



# Referat

## Bornholms Vækstforum

**Den 11. september 2017, kl. 13:00 holdt  
Bornholms Vækstforum ordinært møde på  
Bornholms Kunstmuseum, Gudhjem.**

Mødet slut kl.

Medlemmer:

Bente Johansen

Christian Faurholdt Jeppesen

Erik Lund Hansen

Gabriella Jantzen

Henrik Kofod

Jane Wickmann

Jonna Nielsen

Lars Nørby Johansen

Laust Joen Jakobsen

Lene Feldthus Andersen

Lotte Helms

Mads Kofod

Mette Hansen

Morten F.Q. Iversen

Morten Rask

Pernille Bülow

Peter Vesløv

René Danielsson

Stine Mikkelsen

Søren Schow

Winni Grosbøll

Observatører:

Lea Wermelin

Peter Juel Jensen

Lars Kærulf Møller

Pernille Kofod Lydolph

Niels R. Larsen

Ernst Jensen

Indholdsfortegnelse:

- 1 Fraværende og bemærkninger til dagsorden
- 2 Siden sidst
- 3 Orientering ved Væksthus Hovedstadsregionen
- 4 Oplevelsesnetværk Bornholm - Midvejsevaluering
- 5 Midtvejsevaluering af kontrakt med Destination Bornholm
- 6 Midtvejsevaluering af kontrakt med BCB
- 7 Kommunikation: Status
- 8 Status på forbrug af EU-midler og regionale udviklingsmidler
- 9 Ansøgning: Udvikling af Bornholms Kulturuge, 2018-2020
- 10 Ansøgning: Oplevelsesnetværk Bornholm, fortsættelse
- 11 Ansøgning om Regionalfondstilskud til projekt Bæredygtig Bundlinje Bornholm
- 12 Opfølgning på Vækstforums temamøde - Det blå Bornholm
- 13 Overvågning af vækstvilkår
- 14 Erhvervsanalyse, 2017
- 15 Aktuelt og gensidig orientering
- 16 Næste møde

Åbent punkt

## **1 Fraværende og bemærkninger til dagsorden**

24.10.00P35-0052

<b>Behandling</b>	<b>Mødedato</b>	<b>Åbent punkt</b>	<b>Lukket punkt</b>
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	1	

### **Fraværende**

Lotte Helms, Lene Feldthus Andersen, Mads Kofod, Henrik Kofod, Laust Joen Jakobsen, Jonna Nielsen, René Danielsson, Pernille Bülow, Lea Wermelin, Peter Juel Jensen.

### **Bemærkninger til dagsordenen**

Ingen.

Åbent punkt

## 2 Siden sidst

24.10.00P35-0052

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	2	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum orienteres

### Resumé

Der gives med dette dagsordenspunkt en kort opdatering af, hvordan det er gået med Vækstforums indstillinger; beslutninger, der vedfører Vækstforums arbejde, høringer og evt. korte afrapporteringer på afsluttede projekter.

### Indstillinger og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at Bornholms Vækstforum tager orienteringen til efterretning.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 2:

Bornholms Vækstforum tog orienteringen til efterretning.

### Sagsfremstilling

Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget har på sit møde d. 7. juni godkendt følgende bevillinger fra de regionale udviklingsmidler (frie midler):

- 500.000 kr. til projekt "Folkemøde365"

Indstillingen er betinget af:

- at Folkemødet indlemmer erhvervseffekter i deres målsætninger og evaluering i form af indikatorerne "stigning i virksomhedernes omsætning og medarbejderantal" og "øget antal besøgende til Bornholm". Foreningen skal hurtigst muligt melde tilbage til sekretariatet, hvordan målingen tænkes gennemført, og hvilke aktører, der skal involveres i dette arbejde.
- at Foreningen Folkemødet samarbejder med tilflytterkonsulenten i Business Center Bornholm med henblik på at afsøge, hvorledes Foreningen Folkemødet kan understøtte tilflytterindsatsen.

### Folkemødet

Som et led i udviklingen og konsolideringen af Folkemødet som organisation, besluttede Kommunalbestyrelsen, at udskille Folkemødet fra Bornholms Regionskommune og Foreningen Folkemødet blev stiftet. Stiftelsen af Folkemødet som forening skulle bidrage til at gøre Folkemødet økonomisk bæredygtigt og til en endnu større inddragelse af frivillige.

Det er Foreningen Folkemødet der producerer, udvikler og afvikler Folkemødet i Allinge for Bornholms Regionskommune. Kommunen og foreningen har dog et tæt partnerskab omkring den fortsatte udvikling af Folkemødet.

Folkemødet 2017 blev afviklet henover dagene d. 15- 18. juni i Allinge blandt andet med støtte fra Bornholms Vækstforum, der i maj 2017 besluttede at tildele projekt Folkemøde365 500.000 kr. af de regionale erhvervsudviklingsmidler.

Vækstforums indstilling var betinget af, at Folkemødet skulle indlemme erhvervseffekter i deres målsætninger og evaluering og at Folkemødet skulle samarbejde med tilflytterkonsulenten i Business Center Bornholm for herved at understøtte tilflytterindsatsen på øen.

Folkemødets direktør, Mads Akselbo Holm deltager på dagens møde med en orientering om, hvordan Folkemødet arbejder med at løfte de nævnte forventninger, og hvorvidt der i et samarbejde med Destination Bornholm vil kunne gennemføres en mere systematisk markedsføring af Folkemødet. Dette med henblik på at kunne tiltrække flere besøgende og øge antallet af møde- og overnatningsdøgn på Bornholm.

Åbent punkt

### 3 Orientering ved Væksthus Hovedstadsregionen

24.10.00P35-0052

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	3	

#### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum orienteres

#### Resumé

Liselotte Hohwy Stockholm, direktør i Væksthus Hovedstadsregionen deltager i Vækstforums møde med en orientering om og status på projekterne "Bornholm ud i verden" og "Viden og Vækst": Hvordan arbejder Væksthus Hovedstadsregionen med at realisere projekternes mål og effekter og understøtte de bornholmske vækstmuligheder?

#### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at Bornholms Vækstforum tager orienteringen til efterretning.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 3:

Bornholms Vækstforum tog orienteringen til efterretning.

#### Sagsfremstilling

Direktør Liselotte Hohwy Stokholm deltager på Vækstforums møde med en orientering om Væksthus Hovedstadens rolle, status på- og forventninger til den kommende periode i de to projekter, som Væksthus Hovedstaden er operatør på: Projekt "Bornholm ud i verden" og Projekt "Viden og Vækst". Hvordan arbejder Væksthus Hovedstadsregionen for at understøtte de bornholmske vækstmuligheder og for at mål og effekter realiseres?

#### Økonomiske konsekvenser

-

#### Supplerende sagsfremstilling og/eller Administrativ tilføjelse

-

#### Bilag til Bornholms Vækstforum 11. september 2017

1. Status og fremdrift projekt Bornholm ud i verden
2. Status og fremdrift projekt Viden og Vækst på Bornholm

Åbent punkt

## 4 Oplevelsesnetværk Bornholm - Midtvejsevaluering

24.05.10039-0001

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	4	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum til efterretning

### Resumé

Projektet drives af Invio - Innovationsnetværk for Oplevelsesøkonomi, Aalborg Universitet i samarbejde med Teknologisk Institut i perioden 1. marts 2016 – 31. december 2017.

Hovedformålet er, at "kickstarte" et længerevarende samarbejde mellem bornholmske virksomheder og institutioner omkring udviklingen af nye oplevelsesydelser. Samarbejdet har innovation og oplevelsesøkonomi som omdrejningspunkt. Resultatet forventes, at bidrage til, at Bornholm bliver mere attraktivt at besøge hele året, økonomisk vækst og arbejdspladser.

Vækstforum indstillede 650.000 kr. af de regionale udviklingsmidler til medfinansiering af det samlede budget på i alt 1.300.000 kr. på mødet den 22. februar 2016.

Jævnfør beslutningen skulle projektet midtvejsevalueres. Denne sagsfremstilling gengiver hovedpunkterne i Cowis midtvejsevaluering, der blev foretaget i maj 2017, og som er vedhæftet som bilag i sin helhed.

### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at midtvejsevalueringen af projekt "Oplevelsesnetværk Bornholm" tages til efterretning

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 4:

Midtvejsevalueringen af projekt "Oplevelsesnetværk Bornholm" blev taget til efterretning.

### Sagsfremstilling

#### Overordnet vurdering

Jævnfør Cowis evaluering er projektet succesfuldt i forhold til at få skabt ideer til nye ydelser og produkter, som virksomhederne i netværket kan udvikle. Det er dog uklart, om de deltagende virksomheder har de organisatoriske ressourcer (tid, penge og knowhow) til at konvertere ideerne til handling. Nogle virksomheder er imidlertid allerede i gang med at implementere nye tiltag.

Flere af de interviewede interessenter har givet udtryk for en utilstrækkelig koordination og kommunikation med Destination Bornholm. Det betyder, at der er uudnyttede resurser og at der fortsat ligger et potentiale i at inddrage BCB og Destination Bornholm yderligere. Det vil i højere grad sikre netværkets langsigtede overlevelse og bringe flere kompetencer i spil. Projektdeltagerne oplever et stort udbytte af netværket og fortæller, at projektlederens personlige engagement har været centralt for succesen. Projektledelsen foretager uformel løbende monitorering på grund af det lave antal virksomheder. Det er en udfordring i forhold til



systematisk justering af aktiviteterne. Alle interviewede parter giver udtryk for, at de ønsker, at netværket fortsætter.

## Projektets overordnede målopnåelse

Projektet har på evalueringstidspunktet nået 55% af projektets eneste aktivitetsmål, hvilket betyder at projektet udvikling følger budgettet.

Figur 1 Projektets status ift. det opstillede aktivitetsmål på evalueringstidspunktet.

Aktivitetens mål	Mål i projektperioden	Status	Målopnåelse i procent
Virksomhedsnetværk via identifikation af virksomheder og øvrige interessenter (antal virksomheder)	20	11	55 %

Projektet har ét aktivitetsmål, der omhandler antallet af virksomheder, der er blevet rekrutteret til at deltage i netværket. På evalueringstidspunktet er der 11 bekræftede virksomheder, der deltager i netværket. Projektlederen fortæller, at han er i dialog med flere andre om at deltage og at han forventer, at der er mindst 20 virksomheder ved afslutning af projektet. Efter evalueringstidspunktet er de resterende virksomheder blevet føjet til netværket, som nu tæller 21 virksomheder.<sup>1</sup>

### Målopnåelse i forhold til output

Projektet har nået i gennemsnit 74% af de opstillede outputmål.

Figur 2 Projektets status ift. de opstillede outputmål på evalueringstidspunktet

	Projektets målsætning	Status på evalueringstidspunktet	Procentvis målopnåelse
Virksomhederne har fået tilført ny viden og erfaring ift. innovation og forretningsudvikling (antal virksomheder)	20	11	55 %
Fælles oplevelseskoncepter	1	1	100 %
Virksomhedsindividuelle oplevelsesideer	30	33	100 %
Udviklings- og vækstplaner udviklet (én per virksomhed)	20	8	40 %

Projektlederen vurderer, at samtlige deltagende virksomheder har fået tilført ny viden. Der er udviklet et fælles koncept i form af et fælles billetssystem med tilhørende app. Projektlederen vurderer, at de deltagende virksomheder i gennemsnit har udviklet i alt 33 idéer, og at 8 virksomheder har fået lavet individuelle udviklings- og vækstplaner enten gennem BCB eller Teknologisk Institut.

### Forventning til effekter

Det er ikke muligt på evalueringstidspunktet præcist at opgøre projektets effekter efter projektperioden, men nedenstående tabel viser, i hvilket omfang deltagerne har fået styrket deres **forudsætninger** for at skabe øget omsætning.

<sup>1</sup> De 21 deltagende virksomheder er pt: Bornholm På Hjul, Bornholmertårnet, Bornholms Brand Park, Bornholms Tekniske Samling, Bornholms Lille Boghandel, Bornpark – minigolf, Brændesgårdshaven, Columbus/Det maritime museum - Haslehavn, De Bornholmske Jernbaner, Gudhjem Museum, Henrik Hørberg – App-specialist, LOF Bornholm, Lykkelund Gedemejeri, Nexø Gamle Røgeri, Nexø Kristne Skatercenter, Nexø Museum, Nordbornholms Golfklub, Martin Andersen Nexøs Mindestuer, Slægtsgården, Svaneke Vandrehjem og Busselskab, Tilflytterambassadør Rune Holm, Aakirkebyhallerne.

Figur 3 Projektets bidrag til at skabe styrkede forudsætninger for de ønskede effekter

Hvordan og i hvilket omfang har projektet skabt et udbytte for deltagerne, der styrker deres forudsætninger for at skabe effekter? <i>Andel af virksomhederne, der angiver at...</i>	Andel virksomheder
de vil fortsætte og udvikle innovationssamarbejdet efter projektets afslutning	60 %
de introducerer nye produkter/ydelser til markedet	20 %
har fået anledning til nytænkning ift. virksomhedens produktudvikling i øvrigt	60 %
de har fået anledning til at overveje ekstern vejledning fremover	80 %

Nedenstående tabeller viser de deltagende virksomheders forventning til, at projektet vil føre til et bedre potentiale for vækst. Forventningerne er positive, men da der kun er 4 virksomheder, der har svaret, skal tallene tolkes forsigtigt.

Figur 4 Deltagernes overordnede positive forventninger til effekter

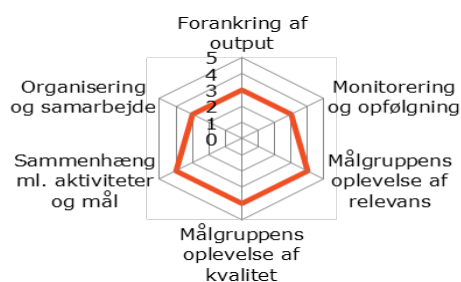
Andel af virksomheder med positive forventninger til positive effekter i virksomheden som følge af deltagelse i projektet	Virksomheder med positiv forventning
Årlig omsætning	25 %
Øget antal gæster	50 %
Antal ansatte	25 %
Undgåede fyringer	25 %

Figur 5 Deltagernes gennemsnitlige effektførelser (kvantitativt)

Deltagernes gennemsnitlige forventninger til effekter af projektet	Gennemsnitlig forventning
Stigning i årlig omsætning (mio. kr.)	0,1
Stigning i antal gæster	1010
Antal nyansatte	0,5

Virksomhedernes forventninger til omsætningsstigning og forøget antal gæster ligger højt i forhold til projektets størrelse. Det lave antal besvarelser giver dog en vis usikkerhed.

## Projektets implementering



## **Organisering og samarbejde**

Netværket har en bred og velfungerende styregruppe, men projektet har en uklar snitflade til Destination Bornholm. Destination Bornholm har ressourcer og kompetencer, der kan styrke projektets kommunikation, der ikke bliver brugt i tilstrækkelig grad. Projektlederen trækker i høj grad på sit eget netværk og sit personlige engagement. Det sikrer stor fremdrift men rummer en fare for, at netværket ophører, hvis han forlader projektet, eller når projektet ophører. Efter interviewdagen arbejder projektledelsen med styrkelse af kommunikationen.

## **Sammenhæng mellem aktiviteter og mål**

Projektet har allerede konkret påvirkning på produktudvikling i nogle virksomheder, men der er ikke tilstrækkelig fokus på at sikre virksomhedernes kapacitet til at indføre forandringerne. Da de deltagende virksomheder er små, er der fare for, at de ikke har de organisatoriske ressourcer til at konvertere de gode ideer til konkrete oplevelsesprodukter. Nogle virksomheder i netværket er dog allerede i gang med at implementere nye ydelser som direkte konsekvens af netværket. Andre virksomheder får udarbejdet udviklingsplaner via Business Center Bornholm, ligesom andre får foretaget innovationstjek via Teknologisk Institut.

## **Målgruppens oplevelse af kvalitet**

Virksomhederne i netværket oplever et stort udbytte ved deltagelse i netværket, primært i form af inspiration og gode ideer. De oplever, at projektlederen følger op på virksomhedernes arbejde med at indføre nye produkter og ydelser. Virksomhederne har opnået en høj grad af tillid til hinanden, hvilket er centralt for at kunne udveksle ideer og udfordringer med hinanden, da de konkurrerer om de samme turister. Der er også stor tilfredshed med hjælp til den individuelle forretningsudvikling.

## **Målgruppens oplevelse af relevans**

Virksomhederne i netværket erkender, at projektets aktiviteter er nødvendige for deres langsigtede overlevelse, både med hensyn til at finde nye måder at tiltrække kunder uden for højsæsonen på og virksomhedernes evne til at forny produkterne. De deltagende virksomheder har erkendt, at de står med de samme udfordringer, og at det gælder om at udvikle det samlede tilbud til turisterne og ikke om at konkurrere om de eksisterende turister.

## **Forankring af output**

Alle parter udtrykker ønske om at fortsætte projektet, men der er ikke på nuværende tidspunkt konkrete planer for at konsolidere netværket. Stiftelse af en forening med egenbetaling overvejes, men det er nødvendigt at der findes midler til ansættelse af en tovholder. Virksomhederne er bevidste om behovet for innovation, men det er uklart, om de har kapacitet til at forfølge forandringerne uden projektlederens opfølgning og engagement. Det er derfor vigtigt for en langsigtet effekt opnåelse, at projektet får oprettet en formel struktur efter projektafslutning.

## **Monitorering og opfølgning**

Monitorering af projektet sker uformelt, dog uden at der er specifikt fokus på at forbedre virksomhedernes udbytte. Der er ingen systematisk monitorering af værdi-/resultatskabelse i projektet. Dette er dog ikke noget problem grundet det lille antal aktører i netværket og det store antal aktører i følgegruppen. Den uformelle vidensopsamling bliver opsummeret og nedskrevet af projektlederen og gemt.

## **Evaluators anbefalinger og læring**

### **1. Etablér en mere klar rollefordeling mellem projektet og Destination Bornholm**

Ved at overlade alle markedsføringsrelaterede opgaver til Destination Bornholm vil der blive frigivet ressourcer til at fokusere på kerneopgaven i projektet. En mere systematisk inddragelse af Destination Bornholm vil give forventninger om en højere værdiskabelse af to grunde: For det første fordi det vil frigive ressourcer til at fokusere på produktudvikling, som er projektets hovedformål. For det andet fordi Destination Bornholm gennem deres etablerede kommunikationskanaler kan sikre, at de innovative tiltag bliver kommunikeret bredt. Destination Bornholm giver selv udtryk for, at de gerne vil indtage en mere aktiv rolle i projektet.

## **2. Inddrag mere aktivt de forskellige aktører i projektet på en mere forpligtende måde**

Projektets følgegruppe bør sikre, at projektet forankres hos flere personer, så netværkets overlevelse ikke er afhængig af projektlederen. Fordi både Business Center Bornholm og Destination Bornholm er permanente aktører i projektet, vil det give større tiltro til netværkets langsigtede overlevelse, hvis de bliver involveret organisatorisk og økonomisk i driften af projektet. For at sikre overleveringen bør denne involvering ske allerede inden projektets afslutning.

## **3. Begynd med det samme at arbejde på en forretningsplan for, hvordan netværket kan fortsætte efter projektets afslutning**

I forhold til aktørernes ønske om, at netværket skal fortsætte efter projektperioden, er der behov for en forretningsplan, der formaliserer samarbejdet ud over projektets levetid. Dette kan enten gøres ved at inddrage de permanente aktører yderligere i projektet (se anbefaling 2), eller ved at der oprettes en forening, som virksomhederne melder sig ind i og betaler til. Det anbefales, at der tilknyttes en tovholder, der ligesom den nuværende projektleder kan følge op på innovationsprocesser og støtte de enkelte virksomheder i at konvertere ideer til konkret produktudvikling.

## **4. Fokusér i højere grad på at opbygge virksomhedernes kapacitet til at implementere forandringerne**

Projektet har vist sig at være meget effektivt til at skabe ideer, men på grund af virksomhedernes størrelse, har de ikke nødvendigvis kompetencerne til at udvikle og implementere ideerne. Det er en særlig udfordring, som projektet bør indtænke i alle innovationsprocesser. Konkret kan dette gøres ved at støtte virksomhederne i at søge udviklingsmidler i forskellige puljer. Alternativt skal ideerne tilpasses i størrelse, så det er muligt at implementere dem inden for de eksisterende organisatoriske rammer.

## **Supplerende sagsfremstilling og/eller Administrativ tilføjelse**

-

### **Bilag til Bornholms Vækstforum 11. september 2017**

1. Midtvejsevaluering af Oplevelsesnetværk, Bornholm

Åbent punkt

## 5 Midtvejsevaluering af kontrakt med Destination Bornholm

24.10.00054-0029

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	5	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum til efterretning

### Resumé

Bornholms Vækstforum indstillede på sit møde den 30. november 2015 en kontrakt for perioden 2016-2018 og handlingsplan for 2016 med Destination Bornholm på 2.500.000 kr. årligt (i 2013-niveau), der blev godkendt af Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget. Beløbet blev finansieret via de regionale udviklingsmidler. Handlingsplan for 2017 blev indstillet på vækstforums møde den 28. november 2016 og blev ligeledes godkendt af Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget.

Det blev besluttet, at kontrakten skulle midtvejsevalueres under den rammeaftale, der er indgået med COWI.

### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at Bornholms Vækstforum tager midtvejsevalueringen til efterretning, og at de anbefalinger, der er givet, drøftes med Destination Bornholm i forbindelse med handlingsplan for 2018.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 5:

Bornholms Vækstforum tog midtvejsevalueringen til efterretning, og Cowis anbefalinger vil blive drøftet med Destination Bornholm og forventes indarbejdet i ny handlingsplan 2018.

### Sagsfremstilling

Midtvejsevalueringen bygger dels på en spørgeskemaundersøgelse blandt Destination Bornholms bidragsydere hvor 15 har svaret, samt fokusgruppeinterviews med en lille kreds af udvalgte brugere.

Det skal understreges, at dette er en midtvejsevaluering og at målopfyldelsen således skal læses i den kontekst.

### Projektets fremdrift

Jævnfør Cowis evaluering har Destination Bornholm ikke oplevet væsentlige udfordringer, der har ændret forudsætningerne for at gennemføre og leve op til Udviklingskontrakt 2016-2018. På baggrund af interviews med Destinationens ledelse er det Cowis indtryk, at fremdriften i relation til udviklingskontrakten forløber planmæssigt, og at ledelsen er i stand til at redegøre for, hvordan de enkelte aktiviteter udmøntes.

Som eksempler på gennemførte tiltag kan blandt andet nævnes:

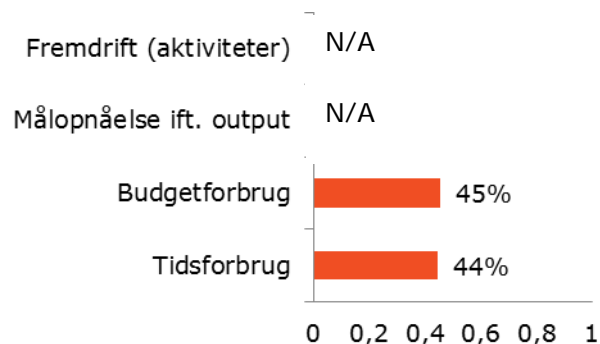
- Udvikling af Kunstrunden
- Analyse af Bornholms Turisme
- Udvikling af digital bookingplatform i samarbejde med "GoBornholm"

Ovenstående er få eksempler på, hvordan aktiviteterne i udviklingskontrakten udmøntes. Som det blev pointeret i evalueringen af den forrige udviklingskontrakt vil det være fordelagtigt med mere faste målsætninger, således det bliver tydeligere for Destinationsledelsen samt bevillingsgiver, i hvilket omfang indsatsen bidrager med konkret værdiskabelse i målgruppen (se anbefaling #1 nedenfor).

Det er i forbindelse med evalueringen ikke sandsynliggjort, at Destinationen arbejder aktivt for at forankre produktudviklingen i virksomhederne. Således efterspørger flere af de interviewede bidragsydere, at Destinationen i højere grad påtager sig rollen som facilitator frem for blot koordinator for at hjælpe produktudviklingsprocessen frem.

### Aktivitetsmål og målopnåelse

Aktiviteterne er specificeret i de årlige handlingsplaner, men uden at indeholde konkrete kvantitative målsætninger. Dette giver mening, da aktiviteterne i vidt omfang handler om at koordinere et område eller understøtte det tilstedeværende brand, men det gør samtidig, at det er vanskeligt at vurdere, om fremdrift og målopnåelse er tilstrækkelig. Det er derfor vanskeligt at give en objektiv vurdering af fremdriften på hver enkelt aktivitet.



Destinationsledelsen vurderer selv, at fremdriften i udviklingskontraktens aktiviteter er tilfredsstillende, og ledelsen er i stand til konkret at redegøre herfor.

### Effektvurdering

Deltagervirksomhedernes gennemsnitlige forventninger til udbytte af projektet	
Stigning i årlig omsætning (mio. kr.)	<b>2,6</b>
Stigning i antal nyansatte	<b>0,5</b>
Stigning i antal gæster	<b>308</b>

Af midtvejsevalueringen fremgår det, at de adspurgte bidragsydere har positive forventninger til udbyttet af Destination Bornholms arbejde, både hvad angår årlig omsætning og stigning i antallet af ansatte. Dette til trods for, at andelen af bidragsydere, der oplever bidraget fra Destination Bornholms arbejde på det virksomhedsnære niveau, er relativt lav. Fremdriften i projektets effektmål ligger på det ønskede niveau.

## Forudsætning for effektskabelse

Det er ikke muligt på evalueringstidspunktet præcist at opgøre de effekter, som indsatsen vil skabe efter bevillingsperioden, men nedenstående tabel viser, hvordan indsatsen konkret har bidraget til at styrke deltagernes *forudsætninger* for at omsætte deltagelsen til de ønskede effekter.

Nedenstående tabel viser, i hvilket omfang deltagerne har fået styrket deres forudsætninger for at skabe øget omsætning.

Figur 6 Bidrag til at skabe styrkede forudsætninger for de ønskede effekter

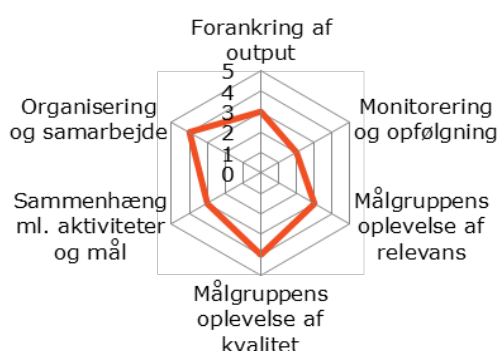
Hvordan og i hvilket omfang har indsatsen skabt et udbytte for deltagerne, der styrker deres forudsætninger for at skabe effekter? <i>Andel af virksomhederne, der angiver, at Destination Bornholms arbejde bidrager til...</i>	Andel virksomheder
...at tiltrække nye besøgende og genbesøgende til Bornholm	95 %
...virksomhedens muligheder for at tiltrække gæster	67 %
...virksomhedens mulighed for at videreudvikle tilbud til turister	56 %

Kolonnen til højre afspejler andelen af respondenter, der har afgivet et af de to mest positive svar på en 5-punktsskala. (n=15)

Som i evalueringen af udviklingskontrakten 2013-2015 vurderer 95 % af de adspurgte bidragsydere, at Destination Bornholms arbejde i høj eller meget høj grad bidrager til at tiltrække nye besøgende og genbesøgende til Bornholm – og dermed kunder til organisationens bidragsydere.

Til sammenligning er andelen af bidragsydere, der vurderer Destination Bornholms arbejde på det virksomhedsnære niveau som effektskabende, lavere. Således angiver 67 % af bidragsyderne, at Destination Bornholm understøtter virksomhedens muligheder for at tiltrække gæster, imens 56 % vurderer, at Destination Bornholm bidrager til virksomhedens mulighed for at videreudvikle tilbud til turister.

## Projektets implementering



## Organisering og samarbejde

På baggrund af interviews med Destinationens ledelse og bidragsydere er det Cowis vurdering, at Destinationen drives professionelt, der i arbejdet med udviklingskontrakten har et tydeligt medlemsfokus. Destinationens bestyrelse er sammensat af et bredt udsnit af mindre og større aktører inden for det bornholmske turisterhverv samt en repræsentant for Kommunalbestyrelsen. På tværs af bidragsydere er der en oplevelse af et stærkt repræsentantskab og lydhørhed i bestyrelsen, der understøtter et fokus på medlemmernes ønsker og behov. Samtidig udtrykker bidragsyderne stor tillid til Destinationsledelsens evne til

at virke som talerør for hele den bornholmske turistbranche, herunder at balancere og navigere mellem de mange interesser, der er i og uden for turisterhvervet.

### **Sammenhæng mellem aktiviteter og mål**

Det er Cowis vurdering, at Destinationsledelsens helhedsorienterede tilgang er fordrende for effektskabelsen, men at der er behov for et tydeligere fokus på produktudvikling. Destination Bornholms indsats bygger på en grundlæggende præmis om, at tiltrækningen af turister bedst understøttes gennem markedsføring og produktudvikling. I betragtning af, at Destinationsledelsen opfatter markedsføring og produktudvikling som to afhængige størrelser, har Cowi noteret sig, at produktudviklingen alene gives opmærksomhed inden for Bornholms Turismestrategi /Destinationens udvalgte temaområder, og at det opsøgende arbejde er begrænset hertil. Dette er dog ifølge ledelsen et strategisk valg.

### **Målgruppens oplevelse af kvalitet**

Af midtvejsevalueringen fremgår det, at de interviewede bidragydere oplever stor værdi af Destinationens aktiviteter, omend der er begrænset erfaring med produktudviklingsindsatsen. Hvad angår Destinationens produktudviklingsservice er det et fåtal af de interviewede bidragydere, der er opmærksom på, at der er mulighed for at henvende sig til Destinationen med henblik på sparring, råd og vejledning ift. produktudvikling. Dette billede går igen i blandt de adspurgte survey-responderter (n=15), hvor knap halvdelen vurderer, at Destinationens indsats bidrager til muligheden for at videreudvikle virksomhedens tilbud til turister.

### **Relevans, målgruppens oplevelse**

Cowi vurderer at den fælles markedsføringsindsats spiller en væsentlig rolle, men at det virksomhedsnære udbytte, er mindre synligt for den enkelte bidragyder. Det er den generelle opfattelse blandt bidragerne, at Destination Bornholms markedsføringsindsats er relevant i forhold til at trække turister til øen. Det understreges af, at der blandt Destinationens bidragerere er aktører, der ikke deltager i eller bidrager direkte til Destinationens palette af aktiviteter, men som alligevel vælger at støtte Destinationen via medlemskab.

### **Forankring af output**

Jævnfør evalueringen understøttes forankring af udviklingskontraktens aktiviteter og resultater. Destination Bornholm har i en lang årrække udført turistfremmende aktiviteter og koordinationsopgaver til gavn for det bornholmske turisterhverv og Bornholm som helhed, og ved denne udviklingskontrakts udløb, vil udbuddet af aktiviteter samt resultaterne blive ført videre i den efterfølgende udviklingskontrakt.

Såfremt indsatsen skal bevare sin effekt, er det Cowis vurdering, at der er behov for kontinuerligt at vedligeholde markedsføringen af Bornholm. På baggrund af interviews med Destinationsledelsen og bidragerere vurderer Cowi i lighed med evalueringen af udviklingskontrakten 2013-2015, at den fortsatte udvikling og understøttelse af output er organisatorisk velforankret, idet udviklingsaktiviteterne bygger videre på en mangeårig erfaring med at udvikle turismeområdet på Bornholm.

### **Monitorering og opfølgning**

Jævnfør evalueringen har Destinationsledelsen igangsat løbende opfølgning med bidragerne, men der er potentiale for større vidensopsamling. Det er positivt, at Destinationsledelsen har fulgt anbefalingen fra evalueringen af udviklingskontrakten 2013-2015 om at udsende et spørgeskema til bidragerne med henblik på at blive klogere på, i hvilket omfang Destinationens udbud tilfører det, bidragerne har behov for.



## Evaluatorers anbefalinger og læring

### 1. Opstil konkrete målsætninger for indsatsens output og for den værdi, deltagerne tilføres

Det vil ifølge Cowi tjene flere formål: For det første vil det styrke den fælles forventningsafstemning mellem Destination Bornholm og Vækstforum Bornholm ift. hvad der skal leveres på baggrund af det økonomiske bidrag. Derudover vil det støtte Destination Bornholm generelt ift. at påvise resultaterne af arbejdet over for omverdenen (bevillingsgivere, bidragydere og turisterhvervet generelt). Ifølge Cowi bør det overvejes at opstille et sæt resultatmål for hhv. markedsføringsdelen og produktudviklingen. På baggrund af evalueringer, Cowi har foretaget af andre turismefremmeindsatser rundt om i de øvrige regioner, foreslår Cowi følgende typer af outputmål:

#### Markedsføring:

- Antal besøgende på hjemmeside (særligt genereret via kampagner)
- Antal downloads/klik på konkrete markedsføringsmateriale på hjemmesiden (kan opdeles i temaer)
- Kendskabsgrad på udvalgte markeder i forlængelse af gennemførte kampagner (målsætning om procentuel stigning ift. en identificeret baseline)
- Grad af medfinansiering (betalingsvillighed) blandt turismeerhvervet på Bornholm
- Antal besøgende journalister (fra det øvrige Danmark eller udlandet)
- Antal artikler publiceret om Bornholm som turistdestination (evt. målt i stigning i antal ift. identificeret baseline)

#### Produktudvikling:

- Antal samarbejder, hvor mindst to bornholmske virksomheder samarbejder om et koncept/produkt, der er nyt for mindst én af virksomhederne.
- Antal nye koncepter/produkter rettet mod turister (her kan skelnes mellem, om konceptet alene er nyt for virksomheden, eller om det er nyt i bornholmsk sammenhæng).

Derudover kunne man ifølge Cowi overveje at opstille mål for hhv. kendskabsgrad til og brug af de gennemførte analyser blandt turismeerhvervet på Bornholm.

### 2. Opstil målsætninger for den værdi, medlemmerne tilføres

Gennem interviews med både Destination Bornholm og bidragydere har Cowi fået et klart indtryk af, at Destinationen skaber merværdi for det bornholmske erhvervsliv, omend en betydelig andel af bidragyderne har vanskeligt ved at vurdere deres konkrete udbytte. På evalueringstidspunktet har Cowi imidlertid kunne konstatere, at denne værditilførsel ikke afdækkes. Konkret foreslår Cowi, at der fastsættes kvantitative målsætninger for den værdi, medlemmerne tilføres.

Det kan eksempelvis være, andelen af medlemmer, der vurderer, at:

- Destination Bornholms arbejde bidrager til at tiltrække besøgende og genbesøgende til Bornholm.
- Destination Bornholm bidrager til deres virksomheds/institutions mulighed for at tiltrække gæster.
- Destination Bornholm bidrager til muligheden for at videreudvikle deres virksomheds/institutions tilbud til turister.

- De som følge af samarbejdet med Destination Bornholm har fået indblik i nye markeder eller målgrupper.
- Samarbejdet med Destination Bornholm understøtter deres virksomheds/institutions sæsonforlængelse.

### **3. Afsøg muligheden for et samarbejde om produktudvikling med Business Center Bornholm**

Ifølge evalueringen arbejder Destinationsledelsen ud fra et grundlæggende rationale om, at markedsføring og produktudvikling skal indgå i et samspil og ikke bør ses som aktiviteter, der kan foregå uafhængigt af hinanden. Cowi har erfaret, at Destinationen af ressourcemæssige årsager primært beskæftiger sig med produktudvikling inden for Destinationens temaområder. Da der blandt de interviewede bidragydere efterspørges produktudvikling *uden for* indsatsområderne, indikerer det, at der er et uindfriet effektpotentialer her. Cowi anbefaler derfor, at Destination Bornholm afsøger muligheden for at etablere et samarbejde om produktudvikling med andre aktører.

### **4. Foretag pilottest af spørgeskema forud for næste udsendelse**

På evalueringstidspunktet har Destinationen udsendt et spørgeskema til dets bidragydere med henblik på at indsamle input om forventninger, behov og udbytte. Hensigten er, at spørgeskemaet skal udsendes årligt.

### **5. Gør turismeanalyserne anvendelige for bidragyderne**

Destination Bornholms analyseindsats har til formål at klæde turistbranchen og samarbejdspartnere inden for turistarbejdet bedre på, således at der kan handles på baggrund af kvalificeret indsigt og i tide. Flertallet af de interviewede bidragydere har dog som led i evalueringen givet udtryk for, at de ikke er klar over, at denne type analyser er tilgængelige, mens de bidragydere, der har kendskab til analyserne, efterlyser eksempler på, hvordan de kan anvendes i praksis. Cowi anbefaler derfor, at Destinationen arbejder for at udbrede kendskabet til turismeanalyserne og nedbryde rapporternes indhold.

## **Økonomiske konsekvenser**

-

## **Supplerende sagsfremstilling og/eller Administrativ tilføjelse**

-

### **Bilag til Bornholms Vækstforum 11. september 2017**

1. Midtvejsevaluering Destination Bornholm

Åbent punkt

## 6 Midtvejsevaluering af kontrakt med BCB

24.10.00054-0030

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	6	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum til efterretning

### Resumé

Bornholms Vækstforum indstillede på sit møde den 30. november 2015 en kontrakt for perioden 2016-2018 og handlingsplan for 2016 med Business Center Bornholm på 3.250.000 kr. årligt (i 2016-niveau), der blev godkendt af Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget. Beløbet blev finansieret via de regionale erhvervsudviklingsmidler.

Det blev samtidig besluttet, at kontrakten skulle midtvejsevalueres under den rammeaftale, der er indgået med Cowi.

### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at Vækstforum tager midtvejsevalueringen til efterretning.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt.6:

Bornholms Vækstforum tog midtvejsevalueringen til efterretning, og de mindre operative anbefalinger søges løftet og indarbejdet i ny handlingsplan for 2018. Anbefalingen i relation til muligt iværksætterhus i Rønne vurderes imidlertid ikke at være et anliggende for BCB.

### Sagsfremstilling

BCB er lykkedes med generelt at blive en 'one-point-entry' for de bornholmske SMV'er og 'trusted partner' for en mindre kreds (ca. 60 stk.).

Midtvejsevalueringen bygger dels på en spørgeskemaundersøgelse blandt disse (svarandel på ca. 1/3), samt fokusgruppe interviews med en lille kreds af udvalgte brugere.

Det skal understreges, at dette er en midtvejsevaluering og at målopfyldelsen således skal læses i den kontekst.

### Projektets fremdrift

Status på evalueringstidspunktet er, at BCB har indfriet 93 % af de opstillede aktivitetsmål, hvis man ikke indregner mentorforløbene, der er stillet midlertidigt i bero. Tager man mentorforløbene med i beregningen (simpelt gennemsnit), ender det på 62 %

Aktivitetsmål	2016		2017		Mål-opnåelse
	Mål	Status	Mål	Status	
A1: Start-up møde og etablering (Kategori 0+1)	150	128	120	71	74 %
A2: Vækstforløb som resulterer i forretnings- og/eller vækstplan (1)	10	31	15	46	+100 %
A3: Mentorforløb (1)	5	0	-	-	0 %
A4: Individuel sparring (Kategori 2+3)	120	140	60	66	+ 100 %
A5: Mentorforløb (2+3)	5	0	-	-	0 %
A6: Antal SMV'er i vækstforløb som resulterer i forretnings- og/eller vækstplan (2+3)	60 (-80)	84	40	46	+ 100 %
A7: Mentorforløb (2+3)	5	0	-	-	0 %
A8: Start-up kursus/café (0+1)	160	144	100	76	85 %
A9: Antal virksomheder, der deltager i workshops (Kategori 2+3)	68	75	135	167	+ 100 %

Af tabellen fremgår det, at BCB har overskredet de opstillede aktivitetsmål på aktivitet 2, vækstforløb, aktivitet 4, individuel sparring, aktivitet 6, antal SMV'er i vækstforløb og aktivitet 9, virksomheder der deltager i workshops. Der, hvor BCB ikke lever op til de opstillede aktivitetsmål, er på start-up delen. Det skal naturligvis understreges, at dette er en midtvejsevaluering og at kontrakten med BCB er frem til 2018. Ledelsen i BCB har oplyst, at det er en opgave, som der bliver fokuseret på i den kommende tid.

Nedenstående er baseret på svar fra de 20 virksomheder, der har deltaget i spørgeskemaundersøgelsen.

Nedenstående tabel viser, i hvilket omfang deltagerne har fået styrket deres forudsætninger for at skabe øget omsætning. Kolonnen "2015" viser resultaterne, da BCB blev evalueret ultimo 2015.

Figur 7 *Indsatsens bidrag til at skabe styrkede forudsætninger for de ønskede effekter*

Andel af virksomhederne, der angiver at...	Andel Virksomheder <sup>1</sup>		Ændring (%-point)
	2017	2015	+/-
BCB har gjort virksomheden bedre i stand til at implementere nye tiltag	<b>63 %</b>	48 %	+ 15
virksomheden har fået højere vækstambitioner end før samarbejdet med den indledte samarbejde med BCB	<b>54 %</b>	23 %	+ 31
have styrket sine forudsætninger for overlevelse via samarbejdet med BCB	<b>71 %</b>	40 %	+ 31

1) Andelen af respondenter, der har afgivet et af de to mest positive svar på en 5-punktsskala. (N=20)

Som det fremgår, er det en væsentlig øget andel af de adspurgte virksomheder, som vurderer at have fået styrkede forudsætninger for vækst. Dette skal naturligvis ses i lyset af, at det denne gang – i forhold til 2015-undersøgelsen – er en reduceret gruppe virksomheder (fra 200 i 2015 til 60 i 2017), der er blevet adspurgt. Dette hænger sammen med den føromtaltte satsning på "less volume, more quality". Derfor er det ikke overraskende, at virksomhederne giver udtryk for et højere udbytte af samarbejdet med BCB, når det bevidst fra BCB's side er tilgangen at arbejde mere i dybden med virksomhedernes udviklingsmuligheder.

Hvis vi ser på de deltagende virksomheders *forventninger* til hvad, deres samarbejde med BCB vil resultere i, kommer de frem til følgende:

Svarene på spørgeskemaet viser, at 60 % af respondenterne (12 virksomheder) forventer, at sparringen med BCB vil føre til et forbedret potentiale for vækst, mens 25 % (5 virksomheder) vurderer, at den allerede har ført dette med sig.

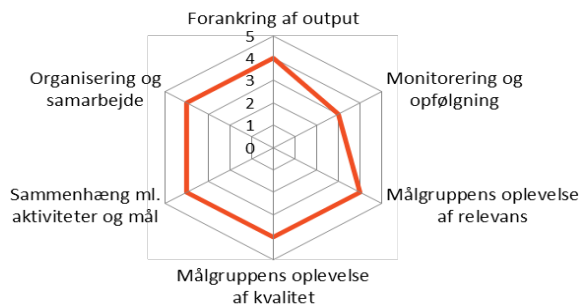
Samlet set er der altså 85 % af virksomhederne (17 stk.) der i Cowis spørgeskemaundersøgelse vurderer, at samarbejdet med BCB enten allerede har eller fremadrettet vil styrke virksomhedens vækstpotentiale. Nedenstående tabel viser, hvor mange af virksomhederne, der vurderer, at sparringen vil medføre en direkte positiv økonomisk effekt i virksomheden.

Figur 8 *Deltagernes overordnede positive forventninger til effekter*

Andel af virksomheder med forventninger til positive effekter i virksomheden som følge af deres samarbejde med BCB	Virksomheder med positiv forventning
Årlig omsætning	55 %
Årlig eksport	5 %
Antal ansatte	35 %

(N=20)

## Projektets implementering



### Organisering og samarbejde

Cowi konkluderer, at BCB er lykkedes med at blive en 'one-point-entry' og 'trusted partner' for de bornholmske SMV'er. Det er i sær BCB's "Key Account Manager" tilgang, der er medvirkende til at opbygge nære og tillidsfulde personlige relationer til virksomhederne. BCB har desuden etableret et tæt samarbejde med en række relevante aktører, herunder Jobcenteret, DI og Væksthuset.

### Sammenhæng mellem aktiviteter og mål

Cowi anfører, at BCB i stigende grad arbejder behovsrevet med en balanceret indsats over for iværksættere og etablerede virksomheder. BCB skal, ifølge Cowi, arbejde med tre centrale parametre. Udgangspunkt i virksomhedernes behov, sikre kvalitet og sikre forankring. Det mener COWI, at BCB lykkes med på alle tre parametre i øjeblikket.

Cowi mener også, at BCB er blevet bedre til at tilbyde både individuelle og kollektive forløb. BCB har som udgangspunkt fokuseret på "kan"-virksomhederne. Men herudover har BCB i tillæg indhentet tilbagemeldinger fra flere end 600 virksomheder om deres ønsker til forløb, hvilket medvirker væsentligt til at styrke en behovsrevet tilgang til de kollektive forløb.

### Målgruppens oplevelse af kvalitet

Cowi konkluderer, at BCB's største kvaliteter er den nære relation til virksomhederne samt deres evne som kontaktfremmedler.

### Målgruppens oplevelse af relevans

Cowi anfører, at BCB's indsats er blevet løftet ved hjælp af en øget fokusering på et mindre antal virksomheder samt en grundig behovsafdækning. BCB er altså blevet bedre til at levere det, som målgruppen ønsker. Dog ses der et ønske fra respondenterne om, at de kollektive forløb bliver mere tilpasset den enkelte virksomhed.

### Forankring af output

COWI konkluderer, at den tætte ledelsessparring med virksomhedslederne samt henvisninger til andre ressourcer er grundstenen for forankringen af BCB's indsats.

### Monitorering og opfølgning

Generelt mener Cowi, at BCB har et tydeligt fokus på løbende opfølgning på virksomhedernes behov og udvikling. Der er dog også områder med muligheder for forbedring. For det første er det svært at gennemskue, hvor mange henvisninger der er vækstrettede. For det andet mangler der en fast overdragelsesforretning mellem BCB og Væksthuset.

## Evaluatorers anbefalinger og læring

### 1. Etablér fast praksis om overdragelsesmøde, når en virksomhed overdrages fra BCB til Væksthuset

Der er allerede nu et velfungerende samarbejde de to i mellem, men det vurderer Cowi ikke er tilstrækkeligt. De anbefaler, at der gennemføres et egentligt overdragelsesmøde mellem virksomheden, BCB og Væksthuset. Man kunne tage dette emne med, når man forhandler Vækstforums resultatkontrakt med BCB og Væksthuset.

### 2. Foretage en ændring i den måde henvisninger opgøres på

Cowi anbefaler, at BCB ændrer kategoriseringen af deres henvisninger. Her menes ikke at udvide antallet af kategorier, men så man for eksempel kan se, når der er tale om egentlige "vækstorienterede" henvisninger. Samtidig anbefaler Cowi, at BCB forsøger at opbygge en systematisk tilgang til at notere resultaterne af disse henvisninger. Altså hvad får virksomhederne ud af det. Det vil gøre at man på sigt kan begynde at se, hvad virksomhederne mere konkret får ud af BCB's henvisningsarbejde.

### 3. Overvej at 'tænke-ud-af-øen' ift. tilknytning af mentorer

Nogle virksomheder efterspørger at kunne få tilknyttet mentorer, der er bosat uden for Bornholm. Det er der to grunde til. For det første anfører nogle virksomheder, at de mangler mentorer med særlig faglig indsigt. Det kunne hjælpe virksomhederne til et bedre indblik i markedet og hvilke udfordringer, der kan være. For det andet handler det om at kunne sparre med mentorer, der ikke er en del af det bornholmske erhvervsliv. Det kunne være omkring følsomme problemstillinger. Cowi anbefaler derfor, at BCB også skulle kunne tilbyde denne mulighed. Der opleves dog også et behov for mentorer, der er bosat på Bornholm. Grundlæggende handler det om at sikre en grundig refleksion over, hvilken type mentorforløb, man ønsker at tilbyde den enkelte virksomhed. I det omfang BCB ser en mulighed i at tilknytte udenøse mentorer, skal det selvfølgelig overvejes, hvordan man gør det attraktivt for disse at medvirke.

### 4. Søg muligheder for mere målrettet networking

Cowi anbefaler, at man giver virksomhederne mulighed for at netværke med andre virksomheder, der ligner dem. Virksomhederne skal matches med lignende virksomheder. Her kunne BCB's arrangementer med fordel holdes i mindre skala med fokus på brancher eller anden fællesnævner.

### 5. Undersøg mulighederne for et iværksætterhus i Rønne

Cowis fokusgruppeinterviews efterspørger virksomhederne, at der etableres et iværksætterhus i stil med Møbelfabrikken i Nexø. Her mener Cowi, at man kan tage udgangspunkt i inkubationsmiljøer, der allerede eksisterer rundt om i Danmark. Cowi bemærker dog, at det ikke er inden for BCB's ressourcer eller beføjelser at etablere et iværksætterhus i Rønne, men at BCB kan foretage en grundig undersøgelse af efterspørgslen efter et iværksætterhus i Rønne. Hvis der viser sig stor opbakning, bør BCB endvidere også gå i dialog omkring mulige finansieringskilder.

## Supplerende sagsfremstilling og/eller Administrativ tilføjelse

-

### Bilag til Bornholms Vækstforum 11. september 2017

1. BCB midtvejsevaluering aug 2017

Åbent punkt

## 7 Kommunikation: Status

24.00.00P20-0014

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	7	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum til orientering

### Resumé

Som tidligere besluttet af Bornholms Vækstforum ønskes der separate kommunikationstiltag, som beskrevet i Kommunikationsstrategien. Hermed en kort status.

### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at Bornholms Vækstforum tager status til orientering.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 7:

Bornholms Vækstforum tog status til orientering.

### Sagsfremstilling

Kommunikationsstrategien indbefatter initiativer af Vækstforumsekretariatet i samarbejde med de øvrige aktører i den virtuelle organisation "Bornholms Erhvervsservice": Business Center Bornholm, Bornholms erhvervsfond, Væksthus Hovedstadsregionen samt BRKs Center for Teknik og Miljø samt Jobcentrets virksomhedsservice og Vækstforumsekretariatet under Center for Erhverv, uddannelse og beskæftigelse.

### Åbent Hus i Bornholms Erhvervsservice 23. maj 2017

Som omtalt i forrige dagsorden har aktørerne i Bornholms Erhvervsservice afholdt Åbent Hus arrangementet den 23. maj kl. 14-17. Formålet var, at synliggøre medlemmerne af Bornholms Erhvervsservice overfor lokale virksomheder og vise de mange tilbud, der er til rådighed for det bornholmske erhvervsliv. Det overordnede mål med Vækstforums samt de øvrige erhvervsfremmeaktørers kommunikationsinitiativer er, at stimulerer lyst til vækst og innovation på Bornholm. Derfor blev der indstiftet og uddelt en pris til årets bornholmske virksomhed.

Åbent Hus var velbesøgt med ca. 140 deltagere i alt, som der var plads til i kommunalbestyrelsessalen. Heraf var der fem eksterne virksomheder, der valgte at takke ja til tilbuddet om at have en præsentationsstand i foyeren, hvor også erhvervsservices egne afdelinger havde små udstillinger. Blandt deltagerne var en del mindre lokale virksomheder, som ikke kendte meget til Bornholms Erhvervsservice på forhånd.

Anders Lund Madsen gav et morsomt bud på sine forventninger til fremtidens bornholmske virksomheder og endte med to hovedbudskaber: Bornholm har brug for virksomheder med både viden og vildskab. Og i parentes bemærket mente han, at vi skulle føde mange flere børn. Herefter præsenterede hver aktør under Erhvervsservice kort deres relevante tilbud og



ydelse, og indehaverne af de to lokale virksomheder Byg Grønt og Brændesgårdshaven fortalte om deres erfaringer og samarbejdet med Erhvervsservice-aktørerne.

Prisen Årets Virksomhed blev indstiftet med "Iværksætter" som årets fokus, og syv lokale virksomheder blev udvalgt som nominerede blandt dem, Bornholms Erhvervsservice havde haft kontakt med i det forgangne år.

Juryen bestod af repræsentanter for alle aktører under Bornholms Erhvervsservice. Lotte Helms, formand for Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget, var formand for juryen og kårede vinderen; Ailefo.

Ailefo er en nystartet virksomhed placeret i Rønne og skabt af den tidligere sygeplejeske Christiane Larsen. Hun har startet Europas første og eneste produktion af økologisk modellervoks og har nu en bred vifte af kunder, fx Regionskommunen, Louisiana og Illums Bolighus i både København og i Oslo. Dermed er hun også kommet på eksportmarkedet. Det er pt. kun en enkeltmands-virksomhed men med potentiale til at vokse sig større og ansætte medarbejdere. Med prisen fulgte et diplom og et stykke lokalt glaskunst fra en Taiwanesisk studerende fra Glas- og keramikskolen i Nexø.

Afslutningsvis var det åben café med bornholmske tapas og udstillinger i foyeren.

Blandt de indsamlede kommentarer til arrangementet var det stor tilfredshed med både indhold og form af arrangementet.

Det er planen at lave et nyt åbent hus i 2018 med et nyt tema for Årets Virksomhed og med andre små-ændringer.

Som bilag er vedhæftet en voxpop, der giver et lille indtryk af nogle af deltagernes oplevelser fra Åbent Hus Arrangementet.

### **Webplatform og sociale medier**

Kommunikationsstrategiens næste fokusområde er fælles webplatform og sociale medier. Fokus vil især blive rettet mod Facebook og LinkedIn. Destination Bornholm har mødt kollegaerne i Bornholms Erhvervsservice og drøftet erfaringerne med de sociale medier.

Der er endnu nogle overvejelser der skal tages, inden løsningerne bliver offentliggjorte.

Vækstforum vil løbende blive orienteret.

Det er aftalt med Business Center Bornholm, at domænet bornholm.biz stilles til rådighed for Bornholms Erhvervsservice.

Således vil der være en samlet webplatform, hvor det bornholmske erhvervsliv let kan orienterer sig blandt vejledingsmulighederne, der tilbydes af erhvervsfremme aktørerne i Bornholms Erhvervsservice.

### **Økonomiske konsekvenser**

Udgifterne holder sig inden for de af Bornholms Vækstforum allerede afsatte midler til formålet.

### **Supplerende sagsfremstilling og/eller Administrativ tilføjelse**

-

#### **Bilag til Bornholms Vækstforum 11. september 2017**

1. Voxpop, Åbent Hus 2017

Åbent punkt

## 8 Status på forbrug af EU-midler og regionale udviklingsmidler

00.03.00G00-0065

<b>Behandling</b>	<b>Mødedato</b>	<b>Åbent punkt</b>	<b>Lukket punkt</b>
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	8	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum til efterretning

### Resumé

Med det formål at følge forbruget af strukturfondsmidler (Regionalfonden og Socialfonden) og de regionale udviklingsmidler informeres Bornholms Vækstforum løbende om status.

### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at Bornholms Vækstforum tager status på forbrug af midler til efterretning
- at Vækstforum beslutter at genindføre et stop for ansøgninger til de frie midler under de regionale udviklingsmidler.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 8:

Bornholms Vækstforum tog status på forbrug af midler til efterretning og indstiller til Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget, at der genindføres midlertidigt stop for ansøgninger til de frie midler under de regionale udviklingsmidler.

### Sagsfremstilling

#### Regional- og Socialfonden 2014-2020 (strukturfondsmidlerne)

I perioden 2014-2020 har Bornholms Vækstforum ca. 36,2 mio. kr. til rådighed under Regionalfonden og ca. 37,8 mio. kr. til rådighed under Socialfonden.

Til dagens møde foreligger én ansøgning til Regionalfonden.

	Til rådighed 2014-2020	Indstillet på dagens møde	Til rådighed 2014- 2020, hvis ansøgning imødekommes
<b>Regionalfonden</b>	23.670.639 kr.	6.136.809 kr.	17.533.830 kr.
<b>Socialfonden</b>	18.561.107 kr.	0 kr.	18.561.107 kr.

## Regionale udviklingsmidler

### Uddannelsespuljen

Efter indstilling fra Bornholms Vækstforum og godkendelse i Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget er Uddannelsespuljen blevet overført til de frie midler.

### Frie midler

Der er indstillet tre ansøgninger til bevilling på dagens møde.

Indstillet på dagens møde	2017	2018	2019	2020
Bæredygtig bundlinje Bornholm	100.000	700.000	700.000	500.000
Kulturugen		350.000	350.000	350.000
Invio - oplevelsesnetværk		405.000		
<b>Til rådighed efter tilskud</b>	<b>4.093.126</b>	<b>2.066.171</b>	<b>1.810.227</b>	<b>4.430.262</b>

Der er kommet ansøgninger fra Kulturugen og Oplevelsesnetværket Invio. Hvis disse ansøgninger til dagens møde imødekommes, vil der alene være 4,4 mio.kr. tilbage til og med 2020.

<b>I alt til rådighed pr. 11. september 2017</b>	<b>4.598.231</b>	<b>3.621.276</b>	<b>4.415.332</b>	<b>7.885.367</b>
--	------------------	------------------	------------------	------------------

Oversigt over bevilgede udviklingskontrakter og projekter				
Udviklingskontrakter (1)	2017	2018	2019	2020
Udviklingskontrakt med BCB	3.318.250	3.389.750	3.250.000	3.250.000
Udviklingskontrakt med Destination Bornholm	2.657.500	2.717.500	2.500.000	2.500.000
Projekter i drift (2)	Bevilling i alt			
Folkemøde 365	500.000			
Klyngeindsats på fødevareområdet	780.000	360.000	178.975	
Madfællesskab mellem KBH, Bornholm og Lejre	399.895	399.895		
Fællesevalueringssætup	2.000.000	499.000	494.740	500.000
Tilflytterindsats	650.000	40.000		
Copenhagen Film Fund	600.000	200.000	200.000	
Udmøntning af kommunikationsstrategi	450.000	200.000	204.598	
Vækstprogram for SMV'er	4.061.810	500.000	1.500.000	1.968.039
Digital infrastruktur i turistsekt. (reserveret)	400.000	200.000	200.000	
Udvikling af Bornholm.info	1.600.000	640.000	160.000	
Kulturuge 2016-2017	660.000	200.000	154.000	
Bornholms netværk for oplevelsesvirksomheder	650.000	325.000	325.000	
Folkemødet 2016	500.000	500.000		
Partnerskab Gate 21	448.292	111.658	79.390	79.390
Bright Green Island revitalisering 2016-2019	1.370.000	500.000	500.000	370.000
<b>Disponeret i alt</b>	<b>10.651.303</b>	<b>10.603.953</b>	<b>8.667.429</b>	<b>5.991.450</b>

Indstillet på dagens møde	I alt	2017	2018	2019	2020
Bæredygtig bundlinje Bornholm		100.000	700.000	700.000	500.000
Kulturugen 2018-2020			350.000	350.000	350.000
Invio - oplevelsesnetværk			405.000		
<b>Ansøgt i alt</b>		<b>100.000</b>	<b>1.455.000</b>	<b>1.050.000</b>	<b>850.000</b>
<b>Til rådighed, såfremt alle ansøgninger indstilles til tilskud</b>		<b>4.093.126</b>	<b>2.066.171</b>	<b>1.810.227</b>	<b>4.430.262</b>

Tabellen skal læses sådan, at hvert år afsluttes med "Til rådighed efter tilskud". Dette beløb flyttes til året efter, såfremt der ikke disponeres yderligere i det pågældende år. Tallet vedr. 2017 indregnes altså i tallet for 2018 og så fremdeles. Beløbet for 2020 er således det beløb, der er til rådighed i alt, såfremt der ikke disponeres yderligere midler i perioden 2017-2020.

For at kunne realisere kommende strukturfondsindsatser, forventes det, at der i årene frem mod 2020 vil være stort behov for medfinansiering fra de regionale udviklingsmidler.

Strukturfondsadministratorerne har, efter gennemgang af de projekter, der bør sættes i gang, anslået, at der vil være behov for medfinansiering i størrelsesordenen 6-8 millioner kr. til og med 2020.

På denne baggrund er det sekretariatets vurdering, at de resterende midler bør øremærkes til de endnu ikke igangsatte strukturfonds projekter og indstiller derfor til Vækstforum at genindføre et stop for ansøgninger til de frie midler.

### **Kulturpuljen**

Der er ikke indstillet ansøgninger til bevilling på dagens møde.

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Til rådighed efter tilskud</b>	<b>291.333</b>	<b>805.833</b>	<b>1.320.333</b>	<b>1.834.833</b>

### **Økonomiske konsekvenser**

-

### **Supplerende sagsfremstilling og/eller Administrativ tilføjelse**

-

#### **Bilag til Bornholms Vækstforum 11. september 2017**

1. Forbrug af EU-midler pr. 11. september 2017
2. Oversigt Vækstforums puljer og projekter

Åbent punkt

## 9 Ansøgning om tilskud til Udvikling af Bornholms Kulturuge, 2018-2020

24.00.00039-0180

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	19-05-2017	8	
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	9	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum indstiller  
Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget beslutter

### Resumé

På mødet den 19. maj 2017 drøftede Bornholms Vækstforum ansøgningen fra foreningen Bornholms Kulturuge, om fortsat udvikling af eventen for perioden 2018-2020. Som det fremgår af mødereferatet, ønskede Vækstforum yderligere forhold belyst, før der kunne træffes afgørelse. Vækstforums formandskab har efterfølgende mødtes med repræsentanter fra kulturugens bestyrelse for at drøfte disse forhold. Under "Supplerende sagsfremstilling og/eller Administrativ tilføjelse" sidst i dette punkt, er den oprindelige sagsfremstilling suppleret med de supplerende informationer, der er modtaget af Kulturugens bestyrelse. Notatet er vedlagt som bilag i sin fulde ordlyd (Bilag 5).

### Oprindelig sagsfremstilling:

Foreningen Bornholms Kulturuge og Destination Bornholm ansøger om 1.050.000 kr. af de regionale udviklingsmidler til udvikling af Bornholms Kulturuge i perioden 2018-2020 (28. feb. 2021). Det ansøgte beløb udgør 31 % af det samlede budget på i alt 3.390.000 over tre år. Bestyrelsen for Bornholms Kulturuge har meddelt, at det vil være usandsynligt, at Kulturugen kan fortsætte i 2018 og fremad, medmindre det ansøgte tilskud bevilges. Med Færgens ophør som hovedsponsor med udgangen af 2017 og uden at have fundet en ny hovedsponsor vil det ikke være muligt at skaffe den fornødne finansiering også til koordinering og markedsføring, hvis tilskuddet fra Vækstforum bortfalder.

Projektet vil fokusere på tre spor:

- 4 faste fyrtårnsarrangementer, der kan give anledning til omtale og opmærksomhed uden for øen – og dermed være incitament til at rejse hertil.
- By-dage med en mangfoldighed af lokalt forankrede aktiviteter, der skal knyttes sammen med Kulturuge-budget.
- Underholdning i det offentlige rum i forbindelse med åbning og afslutning af Kulturugen for at skabe opmærksomhed om Kulturugen.

Projektets aktiviteter udføres med henblik på at realisere følgende strategiske delmål, der matcher Vækstforums erhvervsudviklingsstrategi:

- Øget antal gæster
- Øget beskæftigelse
- Øget værdiskabelse
- Øget døgnforbrug

Kulturugen afholdes fra fredag i uge 37 til og med uge 38 (midt september).

## Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller (19. maj 2017),

- at ansøgningen om 1.050.000 kr. af de regionale udviklingsmidler fordelt på perioden 2018-2020 (28. feb. 2021) indstilles til drøftelse.
- at projektet – såfremt det indstilles til godkendelse overfor Erhvervs- og beskæftigelsesudvalget – evalueres under rammen for små-projekter, idet budgettet er under 2 mio. kr., samt det forhold, at Kulturugen også vil blive evalueret af ekstern konsulent i samarbejde med Færgen jf. tidligere.

Bornholms Vækstforum, 19. maj 2017, pkt. 8:

Vækstforum drøfter ansøgning om bevilling på 1.050.000 kr. for perioden 2018-2020 og stiller sig positivt overfor, på det næstkommende møde, at behandle en revideret ansøgning om en - som minimum - étårig bevilling for året 2018.

Den reviderede ansøgning skal indeholde:

1. en fremadrettet finansieringsplan til forankring af Kulturugen, herunder en afklaring af, hvorvidt Destination Bornholm, som led i deres kontrakt med Vækstforum og indenfor kontraktsummen, kan varetage sekretariatsfunktionen for Kulturugen
2. mere ambitiøse mål for markedsføring og tiltrækning af tilrejsende gæster

Vækstforumsekretariatet indstiller (11. september 2017),

- a) at Vækstforum indstiller til Erhvervs- og beskæftigelsesudvalget, at Kulturugen modtager op til 350.000 kr. af de regionale udviklingsmidler svarende til ét af de ansøgte tre år.
- b) at bestyrelsen for Kulturugen anmodes om at afsøge andre muligheder for organisatorisk forankring idet Vækstforumsekretariatet har bemærket Destinationens udmelding om, at de ikke kan løfte opgaven uden en særskilt bevilling.
- c) at dialogen om Kulturugens fremtid fortsættes med bestyrelsen for Kulturugen og relevante parter – herunder BRK, Destination Bornholm, m.fl. Vækstforumsekretariatet har tovholderfunktionen.
- d) at projektet – såfremt det indstilles til godkendelse overfor Erhvervs- og beskæftigelsesudvalget – evalueres under rammen for små-projekter, idet budgettet er under 2 mio. kr., samt det forhold, at Kulturugen også vil blive evalueret af ekstern konsulent i samarbejde med Færgen jf. tidligere praksis

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 9:

Bornholms Vækstforum drøftede ansøgningen om bevilling på 1.050.000 kr. og indstiller til Erhvervs- og beskæftigelsesudvalget, at Kulturugen bevilges 350.000 kr. af de regionale udviklingsmidler, svarende til ét af de ansøgte tre år.

Vækstforum forholder sig ikke afvisende overfor at behandle eventuelt yderligere ansøgning efter endt bevilling, men i så fald skal ansøgningen indeholde:

1. en fremadrettet finansieringsplan for en mere effektiv drift via et øget samarbejde med eksempelvis Destinationen/anden part og en større egenfinansiering.
2. dokumentation for en øget tilgang af udenøse besøgende som følge af en styrket markedsføringsindsats.

## Sagsfremstilling

Kulturugerne 2018-2020 bygger videre på erfaringerne fra de seneste års Kulturuger. Bestyrelsen anfører i sin ansøgning, at eventen har gennemgået "en næsten eksplosiv udvikling", når man sammenligner resultaterne fra 2014 med 2016. Antallet af arrangementer er vokset fra 41 til 84. Væksten er primært sket i lokalt forankrede aktiviteter og er et resultat af en øget indsats med opsøgende og koordinerende arbejde i forbindelse med etablering af by-dage.

Udvidelsen af Kulturugens program og en øget markedsføringsindsats har givet positivt resultat i forhold til: Besøgsandel (andel af rejsende til Bornholm i perioden, som deltog i Kulturugen) er vokset fra 14 % til 19 %, Kulturugens tiltrækningskraft er steget fra 1.455 til 2.017 (rejsende, for hvem Kulturugen havde afgørende betydning for deres rejse) og Kulturugens økonomiske betydning, som er steget fra 3,8 mio.kr. til 5,6 mio.kr.

Det har afgørende betydning for Kulturugens videre udvikling, at samarbejdet med lokale kræfter - institutioner, foreninger, kunstnere, erhvervsliv og ildsjæle - konsolideres og formaliseres. Udfordringen og opgaven de kommende år vil være at etablere egentlige arbejdsgrupper lokalt, som kan og vil påtage sig en del af opgaven med tilrettelæggelse af programmer for de enkelte by-dage.

### Overordnede mål for øen

Ifølge ansøger præsenterer Bornholms Kulturuge gæsten for det rige, bornholmske kulturliv og historie og er derfor en vigtig brik, når det gælder det overordnede mål for øen:

- At tiltrække flere tilrejsende gæster i skuldærsæsonen og "fylde" hullet mellem sommersæson og efterårsferie.
- At styrke branding af Bornholm som et attraktivt mål for kulturturister og tilflyttere.
- At inspirere og stimulere det bornholmske kulturliv til glæde for såvel tilrejsende som fastboende ved at engagere lokale institutioner og kunstnere til gennemførelse af aktiviteter.

### Kulturugens målgrupper, er:

- Overnatningssektor (flere overnatninger i ydersæson)
- Transportsektor (flere rejsende i ydersæson)
- Spisesteder (kulturforbrugere er ofte også interesseret i gourmet-oplevelser)
- Detailhandel (kulturturister har et højt døgnforbrug)
- Arrangører af kulturbegivenheder (økonomisk støtte og/eller synlighed via markedsføring af eventen)
- Bornholm som helhed (Eventen er imageskabende i forhold til såvel turisme som bosætning)

### Effekter

På baggrund af evaluering fra de tidligere afholdte Kulturuger, kan der med nogen rimelighed forventes følgende mål:

- Fastholdt kvalitetsbedømmelse blandt publikum (8,2 for kulturugen som helhed, på en skala fra 1-10) i forhold til måling i 2016.
- 10 % flere tilrejsende gæster til Kulturugen om året, svarende til ca. 2.700 i 2020.
- Forbrug, genereret af tilrejsende udgør 7,5 mio. kr. i 2020.
- 20 % af de tilrejsende gæster har enten et meget stort eller stort kendskab til kulturugen inden ankomst til Bornholm.

- 30 % af de tilrejsende gæster mener, at Kulturugen har afgørende eller stor betydning for beslutningen om at tage til Bornholm.
- Mere end halvdelen af de tilrejsende gæster vil komme tilbage til Bornholm, fordi de er blevet rigere på oplevelser.

I et lidt større perspektiv, anfører ansøger, at Kulturugen desuden bidrager til:

- Imageskabelse: Bornholms Kulturuge er kendt i hele Danmark, og der er øget kendskab på de udenlandske nærmarkeder.
- Fortsat udvikling af eventen skaber en merindtægt for turisterhvervet og det bornholmske samfund.
- Kulturugen understøtter de kreative miljøer og gør derfor Bornholm attraktiv både som feriedestination og bosted.

## Analyse/evaluering

Med hensyn til analyse/evaluering er der de foregående år foretaget to analyser (Bilag 2 og 3):

- Én blandt gæsterne ude ved de enkelte arrangementer
- Én blandt Færgens rejsende i perioden. Respondenterne blev rekrutteret via Færgens Kundeforum.

Kulturugen indgik som én af flere bornholmske events i "Eventtracking", en analyse foretaget på vegne af Destination Bornholm.

Kendskabsgrad, tiltrækningskraft og økonomisk værdi blev beregnet i denne analyse.

I 2016 blev begge analyser foretaget af samme firma, nemlig analysefirmaet Inzights, og for første gang var undersøgelsen blandt gæsterne til arrangementerne digital.

Undersøgelsen blandt gæster ude ved de enkelte arrangementer forventer Kulturuge-sekretariatet at gentage i 2017, og hvis bevilling opnås, således også de næstfølgende år.

Der er mulighed for at indarbejde flere spørgsmål i denne undersøgelse, specielt rettet mod de tilrejsende gæster, som om nødvendigt må erstatte den undersøgelse, som blev foretaget gennem Færgens kundeforum.

Kulturuge-sekretariatet forventer ikke, at "Eventtracking" bliver gennemført uændret, når Molslinjen overtager sejladsen, men Destination Bornholm og Molslinjen har aftalt at samarbejde om undersøgelser blandt de rejsende til/fra Bornholm, og det er forventningen, at de vil få indsigt i brugbare data til evaluering.

Hvorvidt data vil være direkte sammenlignelige med tidligere år, kan Kulturuge-sekretariatet dog ikke garantere på nuværende tidspunkt.

Udover disse årlige analyser vil projektet samlet set blive evalueret under rammen for småprojekter, idet budgettet er under 2 mio. kr. – hvilket er obligatorisk i henhold til aftalen med Staten.

## Økonomiske konsekvenser

Denne ansøgning gælder finansiering af løn til projektledelse og koordinering, evaluering, kontorhold, revision og en andel af markedsføringsudgifter, idet sponsorater og fondsbevillinger er øremærket eksterne omkostninger ved gennemførelse af arrangementer og i visse tilfælde markedsføring. Finansiering af Kulturugens aktiviteter og markedsføringen af eventen forventes dækket af andre finansieringskilder. Se bilag 4 for fordeling i perioden 2018-2020.



<b>UDGIFTER Hovedgrupper</b>	<b>%-Fordeling</b>	<b>Kr.</b>
1. Løn til medarbejdere på projektet *	20	660.000
2. Konsulentydelse	0	0
3. Evaluering (konsulentydelse eller løn)**	3	120.000
4. Rejser, kost og logi (konsulenter)	0	0
5. Rejser, kost og logi (medarbejdere på projektet)	0	0
6. Kontormaterialer	1	45.000
7. Stører anskaffelse, f.eks. edb, møbler mv.	0	0
8. Information (inkl. annoncer)	21	700.000
9. Ikke-refunderbar moms	0	0
10. Andet ***	54	1.850.000
11. Revision	1	15.000
<b>I alt</b>	<b>100</b>	<b>3.390.000</b>

\* Vedrører løn til koordinator med 525.000 og løn til projektleder med 135.000

\*\* Vedrører 60.000 kr. til eksternt analysefirma og 60.000 til løn til projektleder

\*\*\* Udbetalinger til arrangører for medvirken i Kulturugen

<b>INDTÆGTER</b>	<b>%-Fordeling</b>	<b>Kr.</b>
Regionale udviklingsmidler (Denne ansøgning)	31	1.050.000
Anden finansiering	69	2.340.000
<b>I alt</b>	<b>100</b>	<b>3.390.000</b>

## Supplerende sagsfremstilling og/eller Administrativ tilføjelse

### Ad 1: Fremadrettet finansieringsplan

#### **Finansiering ved regionale udviklingsmidler:**

Budgetter for perioden er uændrede med den tilføjelse, at den del af budgettet, Vækstforum ansøges om, er midler til dækning af omkostningerne til løn til medarbejdere på projektet (årligt 220.000), konsulentydelse/løn til undersøgelser, analyse og evaluering (årligt 40.000), kontorhold (årligt 15.000) og en andel af udgifter til markedsføring (årligt 75.000) i alt 350.000 årligt.

#### **Anden medfinansiering:**

Ansøgningen er begrundet i, at fonde og erhvervsponsorater i langt de fleste tilfælde er øremærket til selve arrangementets gennemførelse, mens midler til projektledelse og koordinering efter ansøgers erfaring ikke bevilges fra den side. I budgettet er der forventet medfinansiering fra fonde og sponsorer til afvikling af arrangementer, og indtægter fra salg af badges samt medfinansiering fra overnatningssektor til markedsføring på til sammen kr. 770.000 i 2018 stigende til 790.000 i 2020.

Det skal bemærkes, at Kulturugen står med en udfordring allerede i 2018, hvor Færgen, som hidtil har været hovedsponsor med et beløb svarende til knap halvdelen af medfinansieringen, ikke længere deltager. Dialog med det kommende rederi, Molslinjen, har endnu ikke sikret endelig afklaring af rederiets opbakning til Kulturugen. Foreløbige drøftelser med øvrige

bidrag-givere giver dog Kulturugens bestyrelse en formodning om, at flere af disse er indstillet på at forhøje deres engagement. Sideløbende vil Kulturugens bestyrelse i hele projektperioden søge nationale fonde om bevillinger til enkeltarrangementer i Kulturugens program. Ligeledes vil der i stigende omfang blive søgt sponsorater hos større, bornholmske erhvervsvirksomheder.

### **Egen finansiering:**

En mulig forhøjelse af prisen på Kulturugens badge vil blive overvejet. Prisen i 2017 er forhøjet fra kr. 75,- til kr. 90,- på baggrund af det øgede antal fordele, badget giver. Resultatet med hensyn til antal solgte badges i 2017 vil danne grundlag for beslutning om eventuel yderligere prisstigning.

Overnatningssektor, transportør og spisesteder bidrager i dag med betalt annoncering på Kulturugens web og Facebook for pakkerejser til kulturugen, ligesom HORESTA-Bornholm betaler til generel markedsføring. Dette forventes at fortsætte og vil blive forsøgt udbygget. I 2017 er der samarbejde med 11 virksomheder om salg af overnatning eller pakkerejser. En endnu ikke afprøvet model kunne være betaling for optagelse i Kulturugens programavis, gældende for enten arrangører af aktiviteter eller pakkerejseoperatører eller for begge kategorier.

Øgede indtægter fra fonde og egenfinansiering vil blive anvendt til arrangementsafvikling og markedsføring.

### **Fremtidig forankring:**

Der er gennemført drøftelser mellem Destination Bornholm og Kulturugens bestyrelse. For Kulturugens bestyrelse vil det ikke gøre nogen forskel i praksis, om bevillingen sker til projektet "Bornholms Kulturuge" eller om den indgår i Destination Bornholms resultatkontrakt med Vækstforum fra 2019, hvis de samme beløb er til rådighed til sekretariatsfunktionen. Destination Bornholm har varetaget sekretariatsfunktionen siden Kulturugen ophørte med at blive gennemført i Amtsligt/kommunalt regi med udgangen af 2008.

For Destination Bornholm er det vigtigt, at aftalen om Bornholms Kulturuge sikrer den væsentlige opgave, som sekretariatsopgaven indbefatter. Der bruges i dag et betragteligt antal timer på at løfte opgaven, som netop sikres via den eksisterende aftale. Det er med andre ord ikke en lille opgave, ligesom ingen andre opgaver i Destination Bornholms handlingsplan med Bornholms Vækstforum ligner denne og kan skiftes ud med aftalen omkring Bornholms Kulturuge.

Det er desuden Destination Bornholms opfattelse, at de opgaver, der er beskrevet i den nuværende kontrakt og handlingsplan mellem Bornholms Vækstforum og Destination Bornholm er væsentlige for Bornholms udvikling og vækst. Kulturugen bør understøttes, men dette gennem en særskilt bevilling. Hvorvidt denne sker ved en forhøjelse af kontraktsummen mellem Bornholms Vækstforum og Destinationen med kr. 350.000 årligt eller en selvstændig bevilling er underordnet for Destination Bornholm.

Destination Bornholm er imidlertid indstillet på at løfte evalueringen af Kulturugen ind i det analysearbejde, der foretages via samarbejdet mellem Bornholms Vækstforum og Destination Bornholm. Dermed kan der spares 40.000 kr.

### **Ad 2: Mål for markedsføring og tiltrækning af tilrejsende gæster**

Ansøgningsskemaets pkt. 3 "Effektvurdering" (Bilag)

Mål 2020 revideres fra 10 % flere tilrejsende til Kulturugen om året til:

15 % flere tilrejsende til Kulturugen om året

Revideringen sker ud fra en forventning om både udvikling af Kulturugen og en samtidig prisreduktion for færgebilletter. Vedr. det sidste er niveauet for billetpriser i september stadig ukendt, da kontrakten om færgebetjeningen opererer med gennemsnitspriser.

### **Vurdering**

På baggrund af Kulturugesekretariatets tal for økonomisk effekt (godt 2.000 tilrejsende og 5,6 mio.kr. i meromsætning) kan der argumenteres for en opretholdelse af Vækstforums tilskud på 350.000 kr. årlig. Dette naturligvis begrundet i erhvervsudviklingsstrategiens målsætning om at støtte aktiviteter, der skaber økonomisk vækst uden for turismehøjsæsonen.

Meldingen fra Kulturuge-sekretariatet er, at fonde normalt ønsker at støtte de kulturelle arrangementer, i forventning om at kommune/Vækstforum finansierer de basale sekretariatsudgifter (ca. 350.000 kr. årligt).

Vækstforumsekretariatet vil dog opfordre til, at der indledes en fornyet dialog med bestyrelsen for Kulturugen om nedbringelse af udgifterne og øgning af indtægterne.

Som beskrevet i den supplerende sagsfremstilling ovenfor bidrager overnatningssektor, transportør og spisesteder i dag med betalt annoncering på Kulturugens web og Facebook for pakkerejser til kulturugen, ligesom HORESTA-Bornholm betaler til generel markedsføring. Der er desuden indledt samarbejder med 11 virksomheder om salg af overnatning eller pakkerejser i 2017. Men der bør kunne ske en øget inddragelse af små og større bidrag fra især det øvrige erhvervsliv, der nyder godt af Kulturugen og de gæster, der bidrager til øget indtjening.

Derudover bør Kulturugen opfattes som en kulturel kapital, der er værd at fastholde og udvikle til gavn og glæde for borgere – også set i et tilflytningsperspektiv.

Denne finansieringsmodel kan sammenlignes med crowdfunding hvor bidragsydere til gengæld får særlige fordele, som fx adgang til særarrangementer etc.

Vækstforumsekretariatets anbefaling skal ses i lyset af, at der har været et markant træk på de regionale erhvervsudviklingsmidler i indeværende periode. Vækstforum må derfor foretage en endnu skarpere prioritering af midlerne, ligesom der er behov for, at udfordrer samtlige projekt-ansøgere til at afsøge alternative finansieringskilder.

### **Bilag til Bornholms Vækstforum 19. maj 2017**

1. Bilag 1A Ansøgning: Bornholms Kulturuge, 2018-2020
2. Bilag 1B Projektets formål
3. Bilag 2 Eventtracking - Kulturugen 2016
4. Bilag 3 Spørgeskema - Kulturugen 2016
5. Bilag 4 Detailbudget 2018-2020

### **Bilag til Bornholms Vækstforum 11. september 2017**

6. Bilag 5 Notat til fornyet behandling af ansøgning sep 17

Åbent punkt

## 10 Ansøgning: Oplevelsesnetværk Bornholm, fortsættelse

24.05.10039-0003

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	10	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum indstiller  
Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget godkender

### Resumé

Invio - Innovationsnetværk for Oplevelsesøkonomi, Aalborg Universitet ansøger Bornholms Vækstforum om 405.000 kr. af de regionale erhvervsudviklingsmidler til fortsættelse af projekt "Oplevelsesnetværk, Bornholm" i 2018. På baggrund af relativ positiv midtvejsevaluering foretaget af Cowi (se andet punkt på dagens dagsorden) er det Vækstforumsekretariatets anbefaling, at Vækstforum drøfter om der fortsat skal tilbydes erhvervsfremmende aktiviteter til de nu 21 deltagende virksomheder i netværket. Og i givet fald, *hvem* der skal tilbyde dette. Se venligst også Vækstforumsekretariatets supplerende kommentarer under "Vurdering" nedenfor.

### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at ansøgningen om 405.000 kr. af de regionale erhvervsudviklingsmidler indstilles til drøftelse.

*Såfremt* Vækstforum beslutter at indstille ansøgningen positivt overfor Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget, som godkender, indstiller Vækstforumsekretariatet:

- a) at der indledes dialog med Invio, der drives af Aalborg Universitet/ Teknologisk Institut, og Destination Bornholm samt Business Center Bornholm med henblik på øget formaliseret samarbejde mellem disse organisationer. Evt. som en fast del af kontrakten, der udløber i 2018.
- b) at projektet evalueres efter minimumsmodellen, jf. rammeaftalen med Cowi.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 10:

Bornholms Vækstforum indstillede ansøgningen om 405.000 kr. af de regionale udviklingsmidler til afslag.

Vækstforum stiller sig imidlertid positivt overfor at behandle en eventuel revideret ansøgning om et reduceret beløb. En revideret ansøgning skal indeholde:

- en klar plan for forankring af netværket ind i mere etablerede organisationer og netværk, som eksempelvis Destination Bornholm, hvorved snitflader afklares og synergi optimeres.
- konkrete måltal for effekten af indsatsen, i relation til eksempelvis antallet af udenøse gæster og antallet af nye produkter.
- redegørelse for, hvordan man vil imødekomme den store udfordring, at de deltagende virksomheders mangler organisatorisk kapacitet til at implementere de ønskede forandringer.

## Sagsfremstilling

Samarbejdet mellem bornholmske virksomheder, institutioner og udefra kommende virksomheder om udviklingen af nye oplevelsesydelser skal gøre Bornholm mere attraktiv at besøge hele året og føre til vækst i økonomi og arbejdspladser.

Det er på nuværende tidspunkt lykkedes at samle 21 virksomheder i netværket. I forbindelse med midtvejsevaluering af projektet har virksomhederne indikeret, at de har opnået en høj grad af tillid til hinanden og "tør" derfor dele deres udfordringer og ideer med de andre virksomheder i netværket. De fortæller, at denne tillid er central, fordi de (på den korte bane) konkurrerer om de samme turister. De virksomheder, der har modtaget individuel forretningsudvikling, udtrykker, at det har været en stor hjælp ift. at udvikle deres virksomhed.

Med denne projektansøgning skal netværkets fortsatte udvikling og organisatoriske forankring sikres.

Ansøger anfører i ansøgningen (bilag), at det hidtidige arbejde i projektet har forløbet nogenlunde som forudset - dog bevirker travlheden i virksomhedernes højsæson, at de ikke så overraskende flytter deres fokus fra udviklingen af fælles koncepter til daglig drift. Det tager derfor længere tid end forudset at få samarbejdskonstellationerne til at fungere på tværs af netværket og få de nye ideer implementeret. En forlængelse af projektperioden med et år vil gøre det muligt at "cementere og videreudvikle" det gode samarbejde, der allerede er opstået i projektet, og give større sandsynlighed for, at projektets overordnede mål om øget vækst i de bornholmske virksomheder kan realiseres.

I netværket er der brug for, at der bliver implementeret flere fælles ideer, der kan føre til øget kundestrøm. Det vil bidrage til virksomhedernes succesoplevelse af at være med i netværket. Fælles succesoplevelser skaber et højere energiniveau i netværket og en mere positiv indstilling til samarbejde på tværs. Den udvikling er på vej i netværket, men den har endnu ikke nået det tipping point, der skal til, for at netværket kan køre videre af sig selv. Der vil stadig være behov for en katalysator og koordinerende funktion, der kan holde virksomhederne til ilden for at gøre netværket selvkørende. En katalysator, der kan inspirere og motivere til at få implementeret de nuværende ideer, udviklet nye ideer, præsentere dem for nye teknologiske virkemidler og få dem til at indgå i nye kommercielle samarbejdskonstellationer.

## Målgruppe

Projektet henvender sig til bornholmske virksomheder og institutioner, der har vilje til at ville udvikle sig og skabe nye oplevelser på Bornholm. Interessenterne beskæftiger sig med oplevelseselementer inden for flere genrer, bl.a. attraktioner, overnatning, teknik, natur, transport, museer, fødevarer, sundhed og servicebranchen. Samtlige virksomheder i netværket får gavn af individuel og samlet innovationslæring, videnopbygning og videndeling, og Bornholms Regionskommune får flere i arbejde og dermed også et bedre skattegrundlag.

## Aktiviteter

1. Understøtte netværkets dynamik ved at tiltrække nye oplevelsesvirksomheder til netværket. Målet er, at netværket har 25 aktive medlemsvirksomheder ved projektets udløb i 2018.
2. Udarbejde udviklings- og vækstplaner med de nye virksomheder og understøtte de netværksdeltagere, der har begrænset innovationskapacitet.
3. Afholde oplevelses-teknologi-matchmaking-workshops for netværket og andre bornholmske virksomheder og institutioner.
4. Facilitere implementeringen af 3 fælles innovationstiltag fra idépuljen, fx. fælles kompetenceudvikling af netværksvirksomhedernes servicemedarbejdere i samspil med

Fårup Sommerland/Dansk Kyst og Naturturisme, en fælles årlig event, et fælles indkøbssamarbejde.

5. Der tilføres løbende viden, kontakter og inspiration til netværket og ydes support til udviklingen af de konkrete pakkøløsninger og fællesprodukter på tværs af oplevelsesvirksomhederne.
6. Erfaringsopsamling og strategi for videreførelse af netværket.

Hvor muligt, vil Invio allokere ressourcer og viden fra deres øvrige turismeprojekter til gavn for netværkets virksomheder. Det gælder konkret ressourcer fra oplevelses-teknologiprojektet "Videnbro for oplevelsesvirksomheder" og "InnovationsAgentordningen". I nye kommende projekter vil Invio prioritere at få Oplevelsesnetværk Bornholm med i projekterne for at understøtte netværkets udvikling.

### Tidsplan

Projektets samlede tidsplan løber fra januar til december 2018.

1. Den organisatoriske forankring af projektet skal være afklaret senest juni.
2. I første kvartal 2018 planlægges og gennemføres oplevelses-teknologi-matchmaking-workshops.
3. I perioden januar til juni 2018 konkretiseres og implementeres to af de tværgående innovationsprojekter.
4. I perioden september til december konkretiseres og implementeres yderligere 1-2 tværgående innovationsprojekter.
5. I hele perioden fra januar til december gives løbende sparring og support til netværket.
6. Afslutningsworkshop og evaluering af projektførelsen, november-december.

### Effekter

Ansøger anfører, at projektets aktiviteter skal cementere den positive udviklingsspiral, oplevelsesnetværket er kommet ind i, og leve op til de resultatmål, der blev formuleret i den oprindelige projektansøgning til Vækstforum, samt styrke den faglige/organisatoriske indsats på de områder, som midtvejsevalueringen anbefaler. Det skal sikre langsigtet samarbejde i netværket, konkret vækst i de deltagende virksomheder og være arnested for udviklingen af nye oplevelsesøkonomiske initiativer.

Målet er:

- En bæredygtig forankring og videreudvikling af Oplevelsesnetværk Bornholm
- Implementeringen af fælles ideer mellem virksomhederne, så de får en økonomisk succesoplevelse ved at være med i netværket
- Tiltrække nye potentielle oplevelsesvirksomheder og -ressourcer med kreative ideer til at deltage i netværket.

På den måde vil projektets langsigtede effekter være både nye oplevelsesprodukter, flere job, øget omsætning i virksomhederne og et stærkere brand for Bornholm.

På kort sigt er målet:

- At etablere og sikre den formelle faglige, organisatoriske og finansielle ramme for netværkssamarbejdet - en proces ledet af deltagerne selv med back-up fra Invio.
- Implementeringen af tre tværorganisatoriske konceptideer.

Projektets kortsigtede effekt vil være:

- Øget innovativ kapacitet hos deltagerne
- Nye vinkler på deltagernes forretningsmodeller
- Nye partnerskaber og fælles ideer til konkrete udviklingsprojekter

## Vurdering

Vækstforumsekretariatet har sammen med Destination Bornholm og Business Center Bornholm fulgt det igangværende projekt, der udløber med udgangen af 2017, gennem den koordinationsgruppe, der er blevet nedsat til at følge projektet tæt.

Det er umiddelbart vores vurdering, at der er en god energi i gruppen af nu 21<sup>2</sup> større og mindre oplevelsesvirksomheder. Som det i Cowis evaluering af det hidtidige projekt er iagttaget, er det springende punkt, om de deltagende virksomheder har de organisatoriske ressourcer, til at implementerer de beskæftigelsesfremmende og merværdiskabende idéer, der genereres i projektet. Et øget samarbejde mellem virksomhederne og med fx Business Center Bornholm kan formentlig delvist afhjælpe

Det er Vækstforumsekretariatets overbevisning, at de deltagende virksomheder, bidager til turisternes oplevelse af den unikke bornholmske identitet. Der er ikke tale om strømlinende kædevirksomheder, men om lidt "skæve" og underfundige oplevelser, der måske nok trænger til en "kritisk ven", der kan bidrage med en udefrakommende vurdering. Som vi har oplevet deltagernes udbytte af deres deltagelse, er samarbejdet med projektledelse og øvrige tilknyttede fra Aalborg Universitet/Teknologisk Institut, disse denne kritiske ven. Via branchekendskab fra andre dele af landet og personlige netværk, tilbydes deltagerne i netværket nye indsigter og muligheder for samarbejder. Der bygges billedlig talt broer på kryds og tværs.

Det skal understreges, at ansøger lægger op til en rimelig deltagerbetaling fra de virksomheder, der fortsætter i netværket. Det vidner i sig selv om den oplevede merværdi.

Et opmærksomhedspunkt fra den forrige periode i Vækstforum var, at der skulle arbejdes mere med inddragelse af viden fra branchespecifikke miljøer i det øvrige Danmark. Herunder universiteter. Dette projekt er delvis løsningen herpå.

Det er dog også Vækstforumsekretariatets overbevisning, at der ikke er behov for flere erhvervsfremmeaktører på Bornholm end højst nødvendig. Vi vil således anbefale Vækstforum, at drøfte om projektet skal videreføres med henblik på dialog om formalisering af samarbejdet mellem Invio, der drives af Aalborg Universitet/ Teknologisk Institut, og Destination Bornholm samt Business Center Bornholm, der skal sikre optimal koordinering og sparing.

Vækstforumsekretariatets anbefaling skal ses i lyset af, at der har været et markant træk på de regionale erhvervsudviklingsmidler i indeværende periode. Vækstforum må derfor foretage en endnu skarpere prioritering af midlerne, ligesom der er behov for, at udfordrer samtlige projekt-ansøgere til at afsøge alternative finansieringskilder.

## Økonomiske konsekvenser

Såfremt projektet indstilles positivt af Bornholms Vækstforum og godkendes af Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget, finansieres det via de regionale erhvervsudviklingsmidler med op til 405.000 kr.

---

<sup>2</sup> De 21 deltagende virksomheder er pt: Bornholm På Hjul, Bornholmertårnet, Bornholms Brand Park, Bornholms Tekniske Samling, Bornholms Lille Boghandel, Bornpark – minigolf, Brændesgårdshaven, Columbus/Det maritime museum - Haslehavn, De Bornholmske Jernbaner, Gudhjem Museum, Henrik Hørberg – App-specialist, LOF Bornholm, Lykkelund Gedemejeri, Nexø Gamle Røgeri, Nexø Kristne Skatercenter, Nexø Museum, Nordbornholms Golfklub, Martin Andersen Nexøs Mindestuer, Slægtsgården, Svaneke Vandrehjem og Busselskab, Tilflytterambassadør Rune Holm, Aakirkebyhallerne.

### **Budget**

Løn til medarbejdere på projektet	530.000
Konsulentydelse	40.000
Rejser, kost og logi (medarbejdere på projektet)	15.000
Information (inkl. annoncer)	20.000
<i>Sum</i>	<b>605.000</b>

### **Finansiering**

Regionale udviklingsmidler (denne ansøgning)	405.000
Egenfinansiering – herunder deltagerbetaling	200.000
<i>Sum</i>	<b>605.000</b>

### **Supplerende sagsfremstilling og/eller Administrativ tilføjelse**

-

#### **Bilag til Bornholms Vækstforum 11. september 2017**

1. Bilag 1 - Oplevelsesnetværk Bornholm - tillægsansøgning 2018
2. Bilag 2 - Status oplevelsesnetværk Bornholm



Åbent punkt

## **11 Ansøgning om Regionalfondstilskud til projekt Bæredygtig Bundlinje Bornholm**

00.03.04Ø39-0224

<b>Behandling</b>	<b>Mødedato</b>	<b>Åbent punkt</b>	<b>Lukket punkt</b>
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	11	

### **Hvem beslutter**

Bornholms Vækstforum indstiller

Erhvervsstyrelsen beslutter

Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget beslutter

### **Resumé**

Vækstforum besluttede på sit møde i november 2016 at anvende midler i perioden 2017-2020 til et partnerskab i Gate 21. Dette særligt med henblik på, at Gate 21 skulle iværksætte en bornholmsk version af projekt Bæredygtig Bundlinje, som Gate 21 driver i Region Hovedstaden, der har til formål at skabe energi- og ressourceoptimering og dermed en bedre bundlinje i små og mellemstore virksomheder (SMV'er). Siden da har Vækstforumsekretariatet i samarbejde med Gate 21 arbejdet intenst med at få sammensat et projekt i samarbejde med en række bornholmske aktører.

Gate 21 ansøger nu om et Regionalfondstilskud på 6.136.808,50 kr. og et tilskud fra de regionale udviklingsmidler på 1.999.761 kr. til projekt Bæredygtig Bundlinje Bornholm.

Gate 21 bidrager kontant med 111.657,60 kr., svarende til halvdelen af første års medlemskab, den anden halvdel er anvendt til projektudvikling. Herudover bidrager Gate 21 med timer svarende til 190.460 kr. Bornholms Regionskommune (Bright Green Island), Destination Bornholm, Bornholms Energi og Forsyning, BOFA og Business Center Bornholm bidrager til projektet med timer, ligesom der er forudsat medfinansiering i timer fra de deltagende virksomheder.

Udover ovennævnte er Teknik & Miljø (BRK), Energitjenesten Bornholm og Center for Regional- og Turismeforskning også partnere i projektet.

Der foreligger samarbejdserklæringer fra Green Solution House, DI Bornholm, Bornholms Landbrug, Dansk SymbioseCenter og Foreningen Folkemødet.

Der er foreløbig indhentet deltagerinteresseerklæringer fra Maskinfabrikken Trio Nexø A/S, Hasle Refractories, Fugato, Hotel Skovly, Ailefo og Byg-Grønt.

Projektperioden er 1. november 2017 – 31. december 2020.

### **Indstilling og beslutning**

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at Vækstforum drøfter projektets effektkæde,
- at ansøgningen om et Regionalfondstilskud på 6.136.808,50 kr. indstilles til godkendelse i Erhvervsstyrelsen,
- at ansøgningen om et tilskud fra de regionale udviklingsmidler på 1.999.761 kr. indstilles til godkendelse i Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget,
- at projektet midtvejs- og slutevalueres,

- at det besluttet, at ansøger en gang årligt – første gang i 2018 – afrapporterer projektets fremdrift på Vækstforums møde i slutningen af året.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 11:

Bornholms Vækstforum indstillede ansøgningen om Regionalfondstilskud på 6.136.808,50 kr. til godkendelse i Erhvervsstyren.

Bornholms Vækstforum indstillede ansøgningen om tilskud fra de regionale udviklingsmidler på 1.999.761 kr. til godkendelse i Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget.

Vækstforum indstillede at projektet midt- og slutevalueres og at sekretariatet følger projektet nært og evaluerer resultaterne løbende. Dette for at kunne ændre i projektet eller indstille projektet til ophør, såfremt projektet ikke performer tilfredsstillende.

## Sagsfremstilling

Projektet bygger på erfaringer fra Bæredygtig Bundlinje projektet i Region Hovedstaden, hvor der også er deltagelse fra tre bornholmske virksomheder og Teknik & Miljø (BRK), samt erfaringer fra Rethink Business projektet i Region Midtjylland og Rest-til-Ressource projektet i Region Sjælland.

Projektet er rettet mod alle relevante virksomhedstyper på Bornholm, der har potentiale for energi- og ressourcebesparelser. Partnerkredsen ønsker at understøtte virksomhederne i at udvikle forretningen i retning af cirkulær økonomi, hvor produkter og materialer holdes i kredsløb på højst muligt værdiniveau i længst mulig tid. Projektet har specifikt fokus på, at de deltagende virksomheder får udviklet nye grønne forretningsmodeller, der beskrives i en grøn forretningsplan. De grønne forretningsmodeller skal forbedre virksomhedernes energi- og ressourceeffektivitet og styrke deres konkurrenceevne og vækstpotentiale. Samtidig vil projektet være med til at reducere udledningen af drivhusgasser. Endelig støtter projektet gennemførelse af de første elementer i forretningsplanen gennem støtte til de anlægsinvesteringer, som de grønne forretningsplaner angiver som nødvendige for realisering af potentialet. Der er afsat 2 mio. kr. i projektet i tilskud til disse investeringer.

Projektet repræsenterer erhvervsdelen af Bright Green Island indsatsen og sætter fokus på bæredygtigt forbrug og produktion, og hvordan virksomhederne kan implementere mere bæredygtige metoder og f.eks. udnytte rester af produktionen af et produkt til at producere et andet. Projektet vil også indebære kompetenceudvikling af lokale aktører, og vil herunder bidrage til omstilling af Teknik & Miljø's klassiske miljøtilsyn til et bæredygtigt tilsyn samt til koordineret erhvervsservice med henblik på at forankre indsatsen efter projektets levetid.

## Projektets indhold

Målet er, at 30-40 virksomheder får udviklet en grøn forretningsplan, som kan lede til energi- og materialeeffektiviseringer. Heraf vil 15-20 virksomheder via et intensivt, individuelt konsulentforløb udvikle en helhedsorienteret grøn forretningsmodel til udmøntning af en ny grøn forretningsidé, og 15-20 virksomheder vil via netværksbaserede forløb udvikle en grøn forretningsplan med fokus på optimering af energi- og materialeforbrug inden for virksomhedens eksisterende forretningsmodel.

De to typer forløb vil blive gennemført to gange i projektperioden (se vedhæftede bilag: Procesflow og Tidsplan).

Projektets formål og effekter sikres gennem 6 hovedaktiviteter:

1. Projektstart, konceptudvikling og rekruttering af virksomheder: Her etableres projektets rammer og tilbud til virksomhederne, og 30-40 SMV'er rekrutteres.
2. Workshops og netværk: Der gennemføres tværgående workshops og netværksmøder i tre temaspecifikke spor, hvor alle virksomheder får hjælp til at kortlægge deres

nuværende ressourceforbrug og strategier og opstille mål for effektivisering og forretningsudvikling. De temaspecifikke spor vil som udgangspunkt være energieffektivisering, materialestrømme og grøn turisme, men der kan forekomme tilretninger af temaerne i planlægningsprocessen. Der gennemføres 3 tværgående workshops for 2 hold og 2 møder i hvert af de tre temaspecifikke spor for begge hold, i alt 18 workshops og temamøder.

3. Udvikling af grønne forretningsmodeller: Alle virksomheder udvikler en grøn forretningsplan for realisering og implementering af de grønne forretningsmodeller. Rådgivere og eksperter efter vil blive tilknyttet forløbene, og udvalgte projektpartnere vil følge virksomhederne både under og efter udviklingsforløbet. I forbindelse med de intensive, længere forløb vælger virksomhederne selv den konsulent, der skal udarbejde den grønne forretningsplan, mens de grønne forretningsplaner i forbindelse med de korte forløb udarbejdes af Energitjenesten Bornholm.
4. Investeringer og implementering: Virksomhederne kan søge investeringsstøtte til investering i de maskiner og det udstyr, som den grønne forretningsplan angiver som nødvendige for realisering af potentialet.
5. Kommunikation, cases og effektmålinger: Der vil blive udviklet en fælles kommunikationsstrategi og –plan for projektet. Dette skal understøtte rekruttering af virksomheder og processen med udarbejdelse af de grønne forretningsmodeller. Afslutningsvis vil projektets metoder, virksomhedscases, effekter etc. blive formidlet ud til en bredere kreds end projektets deltagere via informationsmateriale og events.
6. Projektledelse og administration: Gate 21 vil varetage projektledelsen og sikre koordinering, fremdrift og resultater i henhold til projekt- og tidsplanen samt overholdelse af budgettet og rapportering. Der vil blive nedsat en projektgruppe og en styregruppe bestående af projektets partnere.

### Partnernes rolle

Projektets partnere bidrager i varierende omfang til projektets gennemførelse men i særdeleshed med rekruttering af virksomheder, gennemførelse af temaspecifikke spor samt den løbende koordinering og formidling af projektet (se bilag: Partnerbeskrivelser).

### Projektets effekter

Minimum 30 virksomheder får udviklet en grøn forretningsplan, baseret på optimering af energi- og ressourceforbrug eller på en ny grøn forretningsidé.

Projektets anslåede miljømæssige effekter er baseret på erfaringer to lignende projekter (Rest til Ressource og Carbon 20). Værdierne er sat lidt lavere, da der er tale om forholdsvis mindre virksomheder på Bornholm.

Fald i drivhusgasemissioner (tons CO<sub>2</sub>) = 750 tons 0-2 år efter projektafslutning  
25 virksomheder à 15 tons pr. år pr. virksomhed i to år

Fald i energiforbrug (gigajoule) = 2.780 GJ 0-2 år efter projektafslutning  
25 virksomheder à 55,64 GJ pr. år pr. virksomhed i to år

Fald i materialeforbrug (tons) = 250 tons 0-2 år efter projektafslutning  
25 virksomheder à 5 t pr. virksomhed pr. år i to år

Herefter vil effekten blive forøget med samme takt i årene fremover.

Da de økonomiske gevinster for virksomhederne vil blive beregnet konkret som led i udarbejdelsen af de individuelle grønne forretningsplaner, giver det ikke mening at anslå disse for nuværende. (Se i øvrigt bilag: Uddybende beskrivelse af projektets effekter).

### **Vurdering**

Projektet vurderes at være støtteberettiget under Regionalfondens Prioritet 3, da projektets fokus er udvikling af grønne forretningsplaner og energi- og ressourcebesparelser i SMV'er.

Projektet understøtter erhvervsudviklingsstrategiens intention om at gennemføre energi- og ressourceeffektiviseringsaktiviteter på tværs af brancher og målet om at reducere ressourceforbrug og CO<sub>2</sub>-udledning.

Projektet repræsenterer erhvervsdelen af Bright Green Island strategien og vil kunne tilføre denne konkrete, målbare resultater.

Projektet bidrager endvidere til understøttelse af målene i Bornholms Energistrategi via energieffektiviseringer i erhvervet og erhvervets transport.

Endelig bidrager projektet til opfyldelse af målene i Bornholms Fødevarerstrategi, der skal gøre Bornholm til fyrtårnet i det danske fødevarerlandskab, gennem udvikling af bæredygtige produktionsformer og grønne forretningsplaner i fødevarerhvervet.

Gate 21 har stor erfaring i at drive grønne projekter. Projektets er baseret på et bredt partnerskab af lokale aktører, hvilket vurderes at være en styrke – både i forbindelse med rekruttering af virksomheder fra forskellige brancher, og i forbindelse med projektets fremadrettede forankring. Der er endvidere indgået samarbejdsaftaler med relevante videnaktører, der kan tilføre projektet og virksomhederne viden på specifikke områder.

Det vurderes, at projektet både kan bidrage til opfyldelse af klimamål, til forbedring af virksomhedernes bundlinje, fremtidssikring af virksomhederne og dermed forbedring af deres konkurrenceevne.

### **Økonomiske konsekvenser**

Projektets forventede budget og finansiering:

#### **Projektarbejde – udgifter**

Virksomhedstimer	482.400,00 kr.
Projektarbejde	4.263.140,00 kr.
Konsulentbistand	2.130.000,00 kr.
Revision	136.000,00 kr.
18 % udokumenterede udgifter	1.262.077,20 kr.
<b>I alt</b>	<b>8.273.617,20 kr.</b>

#### **Projektarbejde – finansiering**

Regionalfonden, 50 %	4.136.808,60 kr.
Regionale udviklingsmidler	1.999.761,00 kr.
Kontante private tilskud (virksomheder)	482.400,00 kr.
Kontante tilskud fra offentlig lignende (Gate 21)	111.657,60 kr.
Kommunal egenfinansiering (BRK)	561.720,00 kr.
Offentliglignende egenfinansiering (Destination Bornholm, Gate 21, Bornholms Energi og Forsyning, BOFA, BCB)	981.270,00 kr.
<b>I alt</b>	<b>8.273.617,20 kr.</b>

### Investeringer – udgifter

Investeringer i maskiner og udstyr	8.000.000 kr.
<b>I alt</b>	<b>8.000.000 kr.</b>

### Investeringer – finansiering

Regionalfonden, 20-30 % (gnsn. 25 %)	2.000.000 kr.
Kontant privat medfinansiering	6.000.000 kr.
<b>I alt</b>	<b>8.000.000 kr.</b>

<b>Projektudgifter i alt</b>	<b>16.273.617,20 kr.</b>
Regionalfonden i alt	6.136.808,60 kr.
Regionale udviklingsmidler i alt	1.999.761,00 kr.
Kontante private tilskud i alt	6.482.400,00 kr.
Kontante tilskud fra offentlig lignende	111.657,60 kr.
Kommunal egenfinansiering	561.720,00 kr.
Offentlig lignende egenfinansiering	981.270,00 kr.
<b>Finansiering i alt</b>	<b>16.273.617,20 kr.</b>

### Supplerende sagsfremstilling og/eller Administrativ tilføjelse

-

#### Bilag til Bornholms Vækstforum 11. september 2017

1. Ansøgning
2. Effektkæde
3. Procesflow
4. Partnerbeskrivelser
5. Organisationsdiagram
6. Uddybende beskrivelse af projektets effekter
7. Tidsplan

Åbent punkt

## 12 Opfølgning på Vækstforums temamøde - Det blå Bornholm

24.10.00G01-0169

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	12	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum beslutter

### Resumé

D. 19. maj 2017 afholdt Vækstforum sit årlige temamøde under overskriften Det blå Bornholm, med fokus på havet, havnen og fiskens potentialer for Bornholm.

Omkring 65 erhvervsfolk, politikere, videns- og erhvervsfremmeaktører havde takket ja til Vækstforums invitation til at drøfte udfordringer og muligheder i, på og fra havet omkring Bornholm.

Med nærværende orientering ønsker sekretariatet dels, at give et samlet overblik over de på temamødet identificerede muligheder og udfordringer, dels, at give en status på de – af sekretariatet kendte – initiativer, som er iværksat af de forskellige aktører på området, enten forud for Vækstforums temamøde eller som følge af drøftelserne på mødet.

### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at Bornholms Vækstforum drøfter fremtidige initiativer til udvikling af området, herunder specifikt hvilke konkrete tiltag Vækstforum kan/vil iværksætte for at udnytte øens potentialer ved havet, havnen og fiskeriet, som henholdsvis oplevelse/turisme og mad.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 12:

Bornholms Vækstforum tog orienteringen til efterretning.

Projekt "Bornholmske Kystfiskere", forankret i Bornholms Landbrug, er ikke støttet af Naturstyrelsen men af Den Europæiske Hav- og Fiskerifond.

### Sagsfremstilling

D. 19. maj 2017 afholdt Vækstforum sit årlige temamøde under overskriften Det blå Bornholm, med fokus på havet, havnen og fiskens potentialer for Bornholm.

Omkring 65 erhvervsfolk, politikere, videns- og erhvervsfremmeaktører havde takket ja til Vækstforums invitation til at drøfte udfordringer og muligheder i, på og fra havet omkring Bornholm.

Formålet med temamødet var med erhvervet og øvrige aktører på området at få en god drøftelse af spørgsmålene:

- Kan havet, havnen og fisken blive en ny bornholmsk vækstmotor, og hvordan kan vi på øen møde udfordringer såvel som potentialer?

- I lyset af fødevarerbranchens rivende udvikling, er der da i dag nye muligheder for fiskeriet på Bornholm, når vi tænker på fisken som mad og som turisme og oplevelsesøkonomi?
- Kan vi sammen tage initiativer, der understøtter en udvikling, så havet, havnen og fisken igen kan blive omdrejningspunkt for erhverv og turisme?

På dagen blev leveret en række korte indlæg fra:

- Hans Jørgen Jensen, LAG-Bornholm sammen med Thorkil Boisen, biolog og iværksætter
- Bjarke Borup, Bornholm Fiskeguide sammen med Poul Debois, Fishing Zealand, Vordingborg kommune
- Per Sjøstrøm, Verona Sportsfiskeri

Erhvervsfiskeriets perspektiver blev præsenteret ved et kort videoklip med Thomas Thomsen, formand for Bornholms- og Christiansøs Fiskeriforening. Se video klip:

<https://vimeo.com/230734945>

Der blev afholdt to workshops:

- Fiskens potentiale som mad og erhvervsudvikling (konsumfisk, produktinnovation, forarbejdning)
- Fiskeri som oplevelse og turistattraktion

Som afslutning på mødet var et oplæg fra Lone Reppien Thomsen, Bornholms Maritime Udviklingscenter, under overskriften "Offshore og det maritime område som potentiale for vækst", efterfulgt af en plenudrøftelse.

Flere deltagere tilkendegav glæde ved at deltage i arrangementet og ved, at Vækstforum havde valgt at bringe emnet til drøftelse. Se korte videoklip:

Thomas Bay Jensen, direktør i Bornholms Landbrug: <https://vimeo.com/221710949>

Bjarke Borup, Bornholm Fiskeguide: <https://vimeo.com/221710859>

### **Et samlet idékatalog – muligheder og udfordringer**

Deltagerne deltog i de to ovennævnte workshops og prioriterede muligheder og udfordringer:

#### **Muligheder**

I forhold til fisk som turisme/oplevelse pegede deltagerne på udvikling af nye outdoor-oplevelsespakker, der forbinder hav og land, samt events, festivals og konkurrencer, som de væsentligste muligheder.

I forhold til fisk som mad, pegede deltagerne blandt andet på: Udvikling af nye nicheprodukter med afsæt i forarbejdning af de fisk, som findes i Østersøen, salg af havfrisk fisk/fiskemarked eller fiskekasse, street fish og et samarbejde mellem køkkener og skoler.

#### **Udfordringer**

Som de væsentligste udfordringer i forhold til at udfolde fiskeriets potentialer pegede deltagerne især på: Antallet af sæler og skarv, ringe tilgængelighed til den lokale fisk, lav værdi for fisk fanget i Østersøen, mangel på fiskeguider, en mangelfuld formidling af fiskeriet, meget få entreprenører indenfor fiskeri, stort set ingen forædling af fisk fra Østersøen samt sommerudtørring af å-løb.

Til spørgsmålet: Hvad kan vi hver især selv gøre? pegede deltagerne på nødvendigheden af, at der sker en markedsføring af de fisk, der rent faktisk er på øen, en udvikling af nye produkter, aktiviteter og oplevelsespakker, og at samarbejdet styrkes i værdikæden fra hav til bord.

Gennemgående ønsker til BRK/Vækstforum var blandt andre: At italesætte - og afhjælpe - sæl- og skarvproblematikken, at understøtte maritime iværksættere, at understøtte netværk gennem etablering af en fiskeriklynge, at uddanne guider/instruktører og sikre god vandpleje.

## **Status på forskellige aktørers initiativer til udvikling af områderne Fisk som oplevelse/turisme og Fisk som mad**

### **Vækstforumsekretariatet**

Som opfølgning på temamødet har sekretariatet:

- udarbejdet et notat, der samler alle idéer, udfordringer og muligheder, fremført på temadagen (vedhæftet som bilag)
- inviteret nøgleinteressenterne til en drøftelse af, hvilke konkrete næste skridt, der kan tages i aktørkredsen. På mødet blev det aftalt, at sekretariatet er tovholder på to møder med nøgleaktørerne indenfor henholdsvis Fisk som mad, og Fisk som Oplevelse/turisme. Formålet med disse møder er, at konkretisere aktiviteter og koordinere indsatser på tværs af aktørkredsen til udvikling af området. Møderne afholdes i efteråret 2017
- indledt tidlige drøftelser med Bornholms Landbrug (operatør på Fødevarerklungen) om en mulig forlængelse af den regionalfondsstøttede Fødevarerklunges aktiviteter og herunder muligheden for at udbygge indsatsen med et endnu større fokus på fisk

Desuden forventer sekretariatet i løbet af efteråret at finde afklaring på, hvorvidt der i BRK er basis for og interesse i at indgå i kommunesamarbejdet Fishing Zealand i et samarbejde med Destination Bornholm og lokale fiskeguides. Såvel Destination Bornholm som Bornholm Fiskeguide anbefaler et sådant samarbejde implementeret på Bornholm, som led i den større outdoor turisme satsning.

### **Bornholms Regionskommune**

Nedenstående initiativer understøtter en udvikling af området "Fisk som mad":

- Der er gennemført en lokal "Fiskedyst", hvormed man søger at motivere bornholmerne til at spise mere fisk. Fiskedysten er afholdt med stor lokal opbakning.
- Der er indledt et samarbejde med Københavns Lærerforening og Københavns Madhus omkring etablering af Madlejrskole på Bornholm, hvor det forventes at fisken kommer på skoleskemaet.

Herudover ønsker Bornholms Regionskommune, at afsøge mulighederne for, at kommunen udarbejder et specifikt fødevarerudbud i forhold til fisk. Formålet er at kommunen kan øge sin egen afsætning af lokal fanget fisk.

### **Bornholms Landbrug og Gourmet Bornholm – en del af regional madkultur**

I regi af Bornholms Landbrug og Gourmet Bornholm er iværksat en række initiativer, der bidrager til udvikling af såvel Fisk som mad og Fisk som oplevelse/turisme:

- Med støtte fra Naturerhvervsstyrelsen har Bornholms Landbrug igangsat projekt "Bornholmske Kystfiskere" i et tæt samarbejde med Bornholms- og Christiansø Fiskeriforening. Projektet supplerer Bornholms Landbrugs anden fiskeri-indsats, der udmøntes i projekt "Oplevelser i Bornholms Hav og Ager".
- Gourmet Bornholm medtænker fisk i et øget omfang ved diverse arrangementer.
- Partnerskabet mellem Gourmet Bornholm, Bornholms Landbrug og Bornholms Regionskommune arbejder for bedre løsninger for det bornholmske fiskeri, som en del af den samlede fødevarerstrategi.

### **Lyst- og trollingfiskeri**

Som følge af Vækstforums temamøde ses nu et øget samarbejde mellem øens lystfiskere og trollingfiskere. Målet med dette samarbejde er at tiltrække flere fiskeinteresserede turister til Bornholm. I et samarbejde mellem bornholmske trollingfiskere og Bornholms Regionskommune er der taget initiativ til at forbedre trolling forholdene på fire bornholmske havne.



Det tidligere omtalte madskole-initiativ, baseret i et samarbejde mellem Bornholms Regionskommune, Københavns Lærerforening og Københavns Madhus, har desuden medført, at lokal fiskeguide får besøg af københavnske skoleklasser, der skal undervises i lysstfiskeri. Ambitionen er, at endnu flere københavnske skolebørn skal have en lystfiskeri-oplevelse under deres madskole ophold på Bornholm.

### **Hvad kan og vil Vækstforum (ellers) gøre for at understøtte udvikling og vækst på området?**

Vækstforumsekretariatet anbefaler, at Vækstforum drøfter sin holdning og eventuelle rolle til de muligheder/udfordringer/ønsker, som temamødets deltagere identificerede og drøftede:

- a. Afklaring af sæl- og skarv problematikken og en mulig fornyet dialog med relevante styrelser og partnere. Sælen og skarven vurderes af mange til at være en stor trussel for de kystnære fiskebestande. Herunder, at se nærmere på de *muligheder* som sælen kunne give, eksempelvis i form af udvikling af sælsafari mm. , som det er foreslået af private aktører indenfor oplevelsesindustrien.
- b. Mulig udvidet fangstbegrænsning for den bornholmske havørred og mulig helårs fredning af den farvede havørred.
- c. Mulig fortsættelse af fødevareklyngeprojektet, efter projektets udløb, hvor man i højere grad medtænker fisken, som en del af arbejdet i klyngen
- d. Udarbejdelse af analyser, der undersøger betydningen af lystfiskertiltag og det rekreative redskabsfiskeris betydning for samfundsøkonomien.
- e. Muligt øget fokus på de "blå" iværksættere i relation til hav, havn og fisk, i samarbejde med det samlede erhvervsfremmesystem og Bornholms Landbrug
- f. Mulig forbedring af faciliteterne ved de mest benyttede fiskepladser, bedre/nemmere adgang for lystfiskere i de bornholmske havne
- g. Mulig uddannelse af certificerede fiskeguides
- h. Afdækning af uddannelsesbehov- og muligheder, indenfor værtsskab, fiskeguides/instruktører
- i. Styrkelse af den digitale infrastruktur og udvikling af digitale løsninger for lystfiskerturismen.

### **Økonomiske konsekvenser**

-

#### **Bilag til Bornholms Vækstforum 11. september 2017**

1. Idékatalog - samlet fiskeri og offshore

Åbent punkt

## 13 Overvågning af vækstvilkår

24.10.00P05-0006

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	13	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum til efterretning  
Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget til efterretning

### Resumé

På Bornholm går det for tiden godt. Der er lav ledighed og stigende produktivitet i de fleste brancher. Den samlede handelsbalance for Bornholm er i perioden 2010-2015 faldet med 10.416.000 kr., et fald på 217 %. Det skyldes en stigning i den samlede import på 106,2 %. Det er også en indikator på, at vi oplever vækst på Bornholm. Man skal dog bemærke, at Bornholm kommer til at stå over for massive udfordringer i forhold til kvalificeret arbejdskraft. CRT har fremskrevet arbejdsløsheden til henholdsvis 2020 og 2024. Her vil vi mangle 272 og 600 med en erhvervsfaglig uddannelse.

### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at Bornholms Vækstforum tager overvågningen af vækstvilkår til efterretning.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 13:

Bornholms Vækstforum tog overvågningen af vækstvilkår til efterretning.

### Sagsfremstilling

Det Regionale Arbejdsmarkedsråd for Bornholm udgiver kvartalsvist "Nøgletal for arbejdsmarkedet" på Bornholm, der indeholder følgende indikatorer for barrierer for vækst:

- **Udviklingen i beskæftigelsen**  
Siden 1. kvartal 2016 har beskæftigelsen på Bornholm været svagt stigende sammenlignet med samme kvartal året før. Fra 4. kvartal 2015 til 4. kvartal 2016 er beskæftigelsen steget med 2,3 %, svarende til en stigning på 275 fuldtidsbeskæftigede. Områderne med flest beskæftigede på Bornholm er Offentlige erhverv, Handel og transport samt Industri. Stigningen kan især tilskrives to erhverv. Branchen Erhvervsservice står for den absolut største stigning på 112 fuldtidsbeskæftigede. Det svarer til en stigning på 14,6 %. De næst største stigninger står Industri for med 49 og Bygge og anlæg med 47 fuldtidsbeskæftigede.

- **Forgæves rekrutteringer - oversigt over erhvervsgrupper/brancheområder**

I forhold til 2016 er der i 2017 sket et fald i forgæves rekrutteringer. De er faldet fra 145 i 2016 til foreløbig 72 i 2017. Det er et fald på ca. 50 %.

Kigger man på de brancher, der har størst udfordringer, er det Hotel og restauration med 5,5 %. De er efterfulgt af Bygge og anlæg med 0,9 % og Handel med 0,8 %

**Tabel 5 Rekrutteringsproblemer i forhold til beskæftigede**

RAR områder	Stillinger der er søgt besat uden held, forår 2016/2017		Stillinger der er søgt besat uden held i forhold til beskæftigede, forår 2016/2017	
	2017	2016	2017	2016
Bornholm	72	145	0,4	0,9
Fyn	1.008	791	0,5	0,4
Hovedstaden	5.075	5.556	0,5	0,6
Nordjylland	1.166	1.308	0,4	0,5
Sjælland	2.842	2.417	0,9	0,8
Syddjylland	1.982	1.997	0,5	0,5
Vestjylland	875	1.373	0,5	0,6
Østjylland	2.387	2.008	0,5	0,5
<b>Landsplan</b>	<b>15.408</b>	<b>15.596</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>

Kilde: Rekrutteringssurvey forår 2016-2017, Danmarks Statistik, RAS 2014-2015.

- **Antal ledige i arbejdskraftreserven**

Udviklingen viser, at tallene ikke varierer meget fra år til år. I april 2016 var der 657 i arbejdskraftreserven. Dette tal er 645 i april 2017. Kigger vi på en sommermåned som juni, er billedet det samme. I 2016 var der 443. I 2017 hedder det 453.

- **Antal stillinger i Jobnet**

Ser man på antallet af stillinger i Jobnet, er der ikke den store ændring fra 2. kvartal 2016 sammenlignet med 2. kvartal 2017. Sammenlignes der med 1. kvartal 2016, var der 445 stillinger. I 1. kvartal 2017 var der 528 stillinger i Jobnet.

- **Jobomsætning og personer startet i job**

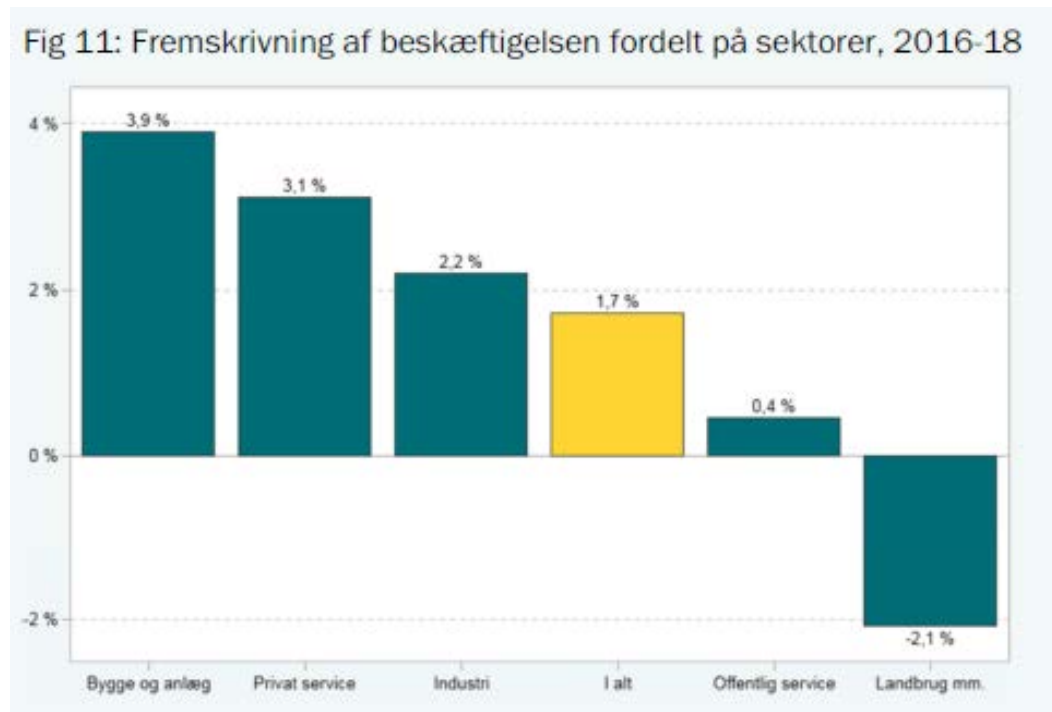
Jobomsætningen på Bornholm er faldet fra 1. kvartal 2016 sammenlignet med 1. kvartal 2017. I 2016 var jobomsætningen på 1.302, og der var 1.279 personer, der var startet i job. I 1. kvartal 2017 var der henholdsvis en jobomsætning på 1.156, og 1.139 personer var startet i job. Det er et fald på ca. 11 % i både jobomsætningen og antal personer, der var startet i job.

- **Forventninger til ledighed og beskæftigelse (fremskrivninger)**

På Bornholm forventes beskæftigelsen af stige med 1,7 % fra 2016 til 2018. Det er især inden for tre sektorer, at stigningen forekommer. Privat service, Bygge og anlæg samt Industri. Tallene stiger med henholdsvis 198, 43 og 42. Stigningen er klart størst inden for Bygge og anlæg samt Privat service. De stiger med henholdsvis 3,9 % og 3,1 %.

Sektoren, der kommer til at opleve det største fald, er Landbrug. Her forventes et fald på 19 personer, svarende til et fald på 2,1 %.

I samme periode forventes det, at ledigheden falder. Det forventes derfor, at ledigheden falder med 122, svarende til et fald på 16 %



- **Arbejdsstyrke og beskæftigelse**

Beskæftigelsen for personer med bopæl på Bornholm forventes at stige med 268, en stigning på 1,7 % fra ultimo 2016 til ultimo 2018. Arbejdsstyrken forventes i samme periode at stige med 144. En stigning på 0,9 %. En stigning i beskæftigelsen sammen med en mindre stigning i arbejdsstyrken medfører en lavere ledighed.

- **Udenlandske arbejdstagere**

Der er en stigende tendens til et øget antal udenlandske arbejdstagere på Bornholm. I 1. kvartal 2016 var der 15 registreret, svarende til 3 fuldtidspersoner. Dette tal er i 1. kvartal 41 registreret svarende til 13 fuldtidspersoner. Det svarer til en stigning på 173 %.

### Indikatorer fra Center for Regional- og Turismeforskning (CRT)

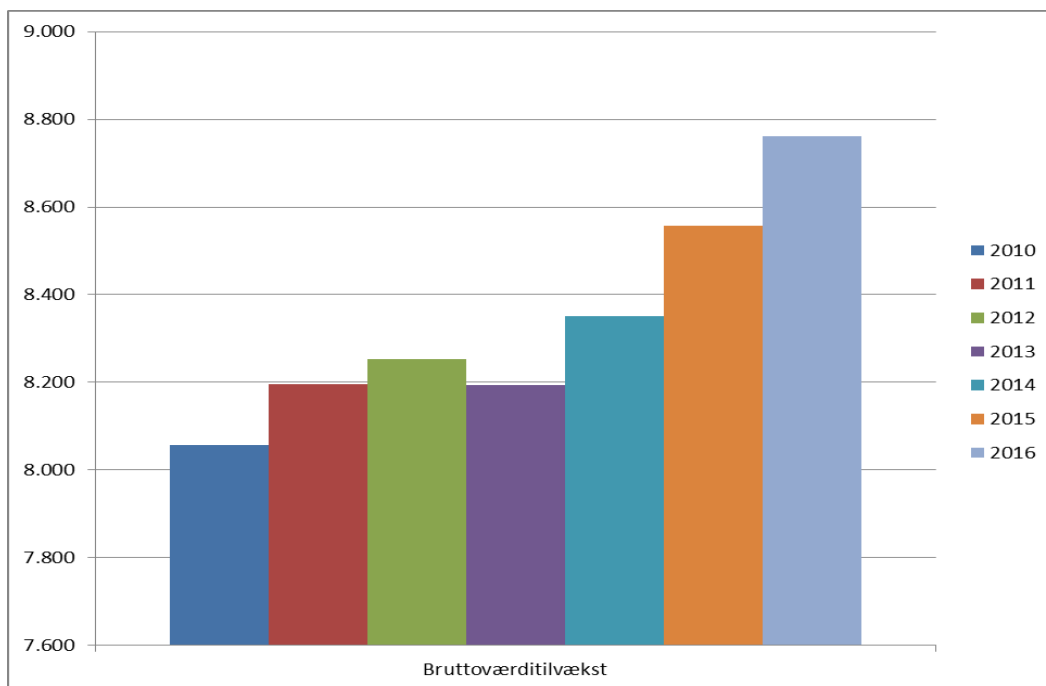
- **Udvikling i arbejdsstyrke og beskæftigelse, fordelt på uddannelser. Historisk udvikling og 10 årig fremskrivning**

Både arbejdsstyrke og beskæftigelse er netto faldet med henholdsvis 1.105 og 705 fra 2010 til 2016. Det er især personer med en uddannelse svarende til grundskole, erhvervsfaglige uddannelser og mellemlange uddannelser, der står for de største fald.

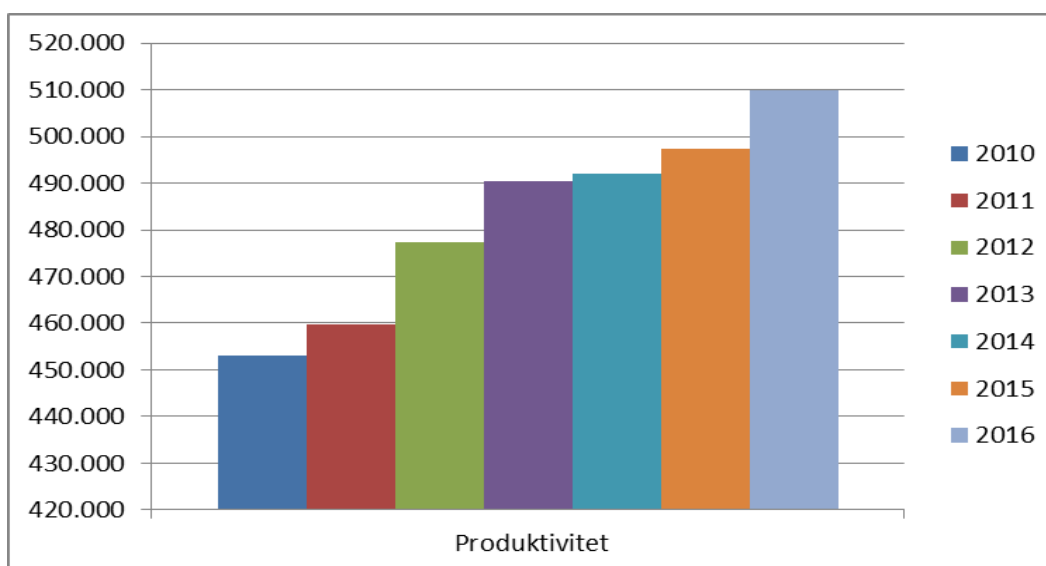
I samme periode ses en stigning blandt personer med en afsluttet gymnasial-, bachelor- og lang videregående uddannelse. Disse står samlet for en svag stigning. Tager man udgangspunkt i arbejdsløsheden ser billedet sådan ud: I 2016 ser man højst arbejdsløshed blandt personer, der har afsluttet grundskolen (256) og erhvervsfaglige uddannelser (317). De øvrige uddannelsesniveauer har en forholdsvis lav arbejdsløshed. Dette billede ændrer sig imidlertid, hvis tallene bliver fremskrevet. I

årene 2020 og 2024 bliver der en mangel på personer med erhvervsfaglig uddannelse på henholdsvis 272 og 600. Den uddannelsesgruppe, der kommer til at mangle næst flest personer, er de korte videregående uddannelser. Stort set alle uddannelsesgrupper kommer til at mangle hænder, dog med undtagelse af personer, der kun har gennemført grundskolen.

- **Udvikling i værdiskabelse og produktivitet fordelt på brancher**

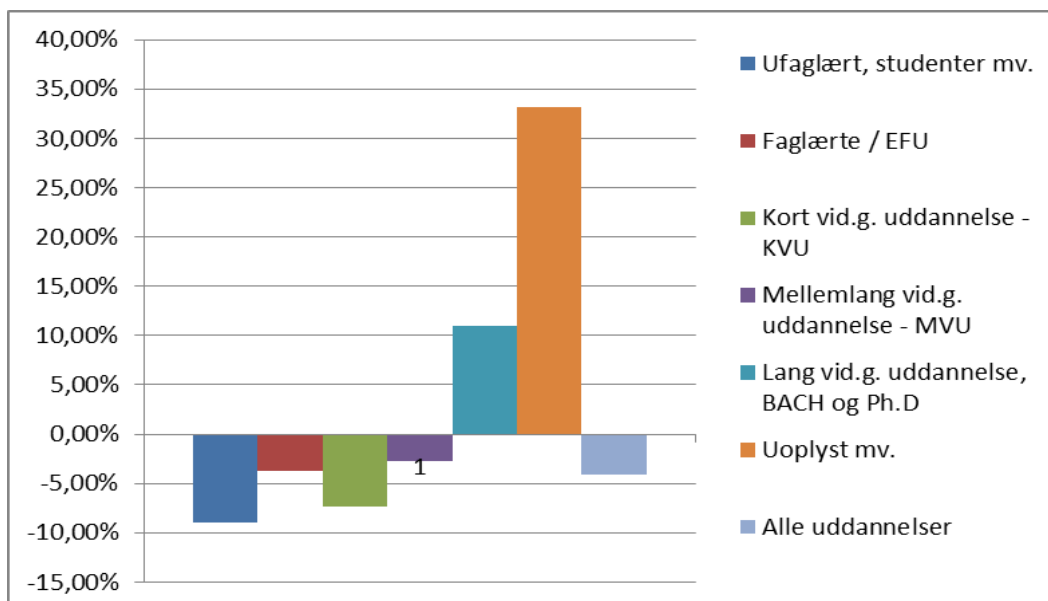


I forhold til bruttoværditilvæksten på Bornholm i perioden 2010-2016 er der en stigende kurve for alle brancher på nær to. Det drejer sig om Handel og Finansiering og Forsikring.



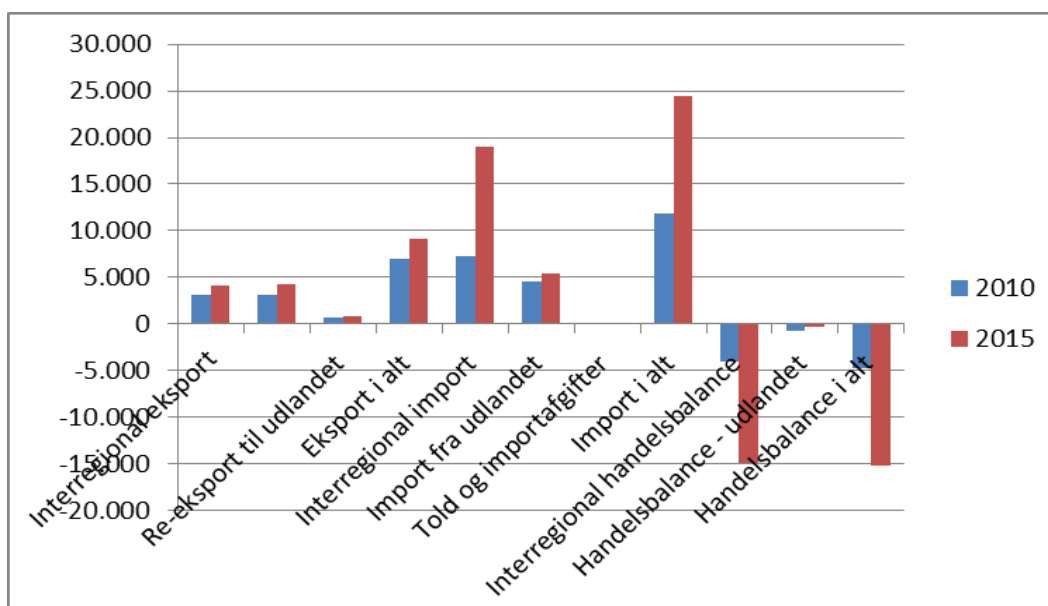
Der tegner sig også et billede af, at produktiviteten er steget i alle brancher på Bornholm i perioden 2010-2016. Igen er det brancherne Handel og Finansiering & Forsikring, der er de eneste brancher, der ikke har stigende produktivitet i perioden.

- **Udvikling i formelle kompetencer (uddannelser), fordelt på år og brancher (årlig opgørelse)**



I perioden fra 2010-2016 er der overordnet set sket en negativ forskydning af anvendelse af arbejdskraft på tværs af alle brancher. Den uddannelsesgruppe, der er kommet flere ansatte af, er personer med lang videregående uddannelser, bachelor og Ph. D. Den gruppe, der er vokset mest, er den der hedder Uoplyst. Gruppen "Uoplyst" består næsten udelukkende af udlændinge, hvor man ikke har oplysninger om deres formelle uddannelsesmæssige baggrund.

- **Udvikling i interregional eksport. Både til udlandet og "eksport" til de øvrige dele af landet (interregional handel), fordelt på år og brancher (årlig opgørelse)**



**Den samlede handelsbalance for Bornholm**

På baggrund af disse tal ses det, at der er sket en stigning i eksport til udlandet og interregional eksport fra Bornholm. Eksporten er steget med henholdsvis 32,2 % og 31,6 %. Af bilag 4 ses det, hvordan eksporten fordeler sig på erhverv, henholdsvis på interregional og eksport til udlandet. Baggrunden for, at handelsbalancen for Bornholm har opnået et større underskud fra 2010-2015, er, at den interregionale import er steget med 162,3 %. Den er steget fra 7.246 mio. kr. til 19.004 mio. kr. i 2015. Importen i alt er i perioden 2010-2015 steget med 106,2 %

### **Supplerende sagsfremstilling og/eller Administrativ tilføjelse**

-

#### **Bilag til Bornholms Vækstforum 11. september 2017**

1. Vækstindikatorer bilag 1
2. Vækstindikatorer bilag 2
3. Vækstindikatorer bilag 3
4. Vækstindikatorer bilag 4

Åbent punkt

## 14 Erhvervsanalyse, 2017

24.10.00P20-0046

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	14	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum til efterretning  
Erhvervs- og Beskæftigelsesudvalget til efterretning

### Resumé

Som bekendt følger revideringerne af Vækstforums erhvervsudviklingsstrategi de kommunale valgperioder. Således vil "det nye" Vækstforum i løbet af 2018 skulle tage stilling til revision af Erhvervsudviklingsstrategien – "Vilje til Vækst" for perioden 2015-2020.

Som optakt til denne revision er der tradition for, at der foretages en uvildig pejling af, hvor det bornholmske erhvervsliv står, og i hvilken retning, der bør fokuseres for at skabe størst mulig vækst gennem projekter og gennem den erhvervsvejledning, som Business Center Bornholm og Destination Bornholm udfører på vegne af Vækstforum og Regionskommunen.

### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,  
- at Vækstforum tager sagen til efterretning.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 14:  
Bornholms Vækstforum tog orienteringen til efterretning.

### Sagsfremstilling

Bornholm oplever i disse år en positiv erhvervs- og befolkningsudvikling, men spørgsmålet er, om denne udvikling har været mere positiv på Bornholm end i tilsvarende kommuner i andre dele af landet? Og hvis ja, hvilke faktorer kan forklare, hvorfor adskillige års negativ udvikling for det bornholmske erhvervsliv er vendt? Hvilke brancher og typer af virksomheder er det, der har bidraget til denne udvikling? Hvilken rolle spiller den politiske strategi og erhvervsfremmesystemet for de succesfulde virksomheders udvikling?

Vækstforumsekretariatet har i samarbejde med Center for Regional- og Turismeforskning (CRT) drøftet mulighederne for at foretage en analyse, der fokuserer på disse spørgsmål. Det er nu aftalt, at analysen gennemføres hen over efteråret, og vil blive præsenteret på Vækstforums møde den 20. november.

Analysen har til formål at afdække det bornholmske erhvervslivs generelle udvikling i de seneste år og at undersøge specielt de mere succesfulde virksomheders aktiviteter og ressourcer mht. strategisk udvikling (innovation, kompetenceudvikling, kapitalfremskaffelse) og de muligheder og udfordringer, som de i den forbindelse står overfor. Desuden undersøges det, hvad især Bornholms Regionskommune og Bornholms Vækstforum kan gøre for at skabe bedre/mere optimale rammer for og redskaber til, at eksisterende og nye bornholmske virksomheder kan vokse og udvikle sig.



Ud over udsagn fra de bornholmske virksomheder vil undersøgelsen inddrage bidrag fra en række praksisnære aktører, som har mulighed for at præge og skubbe til de bornholmske rammebetingelser for erhvervslivet. Bl.a. repræsentanter for brancheorganisationerne, den finansielle sektor, videns institutioner, erhvervsfremmesystemet samt (efter)uddannelsesinstitutioner.

### **Branche specifik**

Analysen og de efterfølgende anbefalinger gøres, i den udstrækning det giver mening, branche/sekto-specifikke og målrettes de brancher/sektorer, der i en bornholmsk kontekst har særlig betydning eller potentiale. Muligheder og barrierer for virksomhedsdrevne såvel som offentlige initiativer på tværs af brancher/sektorer, fx vedrørende arbejdskraftrekruttering og uddannelse, undersøges dog også.

Analysen trækker på den nyeste nationale og internationale viden om succesfulde virksomheders organisatoriske kapacitet mv. og på erfaringer om velfungerende rammebetingelser, der så vidt muligt er sammenlignelige med forholdene for det bornholmske erhvervsliv.

### **Fokus på de virksomheder, der trækker væksten**

En vigtig del af analysen vil være målrettet de bornholmske succesvirksomheder. Formålet med at fokusere på denne gruppe, virksomheder og de forretningsstrategier, som disse virksomheder gør brug af, er at bruge virksomhederne som inspiration til andre virksomheder med vækstambitioner. Derudover giver analysen denne gruppe virksomheder mulighed for at komme til orde med hensyn til de eventuelle barrierer, de måtte opleve.

Analysen vil således især bygge på udsagn fra de robuste virksomheder, der så at sige har "trukket væksten" igennem længere perioder med både op- og nedtur i konjunkturerne.

Analyseresultaterne vil danne udgangspunkt for en række handlingsorienterede anbefalinger, som vil kunne tjene som inspiration for erhvervsfremmearbejdet i den kommende kommunale valgperiode – herunder som grundlag for Vækstforums erhvervsstrategiske bidrag til kommunalbestyrelsens regionale vækst- og udviklingsplan.

### **Følgegruppe**

Processen vil blive en anden end tidligere, idet der dannes en følgegruppe, der kan følge projektet og give CRT's analyseteam et med- og modspil pga. deres indsigt i såvel bornholmske som nationale og internationale forhold.

Gruppen sammensættes af:

- Henrik Toft Jensen (tidligere rektor på RUC og tidl. medlem af CRT's bestyrelse)
- Jørgen Rosted (tidligere departementschef i Erhvervsministeriet og tidligere udviklingsdirektør i FORA)
- Lars Nørby Johansen (Formand for Bornholms Vækstforum mm.)
- Peter Loft (Kommunaldirektør)
- Steen Nielsen (tidligere adm. direktør for Jensen Denmark, nuværende bestyrelsesformand for Jensen Denmark og medlem af DI's forretningsudvalg mm.)
- Tarja Cronberg (finsk politiker, siden 2011 finsk medlem af Europa-Parlamentet)

arbejder uden vederlag, og forventes at mødes to gange i løbet af efteråret.

### **Økonomiske konsekvenser**

Udgiften finansieres af Vækstforumsekretariatets pulje til finansiering af analyser.

Åbent punkt

## 15 Aktuelt og gensidig orientering

24.10.00P35-0052

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	15	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum til orientering

### Resumé

Alle har under dette punkt mulighed for at informere om aktuelle sager af interesse for Vækstforum. Under "sagsfremstilling" er anført de orienteringspunkter, Vækstforumsekretariatet havde kendskab til – og fandt aktuelle – ved dagsordenens udsendelse.

### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at Bornholms Vækstforum tager orienteringen til efterretning.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 15:

Bornholms Vækstforum tog orienteringen til efterretning.

Borgmesteren orienterede om budgetforliget 2018.

### Sagsfremstilling

#### Indgåelse af ny Vækstpartnerskabsaftale med regeringen

Som led i forberedelsen af ny vækstpartnerskabsaftale 2017/2018 mellem regeringen, Bornholms Regionskommune og Vækstforum har sekretariatet haft besøg af departementet, med det formål at introducere til de centrale vækstområder og samarbejdspartnere på turisme- og fødevareområdet samt Rønne Havn.

Efter besøget tilkendegav departementet glæde ved det engagement og tro på fremtiden, som de oplevede i mødet med erhvervsliv og samarbejdspartnere. Det private initiativ og samarbejdet mellem offentlige myndigheder (stat, region, kommune) og det private, vurderer man til at være Bornholms særlige styrke.

Formen på den kommende vækstpartnerskabsaftale er enslydende i alle regioner med 3 udvalgte fokusområder. Der er tale om en aftale med en relativt kort varighed, idet aftalen udløber 30. juni 2018.

Departementet understregede, at der ikke umiddelbart følger statslige midler med til konkret opfølgning af aftalen, idet formålet med aftalen først og fremmest er, at påvirke de eventuelle rammevilkår, som udgør barrierer for vækst og udvikling på Bornholm.

Parterne forventes at indgå en aftale om følgende tre overordnede vækstindsatser:

1. Turisme
2. Fødevarer
3. Teknologipagt og digitalisering

I relation til **Turisme**, som særlig vækstområde, er det parternes intension, at samarbejde om en endnu bedre udnyttelse af turismens potentialer, ikke mindst udenfor den traditionelle højsæson i sommermånederne.

Samarbejdets fokus vil være på udviklingen af Bornholm til en attraktiv destination for outdoor-turisme, herunder på etableringen af et nyt outdoorturismecenter, en styrket klynge indsats og et formaliseret partnerskab mellem Destination Bornholm, Naturstyrelsen og Bornholms Regionskommune. Også Dansk Kyst- og Naturturisme og andre aktører, der arbejder for at styrke den bornholmske outdoorturisme, vil indgå i samarbejdet.

I relation til **fødevarer**, som indsatsområde, er det parternes fælles ambition, at understøtte ramme- og erhvervsvilkår for de lokale fødevarerproducenter til gavn for vækst og beskæftigelse på øen.

I den kommende aftale vil især være fokus på, at understøtte et fortsat tæt samarbejde mellem aktørerne på området, herunder på det stærke offentlige/private samarbejde mellem Bornholms Regionskommune, Bornholms Landbrug og Gourmet Bornholm.

Tilsvarende vil være fokus på, et styrket samspil mellem aftagere og producenter af bornholmske fødevarer.

Som noget nyt, vil den kommende vækstaftale også fokusere på havet og fiskeriet, som mulig ny vækstmotor, samt på den mulige etablering af en fødevareruddannelse på øen.

I relation til det tredje indsatsområde om **Teknologipagt og digitalisering** forventes parterne at samarbejde om, udviklingen af strukturelle rammer, der kan understøtte de bornholmske virksomheders behov for uddannelse. I regi af Vækstforum vil skulle være særligt fokus på fremtidens behov for digitale kompetencer, såvel som på udnyttelsen af nye teknologiske muligheder.

Regeringen ønsker en drøftelse i Vækstforum af hvordan man ser sig indgå i ministerens kommende teknologipagt, der forventes at skulle løfte Danmark indenfor det naturvidenskabelige, digitale, tekniske og matematiske felt.

Sekretariatet foreslår, at emnet drøftes på Vækstforums kommende møde, hvor der også vil foreligge en underskrevet vækstpartnerskabsaftale. Aftalen forventes indgået i oktober 2017.

Åbent punkt

## 16 Næste møde

24.10.00P35-0052

Behandling	Mødedato	Åbent punkt	Lukket punkt
Bornholms Vækstforum	11-09-2017	16	

### Hvem beslutter

Bornholms Vækstforum beslutter

### Resumé

Ifølge den fastsatte mødeplan for 2017 er næste møde mandag den 20. november 2017 fra 15.00-18.00 med efterfølgende spisning.

Mødeplanen for 2018 forelægges ved næste møde den 20. november 2017 i Bornholms Vækstforum.

### Indstilling og beslutning

Vækstforumsekretariatet indstiller,

- at Bornholms Vækstforum fastholder den planlagte dato for næste møde og drøfter evt. ønsker til indhold og rammer for mødet.

Bornholms Vækstforum, 11. september 2017, pkt. 16:

Bornholms Vækstforum bad sekretariatet finde et nyt mødetidspunkt efter kommunevalget.