek, videreførsel og innovationsprojekt

Evalueringsmodellen for Innovationsagenterne er beskrevet i bilag 3 og har følgende tre elementer:

- Evaluering af innovationstjekket
- Evaluering af videreførsel og samarbejde med videnpartner
- Analyse af investeringer og udbytter ved innovationer i SMV

Særlige opmærksomhedspunkter fra den eksterne evaluering er endvidere adresseret i afsnit 8.7.

Dokumentation af virksomhedsinteraktion generelt

Dokumentation af virksomheders innovationstjekforløb foregår i et elektronisk værktøj, der tillader, at institutterne gensidigt kan koordinere virksomhedsindsatsen, og at overordnet data kan videresendes til FI og andre samarbejdspartnere naturligvis med respekt for krav om fortrolighed. Dokumentationen omfatter:

- Henvisningskilde for virksomhedskontakt
- Kontaktperson i virksomheden
- CVR nr., herunder branchekoder, antal medarbejdere etc.
- Part der har udført tjek samt andre involverede videnpartnere
- Status på tjek, henvisninger, videreførsler og forløb afledt af tjek
- Historik, evalueringsstatus, evt. arrangementsdeltagelse, m.m.

6 Organisering

Det er ordningens vurdering af den hidtidige organisering af Innovationsagenterne med en styregruppe bestående af ledelsesrepræsentanter fra de ni GTS'er samt FI, en projektleder og et sekretariat, et forretningsudvalg bestående af koordinatore fra de ni GTS'er samt Innovationsagenterne har været hensigtsmæssig og effektiv for ordningens udmøntning.

Vores forslag er derfor at fortsætte med samme organisering og i bilag 5 redegør vi for rolle og opgaver i de forskellige beslutningslag.

7 Formidlings- og spredningseffekt

I fortsættelsen af ordningen lægger vi op til fælles indsatser og forpligtigelser i forhold til formidling og spredning af innovationsmuligheder på tværs af aktørerne i erhvervs- og innovationsfremmesystemet.

Formidlings- og spredningsindsatsen er beskrevet i detaljer i bilag 2 om indsatser med samarbejdspartnere og endelig bilag 4 om formidlingsaktiviteter og målsætninger. I den kommende periode vil vi have fokus på:

- Markedsføring og promovning af ordning og innovationsmuligheder, herunder præsentation af dybere cases af virksomheder som oplever gevinsten af innovationstjekket noget tid efter tjekket.
- Gennemførelse af kampagner, temaarrangementer, workshops med partnere og formidling af viden om innovationsmuligheder, herunder flere konkrete samarbejdsforløb om arrangementer og temaspecifikke initiativer med lokale og regionale erhvervsfremmeaktører.
- Skabelse af flere konkrete samarbejdsforløb med innovationsnetværk og universiteter for at fremme den gensidige henvisning, videreførsel og SMV kontaktskabelse.
- Formidling af den dybere indsigt i de krævede investeringer og indsatser i virksomhedernes innovationsprojekter foruden de mulige effekter og resultater af disse investeringer som inspiration for andre virksomheder.
- Formidling af 1-2 branchevise opsamlinger og konklusioner fra de udfordringer vi møder hos virksomhederne og de løsninger vi bringer i spil – som inspiration og læring for fremtidige indsatser i ordningen.

- Bruge innovationstjekket som afsæt for også at afsøge og formidle muligheder og behov for partnerskaber og værdikæderelationer med andre virksomheder (ex. samarbejde om innovation i værdikæder, systemintegration, out/in-sourcing af teknologi).

Innovationsagenterne inviterer bredt til dialog med relevante samarbejdspartnere og interessenter, således at disse instanser kan inspirere Innovationsagenterne til, hvilke aktiviteter og kampagner, der kan være fornuftige. På baggrund heraf udarbejder Innovationsagentordningen løbende mere detaljerede kampagneplaner i tæt samarbejde med de udvalgte samarbejdspartnere.

Samspil med lokale og regionale aktører inkl. relevante henvisningspartnere (både ind til Innovationsagentordningen og videre fra ordningen). Kampagneaktiviteterne skal koordineres med øvrige eksterne aktører, se afsnit om nationale samarbejdspartnere, så det undgås, at virksomhederne føler, at de bliver "rendt på dørene", og således at der kan skabes konsistens og sammenhæng med andre eksterne aktørers tilbud og aktiviteter.

8 Opmærksomhedspunkter fra den eksterne evaluering

I nedenstående adresserer vi hvordan vi vil imødekomme hver af anbefalingerne (Tekst i *kursiv*) fra den eksterne evaluering (vores tilgang er beskrevet i bullits):

8.1 Stærk profil

Innovationsagentordningen bør arbejde for en synlig og selvstændig primært teknologisk profil og identitet i forhold til andre innovationstilbud.

- Vi vil justere profilbrochure og hjemmeside til at fremhæve de teknologiske kompetencer og muligheder. (Særligt under "hvad får I ud af innovationstjekket?") Den teknologiske profil bygges op omkring anerkendte teknologibegreber, som defineres som teknik, materialer, processer og organisation. Indsatsområder er: Produktion-, produkt-, proces-, konceptudvikling, forretningsudvikling og servicemodeller.
- Vi vil i den forbindelse distancere ordningen fra andre merkantile tilbud og ordninger og fremhæve Innovationsagenternes faglige indsigt og begejstring for teknologiernes forretningspotentiale.
- Vi vil synliggøre Innovationsagenternes profil og komplementaritet via LinkedIn, succeshistorier og præsentationer samt på andre samarbejdspartneres hjemmesider (Væksthus, erhvervsråd, brancheorganisationer, innovationsnetværk, private rådgivere etc.)

8.2 Afprøvning af selvtest for virksomheder

Der bør udarbejdes en "selvtest", hvor SMV kan markere/måle deres teknologiske position og eventuelle udfordringer før et eventuelt innovationstjek.

- Vi vil udvikle og afprøve en selvtest over de første seks måneder af 2016. På baggrund af erfaringerne vil vi justere selvtesten og den måde den gennemføres, så den skaber mest mulig værdi for virksomhederne uden at skabe for stor en administrativ byrde for hverken ordning eller virksomheder. Med selvtesten ønsker vi ikke at 'skræmme' potentielt innovationsaktive virksomheder væk. Vi ønsker derfor en 'let' selvtestudgave, der kan hjælpe virksomheder med at sætte innovationsdagsordenen og kan være retningsgivende for deres innovationsplaner og/eller som et instrument til forventningsafstemning mellem virksomhed og Innovationsagent.

- Selvtesten vil fokusere på at afspejle virksomhedernes behov for især teknologisk innovation. Behov som kan afspejle sig i en afdækning af virksomhedens organisatoriske modenhed i forhold til at drive innovationsprocesser og i en afdækning af virksomhedens teknologiske modenhed og behov for at tilføre kompetencer og viden.
- Selvtesten er et fleksibelt tilbud til virksomhederne. Selvtesten vil derfor kunne tages (online, på skema eller via telefonen i samtalen med innovationsagenten før innovationstjekket) inden tjekket som basis for mødet, eller i opstarten af et innovationstjekmøde som dialogværktøj eller helt uden et tjek som basis for interne strategiske drøftelser.
- Ved at anvende selvtestværktøjet har vi en forhåbning om systematisk at kunne opsamle viden om "innovationstemperaturen" i danske SMV og hvad de selv vurderer kan løfte "innovationslysten/evnen".
- Med et forløb med en initial screening af virksomhedens innovationspotentiale efterfulgt af en dialogbaseret behovsaflæring og modenhedstest vil kriterierne for udvælgelse af virksomheder til innovationstjek, forventer vi at højne udbyttet betydeligt. Både for virksomhederne og for ordningen.

8.3 Flexibel timeanvendelse

Det bør overvejes, om der er et særligt behov for at indføre en mere fleksibel timeanvendelse. Kan nogle sager lukkes hurtigere, og bør der i helt særlige tilfælde med ekstraordinær potentiale eller udfordringer, kunne anvendes op til 40 timer pr. virksomhed. Hvis det er ønsket at anvende ekstra timer i særlige tilfælde, skal der argumenteres særskilt herfor samt redegøres for i hvilke situationer, det kan være relevant.

- For nuværende tilbydes et 20 timers innovationstjek – 25 timer hvis virksomheden har flere komplekse indsatsområder, der kræver flere videreførsler. Hertil kommer muligheden for op til ti timers vejledning i udfyldelse af en innovationsplan (gives til virksomheder som ønsker at bruge innovationsplan til at søge støtte via Innovationsfonden). Det er samlet set op til 35 timer for de mest ressourcekrævende og op til 20 timer for de mindst ressourcekrævende virksomheder. Argumentet for at tilbyde yderligere fem timer til de virksomheder med størst potentiale er at sikre den bedst mulige start på innovationsprojektet ved at bidrage til fokus og gensidig forståelse i opstartsmøder med de(n) eksterne videnleverandører.
- Det er umuligt på forhånd at afgøre om en udvidelse af timetallet vil medføre en øget gennemførelse af initiativerne. Det er derfor vigtigt, at denne ekstra timemulighed er så fleksibel, at den kan tilføjes undervejs i et forløb på baggrund af en nøgtern begrundelse fra Innovationsagenten for værdien af denne ekstra vejledning i møder med videnleverandør.
- Der vil være en fleksibilitet i vurdering af virksomheders behov for støtte og sparring i innovationstjekket. Virksomhederne får mulighed for et langstrakt forløb, hvis der er behov. Det vil være den enkelte GTS-koordinator, der balancerer og administrerer det samlede tidsforbrug. I den forbindelse vil der både være et mindre antal virksomheder der vil behøve færre end 20 timer og ligeledes et mindre antal virksomheder der vil behøve helt op til 40 timer.
- Den faktiske fordeling af timeanvendelsen forelægges styregruppen halvårligt sammenholdt med erfaringer og evalueringer på tjek i forhold til timeforbrug ved styregruppemøder og såfremt der ikke er balance i forbrug og resultat har styregruppen mandat til at skrue op og ned for andelen med større og mindre timeforbrug.

8.4 Kompetencecenter baseret dokumentation

De gennemførte innovationstjeks skal dokumenteres, så de kan danne baggrund for en løbende erfaringsopsamling om de lære- og inspirationsprocesser, som styrker innovation og vækst i SMV.

Innovationsagentordningen skal arbejde for at skabe et "virtuelt center of excellence" med viden om coaching af SMV i innovation og teknologiudvikling.

- Som et kompetencecenter vil Innovationsagenterne udvikle et sæt standardmetoder og værktøjer til gennemførelse af innovationstjekaktiviteten. Dette vil danne grundlag for en grundig Innovationsagenttræning, der dækker systemer, proces, videnformidling og opfølgning.
- Innovationsagenterne vil identificere en række internationale operatører af tilsvarende ordninger og iværksætte udveksling af erfaringer og god praksis inden for vejledning af SMV i innovation og teknologiudvikling. Lignende programmer fra andre lande vil blive inviteret til at redegøre for deres metoder og resultater foruden at Innovationsagenterne vil redegøre for de erfaringer, der er gjort i det forgangne år. Innovationsagenterne vil i den forbindelse hvor muligt involvere en masterkandidat eller ph.d.-studerende i indsamling, analyse og præsentation af danske data.

8.5 Styrkede forretningssystemer

Innovationsagentordningens forretningssystemer og dokumentations-grundlag bør styrkes. Dette kan ifølge evalueringen eventuelt ske ved at helt eller delvist at udnytte den platform, som allerede er skabt for væksthuse.

- Vi vil opsøge samarbejde med Væksthuse omkring deres CRM-plattform under hensyntagen til persondatalovens regler med henblik på at skabe større gensidig indsigt om de virksomheder vi arbejder med i de to systemer. Det skal gerne skabe grobund for at øge antallet af henvisninger mellem de to systemer.
- Vi vil forbedre Innovationsagenternes CRM-system, således at systemet bliver webbaseret og mere automatiseret samtidig med at det skal være muligt at registrere de data, der er nødvendige for løbende at dokumentere proces, resultat og effekt af projekt gennemført mellem virksomhed og videnrådgiver.

8.6 Løbende kvalitetsforbedring

Ved brug af dataindsamling og målinger bør der løbende arbejdes med at forbedre kvaliteten i kerneprocesserne a) indledende kontakt/screening, b) innovationstjek og c) tjekrapport og henvisninger til andre parter. Dette skal ligeledes bidrage til løbende at opkvalificere innovationstjekkerne.

- Styrkelse af den formaliserede screeningsprocedure pr. telefon ved kanvas og opfølgning på leads fra andre aktører:
 - Der vil være krav om, at agenten har talt med virksomheden (per tlf.) inden første møde.
 - I den udstrækning det er muligt indgår selvtest-data i forberedelse af første møde både for virksomhed og agent.
 - Der sendes en formel mødeindkaldelse med den aftalte dagsorden, som sikrer at virksomheden har forstået og accepteret formålet med tjekket.
 - Der gennemføres ligeledes en formel mundtlig opsamling efter hvert møde.
 - Herefter gennemføres opfølgning på møderapporten, dens indhold samt videreførsler
- Forberedelse af møde, indlevelse i virksomhedens udfordringer, selve Innovationstjekket og møderapport er allerede dækket af den nuværende evaluering og fortsættes i den nuværende form.
- Dataopsamling og analyse af data anvendes til justering af metoder, værktøjer, processer og afspejles ligeledes i forbedringer af standarder og træningsmaterialet.

8.7 Kvalitative analyser af videreførte kunder

Der skal indsamles fælles data om kundetilfredshed og kundeværdi i forhold til SMV af de offentlige og private innovationsrådgivere som der henvises til, hvad bidrager de egentligt med. I forlængelse heraf bør der arbejdes med en mere systematisk og resultatbaseret udvælgelse af relevante videnleverandører.

- Vi vil med årligt ca. 30 kvalitative interviews hos de videreførte virksomheder skabe indsigt og forståelse for hvilke konkrete erfaringer virksomhederne har i arbejdet med videnleverandører i innovationsprojekter, f.eks. ønsker vi at afdække om udbyttet i vidensamarbejdet har medført kvantitativ vækst og kvalitative forandringer i virksomheden. Vi vil her se ikke bare på det konkrete udbytte, men også på at undersøge de uforudsete, kvalitative sidegevinster samt opsatte produkt og servicemæssige mål i de enkelte virksomheder. Disse analyser vil dog ske med en forskydning fra innovationstjekafslutningstidspunkt på 3-4 måneder (det vil sige, at nogle tjeks i 2016 vil først få vurderet videreførslen i 2017).
- De kvalitative undersøgelser skal også afdække på hvilke områder i virksomhederne, der især skal fokuseres for at lykkes med innovations tiltag. Er det ledelse eller organisationsprocesser, eller er det holdninger og værdier som bedst understøtter en velgennemført innovation? Eller er der brug for en 'mellem-aktør' til at facilitere de igangsatte forløb for at komme i mål og for at sørge for at tilført viden anvendes fremadrettet i virksomheden.
- Udvælgelsen af relevante videnleverandører er erfaringsmæssigt spredt over mange forskellige institutioner og virksomheder, fordi de innovationstjekkede virksomheder har så forskellige behov. Derfor har vi valgt at afdække virksomhedernes opmærksomhedspunkter i gennemførelsen af innovationsprojekter som omdrejningspunkt for at inspirere til at højne kvaliteten fra videnleverandørerne.

8.8 Gensidige henvisninger med andre aktører i erhvervsfremmesystemet

Der bør arbejdes for at skabe konkrete samarbejdsforløb med innovations-netværk, universiteter og private rådgivere for at fremme den gensidige henvisning, videreførsel og SMV kontaktskabelse. Innovationstjekket bør bruges som afsæt for også at afsøge muligheder og behov for partnerskaber og værdikæderelationer med andre virksomheder (ex. samarbejde om værdikæder, systemsalg, out/insourcing).

- Samarbejdsforløb med innovationsnetværk, universiteter og private rådgivere sker allerede, men vil blive yderligere formaliseret i den kommende periode med sambesøg, seminarer og workshops.
- Understøttelse af værdikædesamarbejde og systemintegration vil ske ved, at vi dels vil forelægge virksomhederne muligheden for at de kan pege på andre virksomheder i deres værdikæde som ligeledes kunne have glæde af et innovationstjek med henblik på også at undersøge teknologi og innovations-samarbejdsflader mellem disse virksomheder (kunne også være større virksomheder, der udpeger underleverandører til innovationstjeks).
- Virksomheder kan også pege på kernekompetencer, som de ønsker at indgå et samarbejde med, og Innovationsagenten vil herefter lokalisere én eller flere virksomheder med disse kompetencer fra CRM-system eller væksthus databaser. Værdikædesamarbejde oprettes i CRM-systemet som selvstændigt målepunkt under henvisninger/videreførsler.

8.9 Oversigt over private rådgivere

Udarbejdes en kvalificeret fælles oversigt over private rådgivere inden for relevante teknologi- og rådgivningsområder med henblik på optimale videreførsler. Herunder undersøge mulighederne for flere sambesøg med andre rådgivere, hvor det er relevant og accepteret af virksomhederne.

- Innovationsagenterne har påbegyndt udarbejdelse af en fælles elektronisk liste over private rådgivere inden for specifikke områder, som kobles direkte til CRM-databasen og hvor videnleverandører derfor på sigt kan udvælges ud fra kompetencer og referencer under hensyntagen til datafortrolighed. Innovationsagenterne vil ikke benytte listen til at registrere vurderinger af de private rådgivere, men udelukkende som en opgørelse over de private rådgivere som innovationsagenterne er i dialog med. På baggrund af klart definerede ønsker fra virksomhederne arrangeres i 2016-18 flere fælles virksomhedsbesøg med andre rådgivere fra innovationsnetværk, universiteter eller som private rådgivere for hurtigere at komme ind til kernen af innovationspotentiallet. Muligheder undersøges også via en årlig workshop for private rådgivere.

8.10 Samarbejde med lokale erhvervsfremmeaktører

Der bør arbejdes for flere konkrete samarbejdsforløb om arrangementer og temaspecifikke initiativer med lokale og regionale erhvervsfremmeaktører.

- Hovedparten af lokale erhvervsservice/råd har tilknyttet en Innovationsagent fra et GTS-institut til løbende sparring, screening af virksomheder og til fx iværksættelse af løbende uddannelse i virksomheder og netværk.
- Der gennemføres i 2015 kampagner målrettet kommunale erhvervscentre, som vil blive fulgt op i årene fremover.
- Innovationsagenterne vil fortsætte indsatsen med bidrag til lokale erhvervsfremmearrangementer i samarbejde med relevante aktører. Det formaliserede samarbejde med væksthuse vil fortsætte med dialogmøder og inspirationsbesøg hos hinanden, hvor væksthuskonsulenter og GTS-konsulenter udveksler kontakter, muligheder og aftaler konkrete samesøg eller overdragelser af virksomheder.

8.11 Dybere forståelse af innovationsinvesteringer og udbytter

Dybere forståelse for de krævede investeringer og indsatser i virksomhedernes innovationsprojekter, men også mulige effekter og resultater af disse investeringer som inspiration for andre.

- I forbindelse med ovennævnte 30 årlige kvalitative interviews vil vi med 15 af virksomhederne yderligere belyse de investeringer, indsatser og resultater som innovationsindsatserne har medført for bedre at forstå de sammenhænge der er mellem investeringer/indsatser samt resultater og effekter.
- Gennem en praksisnær analyse af erfaringer, modenhed og barrierer i forhold til gennemførelse af et godt innovationstjek med efterfølgende succesfuldt innovationsprojekt opstiller vi en række oplevede og reelle barrierer for det at kunne udnytte innovationstjekket og de efterfølgende innovationsprojekter i virksomheden.
- Ud fra interviewene definerer vi karakteristika for hvordan virksomheder arbejder med at omsætte innovationstjekket til konkret innovation. Vi udarbejder en forklaring af de vigtigste barrierer for de definerede virksomhedstyper.
- Vi sammenholder de kvantitative analyser i evaluering af innovationstjekket med resultaterne fra denne kvalitative analyse og udarbejder en kort vejledning til hvordan virksomheder med innovationstjekket og bestemte greb i det efterfølgende innovationsforløb kan overvinde oplevede og reelle barrierer for innovation.
- Disse anbefalinger vil vi anvende til at forbedre ordningen i en iterativ udvikling over de næste 3 år. Anbefalingerne vil også komme virksomheder til gode, der skal i gang med et innovationstjek og et efterfølgende innovationsprojekt. Det offentlige erhvervsfremmesystem vil også få indsigt i hvordan barrierer kan nedbrydes blandt SMV'er. Vi vil hvor det er muligt i samarbejde med

udvalgte universitetsforskere og studerende analysere sammenhænge mellem investeringer, indsatser og resultater, for på den måde at finde de eventuelle indikatorer der er afgørende for succes.

8.12 Branchevise opsamlinger som inspiration til andre

Branchevise opsamlinger og konklusioner fra de udfordringer Innovationsagenterne møder hos virksomhederne og de løsninger der bringes i spil – som inspiration og læring for fremtidige indsatser.

- Vi vil årligt tage kontakt til to brancher for i samarbejde med disse at udarbejde korte branchenotater, der giver inspiration til andre i branchen om, hvordan innovation og teknologi kan bidrage til forbedring af konkurrenceevnen.
- Brancherne udvælges på basis af samarbejdet med brancheforeningerne, givet tjekaktivitet med målgruppen og der gennemføres efterfølgende kampagneaktiviteter med brancherne.

Bilag 1: Milepæle per år

Centrale milepæle per år 2016-2018

Milepæle 2016

Milepæle - udviklingstiltag til løbende forbedring af ordningen	2016 Kvartal
Implementering af ny profil med fokus på teknologisk innovation i trykte og virtuelle materialer.	Q1
Udarbejdelse af selvtest til virksomheder så de kan vurdere deres parathed til innovationstjek og innovation	Q1
Test og korrektion af selvtest	Q2
Forbedring af Innovationsagenternes CRM system med henblik på at effektivisere dataregistrering, datapræsentation og skabelse af læringsinput	Q2-Q3
Udvikling af et sæt af standardmetoder og -værktøjer til gennemførelse af innovationstjekaktiviteten med tilhørende uddannelsesmateriale	Q2
Innovationsagentuddannelsesdage for nye agenter i systemer, proces, vidensformidling og opfølgning (afhængig af antal nye agenter)	Q2 og Q4
Interne uddannelses- og netværksdage i ordningen	Q2, Q3 og Q4
Et seminar med lignende international operatør til viden- og erfaringsudveksling med henblik på at forbedre ordningen yderligere	Q2
Gennemførelse af 30-40 fælles virksomhedsbesøg med videnleverandører eller erhvervsrådgivere fra væksthuse og/eller kommunal erhvervschef/konsulenter	Q4
Samarbejde om virksomhedshenvisninger og bidrag til kommunale erhvervscentre/erhvervsrådsworkshops og seminarer i 45 kommuner	Q4
Interne dialogmøder og inspirationsbesøg med væksthuse	Q2 & Q4
Udarbejdelse af korte branchenotater sammen med to givne brancher og tjekkede virksomheder som inspiration til andre virksomheder i branchen	Q2 & Q4
Andelen af innovationstjeks i sektorer samt regioner skal udlignes i forhold til at prioritere de i 2015 underrepræsenterede regioner og sektorer	Q4

Centrale milepæle per år	2016 Antal
Antal kontaktede virksomheder	1330
Minimum antal innovationstjekkede virksomheder	475
Antal virksomheder der som minimum modtager en henvisning*	475
Antal videreførte virksomheder	290

Antal virksomheder videreført til private rådgivere	104
Antal virksomheder videreført til videninstitutioner	186
Heraf antal virksomheder videreført til innovationsnetværk/universitet	70
Antal virksomheder med igangsat projekt	174
Antal innovationstjekkede virksomheder der gennemfører evaluering af innovationstjek og møderapport (2/3 del)	313
Procentdel af virksomheder der er tilfredse med innovationstjekket	80 %
Antal innovationstjekkede og videreførte virksomheder der gennemfører kvalitativ evaluering af innovationsprojekt	30
Antal innovationstjekkede og videreførte virksomheder der gennemfører kvantitativ undersøgelse af investeringer og udbytter ved innovationsprojekt	15

*der efterstræbes henvisninger til et bredt spektrum af videnleverandører og der måles på specifikke henvisninger

Milepæle per år for formidlingsaktiviteter	2016
Arrangementer i samarbejde med ordningens samarbejdspartnere	9
Skræddersyede indsatser mod specifikke brancher baseret på erfaringsdata	2
Sektor- eller temaspecifikke formidlingskampagner (formidling via medier og events) med relevante samarbejdspartnere	2
Case-beskrivelser af innovationstjekkede virksomheder til formidling, læring og promovering af ordningen.	18
PR: Artikler og omtale på baggrund af case-beskrivelserne/specifikke temaer i nationale medier	3
PR: Artikler og omtale på baggrund af case-beskrivelserne/specifikke temaer i regionale medier og fagpresse	10
Formidlingsarrangementer baseret på samarbejde med et eller flere Væksthuse	3
Samarbejde med innovationsnetværk om netværksdannelse for SMV og medlemskabsopbygning i innovationsnetværkene	6
Samarbejde med universiteter om workshops, hvor SMV-problemstillinger matches til forskning og kompetencer på universitetet	3
Samarbejdsforløb med forskellige kategorier af private rådgivere med henblik på at formidle relevante rådgiverkompetencer til SMV.	2
Unikke besøgende på projektets hjemmeside www.innovationstjek.dk	4000

FI og styregruppen for Innovationsagentordningen evaluerer i september den årlige kvote for virksomheder med under 5 ansatte m.h.p. evt. ændring af kvoten i 2017.

Milepæle 2017

Milepæle - udviklingstiltag til løbende forbedring af ordningen	2016 Kvartal
Implementering af justeret selvtest for virksomheder eller gennemførelse af alternativ screeningsindsats på baggrund af evalueringsdata og kvalitativ/kvantitativ analyse	Q1
Revision af standardmetoder, -værktøjer og uddannelsesmaterialer på baggrund af evalueringer, kvalitative og kvantitative analyser	Q2
Innovationsagentuddannelsesdage for nye agenter i systemer, proces, vidensformidling og opfølgning (afhængig af antal nye agenter)	Q2 og Q4
Interne uddannelses- og netværksdage i ordningen	Q2, Q3 og Q4
Et seminar med lignende international operatør til viden- og erfaringsudveksling med henblik på at forbedre ordningen yderligere	Q2
Gennemførelse af 30-40 fælles virksomhedsbesøg med videnleverandører eller erhvervsrådgivere fra væksthuse og/eller kommunal erhvervschef/konsulenter	Q4
Samarbejde om virksomhedshenvisninger og bidrag til kommunale erhvervscentre/erhvervsrådsworkshops og seminarer i 45 kommuner	Q4
Interne dialogmøder og inspirationsbesøg med væksthuse	Q2 & Q4
Udarbejdelse af korte branchenotater sammen med to givne brancher og tjekkede virksomheder som inspiration til andre virksomheder i branchen	Q2 & Q4
Andelen af innovationstjek skal hæves i forhold til at prioritere de i 2016 underrepræsenterede regioner og sektorer	Q4

Centrale milepæle per år	2017
Antal kontaktede virksomheder	1330
Minimum antal innovationstjekkede virksomheder	475
Antal virksomheder der som minimum modtager en henvisning*	475
Antal videreførte virksomheder	290
Antal virksomheder videreført til private rådgivere	104
Antal virksomheder videreført til videninstitutioner	186
Heraf antal virksomheder videreført til innovationsnetværk/universitet	70
Antal virksomheder med igangsat projekt	174
Antal innovationstjekkede virksomheder der gennemfører evaluering af innovationstjek og møderapport (2/3 del)	313
Procentdel af virksomheder der er tilfredse med innovationstjekket	82 %

Antal innovationstjekkede og videreførte virksomheder der gennemfører kvalitativ evaluering af innovationsprojekt	30
Antal innovationstjekkede og videreførte virksomheder der gennemfører kvantitativ undersøgelse af investeringer og udbytter ved innovationsprojekt	15

*der efterstræbes henvisninger til et bredt spektrum af videnleverandører og der måles på specifikke henvisninger

Milepæle per år for formidlingsaktiviteter	2017
Arrangementer i samarbejde med ordningens samarbejdspartnere	9
Skræddersyede indsatser mod specifikke brancher baseret på erfaringsdata	2
Sektor- eller temaspecifikke formidlingskampagner (formidling via medier og events) med relevante samarbejdspartnere	2
Case-beskrivelser af innovationstjekkede virksomheder til formidling, læring og promovering af ordningen.	18
PR: Artikler og omtale på baggrund af case-beskrivelserne/specifikke temaer i nationale medier	3
PR: Artikler og omtale på baggrund af case-beskrivelserne/specifikke temaer i regionale medier og fagpresse	10
Formidlingsarrangementer baseret på samarbejde med et eller flere Væksthuse	3
Samarbejde med innovationsnetværk om netværksdannelse for SMV og medlemskabsopbygning i innovationsnetværkene	6
Samarbejde med universiteter om workshops, hvor SMV-problemstillinger matches til forskning og kompetencer på universitetet	3
Samarbejdsforløb med forskellige kategorier af private rådgivere med henblik på at formidle relevante rådgiverkompetencer til SMV.	2
Unikke besøgende på projektets hjemmeside www.innovationstjek.dk	4000

Milepæle 2018

Milepæle - udviklingstiltag til løbende forbedring af ordningen	2016 Kvartal
Validering og justering af screeningsindsats på baggrund af evaluering og virksomhedsdata	Q2
Revision af standardmetoder, -værktøjer og uddannelsesmaterialer på baggrund af evalueringer, kvalitative og kvantitative analyser	Q2
Innovationsagentuddannelsesdage for nye agenter i systemer, proces, vidensformidling og opfølgning (afhængig af antal nye agenter)	Q2 og Q4
Interne uddannelses- og netværksdage i ordningen	Q2, Q3 og Q4

Et seminar med lignende international operatør til viden- og erfaringsudveksling med henblik på at forbedre ordningen yderligere	Q2
Gennemførelse af 30-40 fælles virksomhedsbesøg med videnleverandører eller erhvervsrådgivere fra væksthuse og/eller kommunal erhvervschef/konsulenter	Q4
Samarbejde om virksomhedshenvisninger og bidrag til kommunale erhvervscentre/erhvervsrådsworkshops og seminarer i 45 kommuner	Q4
Interne dialogmøder og inspirationsbesøg med væksthuse	Q2 & Q4
Udarbejdelse af korte branchenotater sammen med to givne brancher og tjekkede virksomheder som inspiration til andre virksomheder i branchen	Q2 & Q4
Fordelingen af innovationstjeks på tværs af regioner og sektorer skal kompensere for eventuelle underrepræsentationer i 2017	Q4

Centrale milepæle per år	2018
Antal kontaktede virksomheder	1340
Minimum antal innovationstjekkede virksomheder	475
Antal virksomheder der som minimum modtager en henvisning*	475
Antal videreførte virksomheder	290
Antal virksomheder videreført til private rådgivere	104
Antal virksomheder videreført til videninstitutioner	186
Heraf antal virksomheder videreført til innovationsnetværk/universitet	70
Antal virksomheder med igangsat projekt	174
Antal innovationstjekkede virksomheder der gennemfører evaluering af innovationstjek og møderapport (2/3 del)	313
Procentdel af virksomheder der er tilfredse med innovationstjekket	85 %
Antal innovationstjekkede og videreførte virksomheder der gennemfører kvalitativ evaluering af innovationsprojekt	30
Antal innovationstjekkede og videreførte virksomheder der gennemfører kvantitativ undersøgelse af investeringer og udbytter ved innovationsprojekt	15

*der efterstræbes henvisninger til et bredt spektrum af videnleverandører og der måles på specifikke henvisninger

Milepæle per år for formidlingsaktiviteter	2018
Arrangementer i samarbejde med ordningens samarbejdspartnere	9
Skræddersyede indsatser mod specifikke brancher baseret på erfaringsdata	2
Sektor- eller temaspecifikke formidlingskampagner (formidling via medier og events) med relevante samarbejdspartnere	2

Case-beskrivelser af innovationstjekkede virksomheder til formidling, læring og promovering af ordningen.	18
PR: Artikler og omtale på baggrund af case-beskrivelserne/specifikke temaer i nationale medier	3
PR: Artikler og omtale på baggrund af case-beskrivelserne/specifikke temaer i regionale medier og fagpresse	10
Formidlingsarrangementer baseret på samarbejde med et eller flere Væksthuse	3
Samarbejde med innovationsnetværk om netværksdannelse for SMV og medlemskabsopbygning i innovationsnetværkene	6
Samarbejde med universiteter om workshops, hvor SMV-problemstillinger matches til forskning og kompetencer på universitetet	3
Samarbejdsforløb med forskellige kategorier af private rådgivere med henblik på at formidle relevante rådgiverkompetencer til SMV.	2
Unikke besøgende på projektets hjemmeside www.innovationstjek.dk	4000

Bilag 2: Oversigt over samarbejdsrelationer

Innovationsagenterne har gennem den sidste resultatkontraktperiode opdyrket og skabt samarbejde med en lang række andre erhvervsfremmeaktører. Det vil i dette bilag fremgå med hvem og på hvilken måde, samarbejdet har fundet sted, og hvorledes dette samarbejde i den kommende resultatkontraktperiode skal udvikles og styrkes.

Private rådgivere:

Innovationsagenterne har i den forgangne resultatkontraktperiode haft fokus på dialog og samarbejde med private rådgivere. Vi har afholdt arrangementer, hvor vi har inviteret private rådgivere inden for og lagt op til samarbejde. Fx afholdt Innovationsagenterne september 2014 fire arrangementer, hvor næsten 150 private rådgivere deltog. Det gav anledning til at starte en positiv dialog omkring gensidigt samarbejde. Derudover har det givet ordningen gode henvisnings- og videreførelsesmuligheder, og samtidig har det givet en masse ambassadører rundt om i Danmark, der er med til at formidle mulighederne i Innovationsagent-ordningen over for ordningens målgruppe.

I den kommende RK-periode vil ordningen fortsat have fokus på at styrke relationen til de private rådgivere. Vi vil årligt afholde et eller flere arrangementer med relevante partnere, fx kommunale erhvervsservice, der er henvendt til enten private rådgivere som en samlet gruppe – hvilket vi har haft succes med tidligere – eller gå efter mere branchespecifikke rådgivere, hvis der er en branche, hvor vi mangler konkrete henvisnings- og videreførelsesmuligheder. Vi vil også opfordre de private rådgivere til sambesøg, hvor enten vi eller de selv kommer med en egnet virksomhed.

Kommunale erhvervsservices og erhvervsråd:

Landets 98 kommuner er blevet fordelt mellem de 9 GTS'er, så hvert institut har ansvaret for kontakt og samarbejde med en række kommunale erhvervsservice. Der har været afholdt møder med stort set alle erhvervsråd/-service.

I den kommende resultatkontraktperiode vil ordningen fortsat have fokus på at styrke de gode relationer til erhvervsråd/-services med henblik på samarbejde omkring den enkelte kommunes medlemsvirksomheder. De har med deres lokale kendskab adgang til at pege på de meste innovationsparate virksomheder. Det kan foregå i form af fælles arrangementer, sam-besøg og samarbejde om henvisninger og videreførelser.

Universiteter, professionshøjskoler og akademier:

Innovationsagenterne har et stærkt netværk gennem større projekter, konsortier og innovationsnetværk og har fået mange gode indgange til de forskellige universiteter, professionshøjskoler og akademier rundt om i landet. Derudover har vi opsøgt samarbejde gennem dialog med og besøg hos en række universiteter, og der er gennemført en række fælles arrangementer. (Se eksempel nedenfor: How to Crowd Power Your Company). Universiteterne er på samme måde som de kommunale erhvervsservices fordelt mellem de 9 GTS'er. Eksempler på samarbejdspartnere:

- Akademiet Metropol
- DTU
- Københavns Universitets Tech Trans enhed
- AU
- MAPP Center
- Aalborg Universitet
- EASV, Erhvervsakademi Sydvest
- VIA
- SDU

- RUC
- CBS

I den kommende resultatkontraktperiode vil ordningen fokusere på at udbygge det gode samarbejde, så de virksomheder vi kommer i kontakt med, får det ultimative udbytte. Det kan ske både gennem arrangementer, interne møder og sambesøg. De gode relationer er vejen ind til de gode henvisnings- og videreførelsesmuligheder.

Innovationsnetværk og klynger samt deres sekretariatet Cluster Excellence Denmark:

InnovationsAgenterne har i forbindelse med andre arbejdsopgaver en række forpligtelser med innovationsnetværk. Eller vi har kolleger, der er en del af diverse innovationsnetværk og klynger. Derfor har ordningen en meget stærk indgang til viden og arrangementer inden for de forskellige temaer og brancher. Her kan nævnes:

- Invio
- Service Platform
- InnoPro/CENSEC
- Innovationsnetværket Livsstil - Bolig og Beklædning
- Robocluster
- Biopeople
- Materialenetværket
- Dansk lyd
- Dansk lys
- Dakofa
- Miljøteknologi
- Copenhagen Cleantech Cluster
- Infinit
- Biomasse
- INBIOM
- iPower
- Lean Energycluster
- Offshore.dk
- Vand i byer
- Food network
- Innobyg
- Transport Innovationsnetværk
- Oplevelses økonomi
- Brandbase
- IT Finans

Vi vil fortsat have fokus på at styrke de gode relationer, der er blevet opbygget gennem den nuværende RK-periode med diverse innovationsnetværk og klynger og ikke mindst opsøge nye muligheder for samarbejde til gavn for virksomhederne. Samarbejdet med klynger og innovationsnetværk kommer til udtryk gennem fælles arrangementer, sambesøg og mulige PR-temaer. Derudover fungerer disse som vigtige henvisnings- og videreførelsesmuligheder.

Andre erhvervsfremmeaktører:

Ordningen har løbende fokus på at komme i dialog med andre erhvervsfremmeaktører og brancheforeninger. Kontakten til disse har fundet sted på forskellig vis. Nogle har deltaget på ét af Innovationsagenternes tre årlige, interne netværksdage, hvor de har givet et oplæg (fx Innovationsfonden, Patent- og Varemærkestyrelsen og Dansk Standard), nogle er der blevet afholdt møder med (fx MIDA i Trekantområdet, Dansk Erhverv, Dan-ETV og Dansk Erhvervsfremme). Andre har fået tilsendt eller bidraget til relevante artikler, som efterfølgende kan sendes til deres medlemsvirksomheder. Og nogle har vi afholdt arrangementer i samarbejde med. Fx blev arrangementerne rettet mod de private rådgivere i 2014 afholdt i samarbejde med Dansk Erhverv. Arrangementet: How to Crowd Power Your Company blev afholdt i samarbejde med VIA University College, Danish Crowdsourcing, DEA, AU og We Economy.

Offentlige kapital aktører:

- Vækstfonden
- InnovationsFonden
- Eksportkreditfonden

Erhvervsorganisationer

- Dansk Industri
- Dansk Erhverv
- Dansk erhvervsfremme
- Arbejdsgiverne og andre brancheforeninger (Vi vil udvælge specifikt relevante brancher til samarbejde om samesøg og fælles temaarrangementer og formidling med brancheorganisationer).

Andre organisationer

- Connect Denmark (I den nuværende RK-periode, har InnovationsAgenterne deltaget i en række pitch-træninger gennem Connect Denmark. Den kommende periode vil have fokus på at henvise virksomheder, der har udfordringer omkring etablering af en professionel bestyrelse i virksomheden til Connect Denmark Connect DK har en matchmaking ydelse, hvor de kan hjælpe med at identificere relevante kandidater til bestyrelsesposter.
- Dansk Produktionsunivers
- Center for industri i Bjerringbro
- DanETV og ETA Danmark
- Dansk Standard
- Danish Crowdsourcing
- MADE
- DEA

Ordningen vil fortsætte med at styrke allerede eksisterende relationer til andre erhvervsfremmeaktører og opsøge nye. Dette med fokus på både samarbejde om arrangementer, samesøg og som henvisnings- og videreførelsesmulighed.

Væksthuse

Der har gennem den nuværende RK-periode været afholdt møder med alle Væksthusene omkring sambesøg, gensidige samarbejds- og henvisningsmuligheder. Det har ført til mange henvisninger og videreførsler til væksthuse.

Derudover har vi været i dialog med Væksthusene med henblik på at skabe større synergieffekt mellem vores tilbud til virksomhederne og ad den vej optimere vores dialog og vejledning til de enkelte virksomheder.

I den kommende RK-periode vil ordningen fortsat fokusere på at udbygge og styrke samarbejdet med Væksthusene med henblik på at give virksomheder den rette indgang på rette tidspunkt.

GTS

Da Innovationsagenterne har deres daglige gang rundt om på de ni GTS'er, er de tekniske fagkompetencer naturlige samarbejdspartnere i ordningen. Der er over den nuværende RK-periode blevet afholdt en række arrangementer i samarbejde med GTS'er. Fx temadag om genanvendelse af plast og temadag om fødevarekontaktmateriale.

I den kommende resultatkontraktperiode vil vi forsat have fokus på at formidle den teknologiske viden, der bliver udviklet i GTS-systemet, herunder de RK aktivitetsplaner der bliver udviklet i den kommende Resultatkontraktperiode til relevante virksomheder. Det finder sted både gennem temaspecifikke arrangementer, sambesøg og som henvisnings- og videreførelsesmuligheder. Derudover sættes der fokus på at formidle ordningens muligheder over for kollegerne i GTS-systemet.

Internationale samarbejdspartnere

Flere lande vist interesse for InnovationsAgent-ordningen. I den forgangne kontraktperiode har Innovationsagenterne været i dialog og haft udvekslinger med repræsentanter fra følgende lande: Østrig (ønsker at implementere noget tilsvarende), Polen, New Zealand (har implementeret noget tilsvarende), Italien, Jordan, Algeriet (har undersøgt mulighederne for at etablering noget tilsvarende), Trinidad & Tobago, Rusland, Litauen og Latvia. OECD har endvidere udarbejdet et god praksis case studie på Innovationsagenterne som skulle blive lanceret i efteråret 2015.

Vi er åbne overfor at fortsætte udveksling af metoder og god praksis med andre operatører af sådanne SMV-rettede innovationsservices i den kommende periode.

Bilag 3: Evalueringsmodel for Innovationsagenterne

Evalueringsmodellen for innovationsagenterne har følgende tre elementer:

- Evaluering af innovationstjekket
- Analyse af videreførsel og samarbejde med videnpartner
- Analyse af investeringer og udbytter ved innovationer i SMV

Evaluering af innovationstjekket

Evalueringen af selve innovationstjekket, omfatter oplevelse og resultater ud fra kontaktskabelse, identifikation af innovationsmuligheder, perspektiver på det videre forløb og samarbejdsskabelse. Der evalueres to måneder efter afslutning af tjekket.

Formatet for evalueringen fastlægges af projektleder i samspil med styregruppen ud fra retningslinjer, der minimum opfylder:

- Udsendelse af spørgeskema til virksomheden efter afsluttet tjekforløb
- Evalueringen skal kunne frembringe en tilfredshedsindeksering inden for projektets målsætninger
- Evalueringen skal afdække konkrete forventede udbytteområder for de enkelte virksomheder.
- Evalueringen skal være basis for det læringsloop som innovationsagenterne skal udvikle sig videre i.

Der skal fremover opnås en svarprocent på minimum 66 % af de innovationstjekkede virksomheder, idet virksomhederne fra starten og i rapporten gøres opmærksomme på deres pligt til at medvirke i evalueringen. Virksomheder der ikke besvarer spørgeskemaet kontaktes telefonisk med henblik på samtalebaseret besvarelse af spørgeskema. Evalueringen indgår som en integreret del af den fremtidige udvikling og kvalificering (læring) af innovationsagentprogrammet.

Analyse af videreførsel og samarbejde med videnpartner

Med udgangspunkt i de videreførte virksomheder ønsker vi fremover at analysere de faktorer der spiller en afgørende rolle for at videreførelserne bliver til frugtbart samarbejde med videnpartnerne. Det vil vi gøre gennem 30 kvalitative interview/år med fokus på hvilke elementer der styrkede gennemførelse af innovationsprojekterne og hvilke elementer der svækkede gennemførelsen. På den måde ønsker vi at opnå en viden der kan formidles til vore videnpartnere, som konstruktiv indsigt i *virksomhedernes reelle udfordringer i arbejdet med innovation (se afsnit 8.7 for yderligere beskrivelse)*.

Analysen af de indsatser, de beslutninger og de dynamikker i forbindelse med gennemførelsen af innovationsprojekter i de videreførte virksomheder baserer sig på en kvalitativ tilgang. Det betyder, at der er fokus på realisme som validitetskriterium. Det vurderer vi, er det rigtige kriterium, fordi det netop drejer sig om at opbygge og strukturere viden og erfaringer på baggrund af praksis.

Der er fokus på kvalitative forskelle i modenhed, handlinger og strukturer i virksomhederne for at komme til at forstå og videreformidle, hvad der virker for at fremme gennemførelsen af innovationsprojekter i SMV. Det betyder også, at det ikke er antallet af virksomheder, der indgår i analysen, som er vigtigt, men derimod er variationer og realismen i datagrundlaget vigtigt, og den strukturerede og styrede dataanalyse i opbygningen af udfordringstyperne. Dette er til forskel fra en repræsentativ spørgeskemaundersøgelse, hvor antallet er vigtigt, og hvor validitetskriteriet er generalisering.

Vi ønsker at opdele virksomhedernes erfaringer i virksomhedscases baseret på mønstre og ligheder i erfaringerne, der opsummerer, hvad der er af muligheder for en given virksomhedstype, og hvad der skal til, for at denne virksomhedstype kan udnytte potentialerne i innovation.

Mønstre og erfaringer kan findes som aspekter i: Partnerskaber med andre virksomheder, værdikæden, strategi, forretningsudvikling, markedsforståelse og markedsmodenhed, virksomhedskultur, beslutningsprocesser og forankring af teknologisk innovationsprojekter i virksomheden, teknologisk udviklingsniveau, kompetenceniveau i virksomheden og dermed adgang til og udnyttelse af de rette rådgivere og de rette kompetencer.

Analyse af investeringer og udbytter ved innovation i SMV

Blandt ovenstående 30 videreførte virksomheder udvælges yderligere 15 virksomheder, hvor vi påtænker at analysere investeringsbehovet og de finansielle og ikke-finansielle udbytter af innovation. Denne analyse vil ske minimum et år efter at innovationstjekket gennemføres for at sikre et langsigtet perspektiv og i visse tilfælde senere endnu.

Analysen vil gennem interviews afdække følgende i forbindelse med innovationsindsatserne i virksomheden:

Investeringer	Udbytter
Gennemførte/planlagte ansættelser	Ny eller forbedret praksis indført i virksomheden
Gennemført/planlagt kompetenceudvikling	Ny eller forbedret viden integreret i virksomheden
Internt udviklingsarbejde	Nye eller forbedrede kompetencer udviklet i virksomheden
Køb af ekstern rådgivning	Ny eller forbedret forretningsmodel indført/under udvikling
Ansøgt/bevilliget F&U støtte	Nyt eller forbedret produkt/ny eller forbedret service
Køb/leasing af nyt udstyr, systemer, software	Ny eller forbedret proces
Ændringer i organisationen	Nyt eller forbedret markedsføringstiltag indført
Aktiv deltagelse i netværk	Engagement med nye partnere
Aktivt samarbejde med universiteter/akademier (herunder med studerende)	Forventet øget værdi til kunderne af ydelser
	Forventet/øget salg
	Forventet/øget indtjening
	Forventet/øget konkurrenceevne

Bilag 4: Formidlingsaktiviteter og målsætninger

Innovationsagent-ordningen forventer at formidle ordningens og andre innovationsfremmende muligheder til mere end 4.000 danske SMV over hele den 3-årige periode. Det vil ske igennem kampagner og formidlingsarrangementer, der gennemføres af Innovationsagenterne alene eller sammen med ordningens mange samarbejdspartnere – se listen over samarbejdspartnere i bilag 3. Dertil kommer tilbud om selvtest i virksomhedernes innovationshøjde og -kapacitet. En test, der kan gennemføres uanset, om virksomheden ønsker at gå videre med et Innovationstjek eller ej.

1.400 af disse SMV vil endvidere få gennemført et Innovationstjek og 870 vil blive videreført til et innovationsprojekt med en erhvervsfremmeaktør fx videninstitution eller privat rådgiver.

InnovationsAgenterne deltager i årligt minimum 9 arrangementer i samarbejde med ordningens samarbejdspartnere?

InnovationsAgenterne gennemfører som minimum 2 årlige skræddersyede indsatser mod specifikke brancher baseret på erfaringsdata.

Der udarbejdes årligt minimum 18 case-beskrivelser af innovationstjekkede virksomheder til formidling, læring og promovering af ordningen. Disse case-beskrivelser danner afsæt for PR for ordningen og kan have både generel karakter samt et mere branche- eller temaspecifik karakter. Minimummålene for denne formidlingsindsats er redegjort for i milepælene nedenfor.

Der udveksles løbende erfaringer med andre internationale ordninger med henblik på udvikling og fastholdelse af god praksis i ordningen. Det sker gennem dialog og gensidig kommentering på metoder, processer og resultater.

Der formidles løbende online via ordningens hjemmeside, sociale medier og andre innovations- og erhvervsfremmeaktørers hjemmesider. Se ovenfor under konkrete formidlingsaktiviteter, hvad ordningen vil fokusere på i denne kommende periode.

Konkrete formidlingsaktiviteter i Innovationsagentordningen 2016-18

Skriftlig kommunikation:

- Profilbrochuren omskrives, så det teknologiske innovationsfelt fremhæves og tydeligt defineres. De forrentningsmæssige, teknologiske udviklingsmuligheder for virksomhederne tydeliggøres herigennem. Det vil sige, at det tydeliggøres, hvad teknologi er i velkendte termer og vendinger for virksomhederne: fx inden for områder som teknik, materialer, overflader osv.
- På samme vis ændres ordningens præsentationsmateriale, så den skærpede teknologiske profil træder tydeligere frem.

Hjemmeside og andre former for digital kommunikation

- Hjemmesiden opdateres på samme vis med en skærpelse af ordningens teknologiske profil, samt virksomhedernes udbytte af et Innovationstjek.
 - Derudover skal hjemmesiden generelt have et løft rent tekstmæssigt
 - Man kunne lave en tilmeldingsblanket til virksomheder, forskere m.fl., der ønsker at være en henvisningsmulighed
 - Man kunne overveje at lave en hotline funktion/formular, hvor virksomheder, der måske ikke har brug for et Innovationstjek, men en bestemt kontakt i erhvervsfremmesystemet, kan indtaste et spørgsmål.
- Oprettelse af en eller flere LinkedIn-grupper. Mulige målgrupper:

- Virksomheder, der gerne vil være i løbende dialog med InnovationsAgenterne – både før og efter et tjek. Forbehold:
 - Efter tjekket har virksomheden ikke længere ”brug” for InnovationsAgenterne, da den kun kan få et tjek.
 - En åben gruppe kan give taletid til virksomheder, der ikke har været tilfreds med ordningen.
 - Ordningen vil gerne i kontakt med virksomheder, der ikke normalt bruger erhvervsfremmesystemet og ikke arbejder bevidst og struktureret med innovation. Disse virksomheder formodes ikke at være aktive på LinkedIn.
- Ordningens samarbejdspartnere
- Private rådgivere
- Andre henvisningsmuligheder

Ekstern formidling

- Der udarbejdes en beskrivelse af ordningen, som kan anvendes af diverse samarbejdspartnere til promovering af ordningen på deres respektive hjemmesider (Væksthus, erhvervsråd, brancheorganisationer, innovationsnetværk m.fl.). Samt en kort beskrivelse, der kan anvendes i nyhedsmails. Beskrivelserne skal gøre opmærksom på ordningens skærpede teknologiske profil, mulighederne for samarbejde omkring udvalgte temaer, muligheden for fælles arrangementer m.m. samt være et oplæg til øget samarbejde og gensidig henvisning af virksomhedsemner. InnovationsAgenter laver en oversigt til de forskellige samarbejdspartnere over, hvilken InnovationsAgent der er deres kontaktperson og indgang til ordningen.
- Større fokus på teknologisk innovation i cases. Udarbejdelse af flere case-hæfter inden for enten forskellige brancher, temaer eller andet.
- PR-arbejdet skal ligeledes have et større teknologisk fokus. Ud over PR baseret på cases, skal der arbejdes på at sætte bestemte temaer, trends og teknologier i fokus. Temaer, som kan belyses sammen med en eller flere samarbejdspartnere. Eksempler på temaer kunne være: turisme, produktion, service og ressourceeffektivisering.

Bilag 5: Organisering: Roller og opgaver

I dette bilag redegør vi for Innovationsagenternes organisering, roller og opgaver i de forskellige beslutningslag.

Styregruppe

Projektet styres overordnet af en styregruppe bestående af projektlederen, en repræsentant fra hvert af de ni GTS-institutter, Forsknings- og Innovationsstyrelsen samt GTS-sekretariatet. Styregruppens opgave er løbende at følge ordningen og påvirke den retning, den tager herunder at kommentere på temaer for kampagner m.v. Mødeaktiviteten er to gange årligt.

Projektleder

Styregruppen udpeger en projektleder. Projektleder er den øverst ansvarlige over for FI, for projektets gennemførelse, målopfyldelse og afrapportering. Projektleder har tillige ansvar for afrapportering ved styregruppemøder og er kontaktpunkt for GTS brancheforeningen. Projektleder er brohoved for etablering af samarbejder med relevante aktører som fx innovationsnetværk, Væksthuse, Erhvervsråd, brancheforeninger m.fl., der kan bidrage til projektet som helhed eller i forbindelse med de enkelte kampagner.

Sekretariatet

Som frontfigur i den generelle promovning af innovationstjektilbuddet, forventes sekretariatet at modtage en del henvendelser fra medierne, potentielle samarbejdspartnere og virksomheder. Det er sekretariatets ansvar at sikre at disse bringes videre til FU og/eller de ni GTS-kontaktpunkter, der sørger for at de udførende innovationsagenter kontakter virksomheder og samarbejdspartnere. Sekretariatet har ansvar for at indsatsen udføres via telefonvagtplan og kontaktflader via projektets hjemmeside, trykte brochurer og vedligeholdelse af CRM system.

Forretningsudvalg, FU

Forretningsudvalget rådgiver om den daglige drift og er med til at udarbejde konkrete kampagner, bistår i planlægning af videndeling og uddannelsesaktiviteter for agenterne. Deltagerne er koordinatorene fra alle ni GTS-institutter (minimum 4 GTS'er repræsenteret). Mødeaktiviteten er ca. fem gange årligt hvor af to møder gennemføres som telekonferencer og herudover efter behov. Indstillinger og rapporter til styregruppen behandles først i Forretningsudvalget.

Innovationsagenterne

Innovationsagenternes ansvar er primært at inspirere og udfordre virksomheder og gennemføre innovationstjek som beskrevet omkring innovationstjekforløbet, herunder iværksættelse af kampagner og deltagelse i arrangementer.

Herudover skal Innovationsagenterne levere den nødvendige dataregistrering og den ønskede dokumentation, fx fra projektleder og sekretariatet med henblik på udarbejdelse af case studier og artikler til medierne.

Styregruppen sammensætning, roller og opgaver:

Bemanding	Fokus/rolle	Opgaver
-----------	-------------	---------

Repræsentant fra: - Forsknings & Innovationsstyrelsen, - Én repræsentant fra hver af de ni GTS'er (minimum 4 GTS'er repræsenteret for at være beslutningsdygtig) - GTS-sekretariat Projektleder deltager i møderne.	Styregruppen er øverste organ og har repræsentation af alle ni GTS-institutter (minimum 4 GTS'er repræsenteret) • Politisk magtorgan • Sikre at nye nationale innovationsordninger koordineres/inddrages ift. agentarbejdet • Udpeger nye og relevante samarbejdspartnere og initiativer for ordningen • GTS sekretariat varetager formandskab af styregruppen • Budget	Styregruppens opgave er at monitorere projektets udvikling, sætte rammer for aktiviteter samt sikre hensigtsmæssig projektudførelse. Styregruppen varetager følgende opgaver: • Fastlægger overordnet strategi • Konstituerer projektleder (og har mulighed for at afsætte denne) • Justerer årligt strategi/årsplaner i forhold til evaluering • Sikrer orientering/hensyn til alle ni GTSinstitutter • Sparring og videnudveksling • Godkende relevante indsatsområder herunder kampagner
---	---	--

Projektleders rolle og opgaver:

Bemanning	Fokus/rolle	Opgaver
1 årsværk (PL har reference til styregruppen)	Projektlederens opgave er at tegne Innovationstjek-tilbuddet udadtil, som frontfigur ved arrangementer, gennem markedsføring samt som hovedkontakt ved opsøgning og etablering af samarbejdsrelationer. Profil: PL skal have betydelig erfaring med ledelse/ projektledelse, udadvendte aktiviteter og pressekontakt, samt adm. styring af projekter med flere parter. PL refererer til Styregruppen.	Projektlederen skal sikre at såvel FU som projektets partnere leverer de aftalte opgaver, samt forestå kontrakt-/aftaleforhold mellem parterne og med eksterne parter. PL er den øverst ansvarlige for afrapportering til FI. PL er tillige ansvarlig for koordinering med de eksterne samarbejdsparter. PL er primært kontaktpunkt. PL følger op på innovationstjek og kampagner og tilser tillige udførelsen af følgende aktiviteter: • Vedligeholdelse af web og database • Branding, markedsføring og PR • Administration og målopfyldelse • Template (innovationsværktøjer) • Oplæg til forretningsudvalg • Oplæg til dialog med relevante brancheforeninger m.m. • Økonomisk overblik over - og fordeling af opgaver/virksomheder

Forretningsudvalgets sammensætning, rolle og opgaver:

Bemanning	Fokus/rolle	Opgaver
Koordinatorer fra minimum fire af de ni institutter (med PL som mødeleder) De andre repræsentanter udover PL og referent findes på det første forretningsudvalgsmøde i 2016. Forretningsudvalg fungerer som koordinerende og planlæggende organ, men administrative, økonomiske og juridiske rutiner betjenes decentralt hos institutterne.	• Skal være det samlende punkt • Ophav og idéforum for generelle eller nationale forhold • Medvirke til og følge op på drift • KPI'er og forretningsplan	• Styring og koordinering af opgaver • PR, markedsføring og WEB • Udarbejde oplæg til styregruppe • Budgetansvarlig overfor PL • Levere oplæg til kampagneplan *) • Sikre ensartet afrapportering til PL, der er ansvarlig overfor FI • Rapportering • Evaluering

Bilag 6: Udkast til specifikation af selvtest

Efter den første 6 mdr. prøveperiode vil selvtesten i sit overordnede niveau tage ganske kort tid at udfylde og vil trække på andre grunddata via CVR databaserne for branche specifikke og regionale overblik. Selvtesten senere kunne udbygges til også af brugeren at kunne udvides for at gå dybere ned i de områder der interesserer virksomheden mest (her bygges videre på ordningens 360 graders model).

Innovationsbehovsafdækning

- Selvtesten vil som onlineværktøj foregå via et webbaseret analysemodul.
 - Selvtesten vil afdække innovationsbehov og forventninger samt teknologisk niveau i forhold til konkurrenter og virksomhedens forretningsmæssige ambitioner og mål.
1. Hvilke forandringer oplever din virksomhed?
 - a) Teknologisk udvikling?
 - b) Proces og værdikædeforandringer?
 - c) Markedsforhold der ændrer sig?
 2. Hvilke implikationer har disse forandringer for jeres konkurrencedygtighed?
 1. Nye markedsmuligheder
 2. Adgang til nye kundesegmenter
 3. Pres på pris
 4. Flere nye konkurrenter
 5. Nye forretningsmodeller
 6. Nye krav fra kunder og lovgivning
 3. Hvordan ønsker din virksomhed at adressere disse udfordringer?
 1. Udvikling af nye markeder
 2. Forbedring af eksisterende ydelser
 3. Udvikling af nye ydelser
 4. Reduktion af omkostninger igennem effektiviseringer
 5. Nye måder at nå ud til markeder på?
 4. Hvor godt præstere din virksomheder i forhold til konkurrenterne på følgende parametre?
 1. Markedsudvikling
 2. Produkter
 3. Service
 4. Proces
 5. Organisation
 5. Hvor kunne investeringer i teknologi spille en rolle i forhold til at forbedre præstationen på disse områder:
 1. Markedsudvikling
 2. Procesudvikling
 3. Organisationsudvikling
 4. Produktudvikling
 5. Strategisk forretningsudvikling
 6. På de områder hvor du ser teknologi og ny viden spille en rolle, hvilken sparring har du så konkret behov for?
 7. Hvad er jeres praktiske erfaringer med gennemførelse af innovationsprojekter?

Bilag 7: Erklæring om støtte under de minimis-forordningen

Til brug for vurdering af, hvorvidt et Innovationstjek⁵ kan foretages i overensstemmelse med statsstøttereglerne, skal virksomheden underskrive en erklæring om størrelsen af den støtte, som virksomheden tidligere har modtaget med henvisning til reglerne om de minimis-støtte⁶ i det indeværende og de to foregående år.

Virksomhedens navn: []

Projekttitel: InnovationsAgenterne - Innovationstjek

Erklærer hermed i indeværende og de to foregående regnskabsår at have modtaget [] kr. med henvisning til reglerne om de minimis-støtte⁷.

Støtten er modtaget (dato for tildeling)⁹: []

Under ordningen: []

Administrerende myndighed: []

Beløb: []

Virksomheden er bekendt med, at det ikke er lovligt at modtage støtte på mere end 200.000 € inden for en periode på tre regnskabsår, og at en overskridelse vil medføre krav om tilbagebetaling af den del af støtten, der overstiger beløbsgrænsen.¹⁰

⁵ Den samlede værdi af innovationstjekket er højst 40.000 DKK.

⁶ EU-Kommissionens Forordning (EU) Nr. 1407/2013 af 18. december 2013 om anvendelse af artikel 107 og 108 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde på de minimis-støtte, herefter benævnt de minimis-forordningen (offentliggjort i Den Europæiske Unions Tidende den 24. december 2013).

⁷ Hvis ingen støtte er modtaget, angives 0,00 kr.

⁸ EU-midler udgør ikke statsstøtte og skal derfor ikke tælles med opgørelsen af modtaget de minimis-støtte.

⁹ Støtten anses for tildelt på det tidspunkt, hvor modtageren har opnået ret til at modtage støtte, dvs. når et tilsagn er givet og ikke på selve udbetalingstidspunktet. Hvis virksomheden har modtaget støtte under mere end én ordning, angives oplysninger for hver gang støtte er modtaget.

¹⁰ I tilfælde af fusioner og virksomhedsoverdragelser skal der tages hensyn til al den de minimis-støtte, der hidtil er ydet til de fusionerende virksomheder, ved afgørelsen af, om ny de minimis-støtte til den nye eller den overtagende virksomhed overstiger det relevante loft, jf. de minimis-forordningen, art. 3, stk. 8.

Hvis en virksomhed spaltes i to eller flere selvstændige virksomheder, skal den de minimis-støtte, der blev ydet inden spaltningen, henregnes til den virksomhed, som den kom til gode, hvilket som udgangspunkt er den virksomhed, som overtager de aktiviteter, som de minimis-støtten blev anvendt til, jf. de minimis-forordningen, art. 3, stk. 9.

Undertegnede erklærer hermed, at ovennævnte oplysninger er korrekte.

Sted: [] Den (dato): []

Navn og stillingsbetegnelse: []