BRUGERNES OPLEVELSE AF INNOBOOSTER

EVALUERINGSRAPPORT, OKTOBER 2017

IRISgroup

Innovationsfonden

FORORD

Siden 2014 har mere end 1.100 virksomheder sat ekstra fart i deres interne innovationsaktiviteter med økonomisk hjælp via InnoBooster. Derfor ville vi gerne vide, hvordan InnoBooster og samarbejdet med Innovationsfonden opfattes, samt belyse eventuelle behov for justeringer og forbedringer.

Vi er rigtig stolte af evalueringens svar. Hovedkonklusionen er, at InnoBooster er et brugervenligt, enkelt og attraktivt tilbud til virksomheder. Særligt bemærkelsesværdigt er det, at også de virksomheder, der får afslag på en investering, har en positiv opfattelse af ordningen. Vi har dog også fået en række input, som vi vil bruge i vores fortsatte forbedring af programmet.

Vi konstaterer også, at evalueringen viser en god sammenhæng mellem den vejledning, som virksomheder modtager fra erhvervsfremmeaktører, og den kontakt de har til Innovationsfonden. Og så er det lovende, at der allerede er positive reaktioner på den regionale indsats, som er igangsat med ansættelse af regionale medarbejdere i Region Midtjylland, Region Nordjylland og Region Syddanmark for mindre end et år siden.

Selvom denne evaluering har fokus på brugernes opfattelse af InnoBooster og ikke er en effektmåling, er der klare indikationer af, at ordningen er værdiskabende for både virksomheder og samfund. Derfor glæder vi os endnu mere til - som næste skridt - at belyse de resultater, som virksomhederne skaber med hjælp fra InnoBooster.

Peter Høngaard Andersen
Direktør i Innovationsfonden

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. Sammenfatning 4

1A: Det samlede billede 5

1B: InnoBoosters tilgængelighed 6

1C InnoBoosters administration 7

1D: InnoBoosters værdiskabelse 8

1E: Innovationsfondens regionale indsats 9

2. Baggrund og metode 10

2A: Om InnoBooster 11

2B: Vores tilgang 13

3. InnoBoosters tilgængelighed og relevans 14

3A: Fakta om brugen af InnoBooster 15

3B: InnoBoosters tilgængelighed 16

3C InnoBoosters vurderingskriterier 18

3D: InnoBoosters relevans og fleksibilitet 19

4. Ansøgningsprocessen 21

4A: Brugernes oplevelse af ansøgningsprocessen 22

4B: Brug af vejledning i ansøgningsfasen 25

4C: Brugernes oplevelse af afslagsproceduren 29

4D: Opmærksomhedspunkter 30

5. Administration af InnoBooster-projekter 31

5A: Rapporteringskrav og administration 32

5B: Innovationsfondens tilgængelighed og fleksibilitet 34

5C: Opmærksomhedspunkter 35

6. Benchmarking af InnoBooster 36

7. Samspillet med regioner og erhvervsfremmeaktører 40

7A: Innovationsfondens regionale indsats 41

7B: Brugernes behov for opfølgning på InnoBooster-projekter 45

7C: Opmærksomhedspunkter 46

Bilag: Metode 47

1. SAMMENFATNING

1A: DET SAMLEDE BILLEDE

1B: INNOBOOSTERS TILGÆNGELIGHED

1C: INNOBOOSTERS ADMINISTRATION

1D: INNOBOOSTERS VÆRDISKABELSE

1E: INNOVATIONSFONDENS REGIONALE INDSATS

1A: DET SAMLEDE BILLEDE

Brugervenligt og attraktivt program

Både iværksættere og etablerede virksomheder ser InnoBooster som et *brugervenligt, enkelt* og *attraktivt program*. Det gælder ikke kun virksomheder, der opnår en investering. Også afviste ansøgere udtrykker sig positivt om programmet.

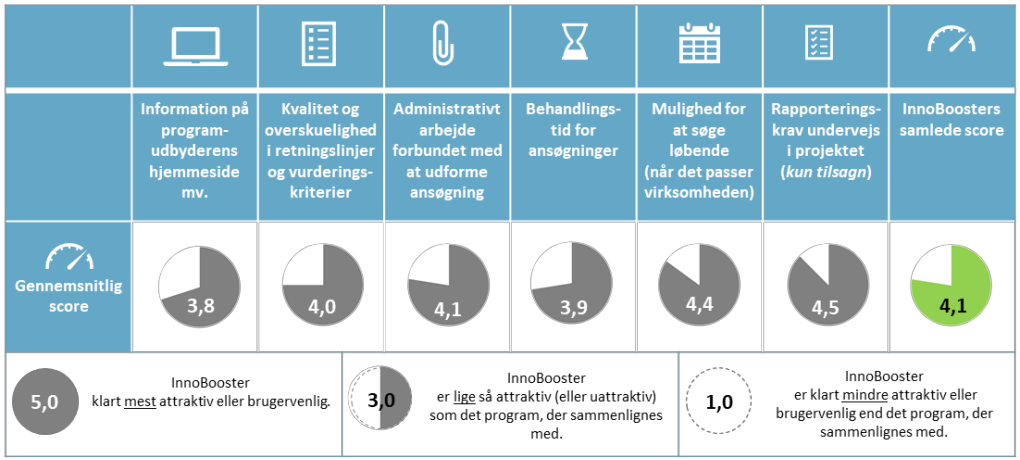
Det samlede billede er følgende;

- InnoBooster er *let at sætte sig* ind i.
- InnoBooster opleves som et *fleksibelt og behovsdrevent program*. Det matcher virksomhedernes behov for finansiering af innovationsaktiviteter. Og det begrænser sig ikke – modsat andre ordninger – til bestemte temaer.
- Programmet *skaber værdi* for både brugere og samfund.
- Det er *overkommeligt at søge om midler* – ansøgningsskabelonen er kort og nem at udfylde.
- Sagsbehandlingstiden er kort.
- De *administrative krav* til rapportering og dokumentation er minimale.

I figuren neden for har brugerne vurderet InnoBooster i forhold til andre typer af programmer på innovationsområdet, som de har erfaring med. Der er sammenlignet på seks områder – fra information på hjemmesiden til rapporteringskrav.

- InnoBooster vurderes gennemsnitligt bedre end alle andre øvrige programmer (gennemsnitlig score over 3). På alle seks evalueringsområder ligger InnoBooster højt.
- InnoBooster skiller sig *især* positivt ud, når det gælder *rapporteringskravene* undervejs i projektet og fleksibilitet i forhold til ansøgningstidspunkt.

FIGUR 1.1. INNOBOOSTERS GENNEMSNITLIGE SCORE I FORHOLD TIL ANDRE TYPER AF PROGRAMMER PÅ INNOVATIONSOMRÅDET



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Der blev anvendt en 1-5 skala.

1B: INNOBOOSTERS TILGÆNGELIGHED

Erhvervsfremmeaktører er gode ambassadører for InnoBooster

Evalueringen tyder på, at der er *godt kendskab til InnoBooster* i programmets målgruppe. Det skyldes ikke mindst, at fx erhvervsråd, væksthuse, klyngeorganisationer og InnovationsAgenter er gode ambassadører, se figur 1.2.

InnoBooster er et program, som populært sagt *ligger forrest i tasken*, når konsulenter i erhvervsfremmesystemet drøfter innovation og udvikling med virksomhederne. Det skyldes programmets fleksibilitet, brede anvendelighed, den overkommelige administration og hurtige sagsbehandling.

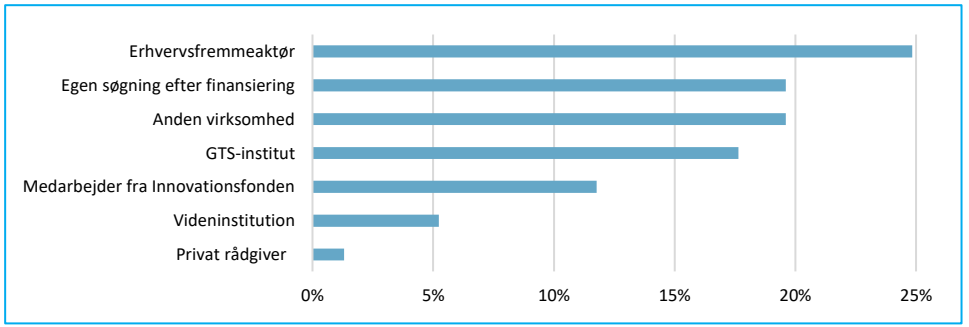
Herudover bliver mange virksomheder opmærksomme på InnoBooster gennem *"mund til mund"*. Siden 2014 har InnoBooster modtaget omkring 4.200 ansøgninger og foretaget lidt over 1.200 investeringer i mere end 1.100 virksomheder. Det giver naturligvis et godt udgangspunkt for at videregive gode erfaringer i de netværk, virksomhederne indgår i. Desuden introducerer Innovationsfondens egne medarbejdere en del virksomheder til InnoBooster, jf. figur 1.2.

Let at blive klog på InnoBooster

Det er ifølge de fleste ansøgere let at sætte sig ind i programmet;

- *Retningslinjerne fremstår* klare og gennemskuelige for de fleste. Næsten 70 procent er helt enige i dette synspunkt.
- Mange virksomheder får god hjælp af erhvervsfremmeaktører og Innovationsfonden, når de søger. Knap 80 procent modtager vejledning undervejs, og langt hovedparten finder vejledningen værdiskabende og uvildig.

FIGUR 1.2. HVEM INTRODUCEREDE FØRST VIRKSOMHEDEN TIL INNOBOOSTER



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Erhvervsfremmeaktør er typisk erhvervsråd, væksthus eller klyngeorganisation. GTS-institut dækker typisk over en InnovationsAgenter.

> *"Jeg hørte om InnoBooster fra en anden virksomhed, der havde fået bevilling derfra. Umiddelbart lød det for godt til at være sandt, men jeg undersøgte krav og retningslinjer på fondens hjemmeside og begyndte på en ansøgning."*
>
> **– Mikrovirksomhed (afslag og tilsagn)**

> *"FORCE var vores første indgang og vigtigste inspirationskilde til at søge InnoBooster. Det at skrive ansøgningen og sparre med konsulenten var samtidig et afklarende forløb for os fire ejere. Ansøgningen i sig selv satte skub i tankerne om en version 2.0."*
>
> **– Mikrovirksomhed (afslag)**

1C: INNOBOOSTERS ADMINISTRATION

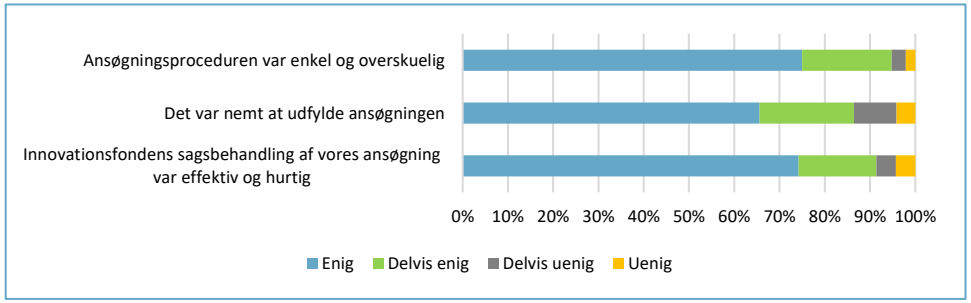
Nemt at ansøge, hurtige svar og overskuelige rapporteringskrav

Der er stor ros til InnoBoosters administration blandt brugerne – både bevillingsmodtagere og afviste ansøgere.

Punkterne neden for og figurerne til højre sammenfatter de vigtigste pointer fra de gennemførte interviews;

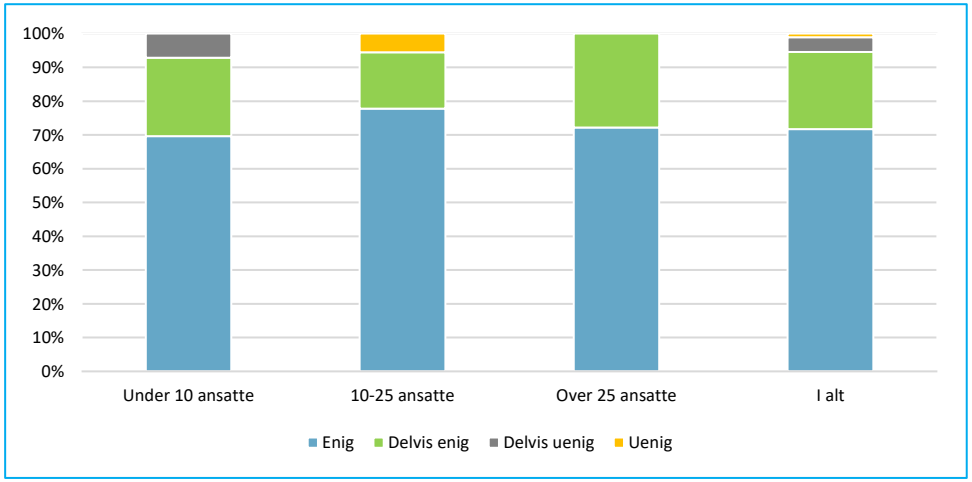
- *Ansøgningsprocessen* opleves af et stort flertal som meget nem at tilgå. Fx opleves spørgsmål og hjælpetekster godt formuleret i det digitale ansøgningsskema.
- Stort set alle virksomheder oplever, at Innovationsfonden træffer en *hurtig afgørelse* (fonden bestræber sig på at give svar inden for en måned).
- Fondens *skriftlige afslagsbegrundelser opleves som generelle* af flere virksomheder, og i nogle tilfælde lidt svære at fortolke.
- De virksomheder, der vælger at ringe til fonden på baggrund af et afslag, får generelt *meget ud af den mundtlige begrundelse for afslaget* – og en del vælger at søge igen.
- Undervejs i projekterne beder Innovationsfonden kun om dokumentation, som det er naturligt for virksomhederne selv at indsamle og opbevare. Og *online systemet er let at tilgå* for de fleste.
- Innovationsfonden opleves som *let at komme i kontakt med*. Mere end 80 procent af de virksomheder, der har haft behov for at justere i et projekt, har oplevet det som nemt at få tilladelse til dette.

FIGUR 1.3. VIRKSOMHEDERNES HOLDNING TIL UDSAGN OM ANSØGNINGSPROCESSEN (KUN VIRKSOMHEDER DER HAR FÅET TILSAGN)



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere.

FIGUR 1.4. VIRKSOMHEDERNES HOLDNING TIL UDSAGN OM, AT ADMINISTRATIONEN AF INNOBOOSTER ER ENKEL OG EFFEKTIV



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere.

1D: INNOBOOSTERS VÆRDISKABELSE

InnoBooster gør en forskel for virksomheder og samfund

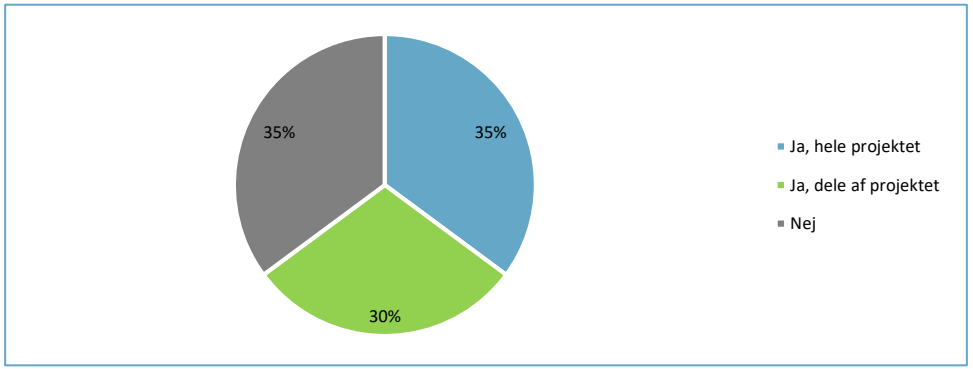
Det er for tidligt af evaluere InnoBoosters økonomiske effekter. Men denne evaluering giver *klare indikationer af, at programmet skaber effekt og værdi* for både virksomheder og samfund. Det kommer til udtryk på følgende måder;

- Uden InnoBooster-investeringen ville de fleste brugere enten have 1) droppet innovationsprojektet pga. for stor risiko, 2) udskudt projektet eller 3) reduceret egne investeringer og ambitionsniveau.
- Det har – med andre ord – *stor betydning* for de fleste virksomheder, at *staten gennem InnoBooster tager en del af risikoen.*
- InnoBooster bruges som afsæt til at få nye kompetencer ind i virksomheden eller til at indlede samarbejde med videninstitutioner.
- En InnoBooster betyder for mange virksomheder *kortere time-to-market*.
- Virksomhederne har *positive forventninger* til de kommercielle resultater.

Der *vil* være brugere, der vil gennemføre projekterne – også uden en investering fra Innovationsfonden.

- Enkelte deltagere giver udtryk for, at de ville have gennemført projektet i samme omfang og i samme tempo, selvom de ikke havde fået tilsagn.
- En væsentlig andel giver udtryk for, at de ville have startet projektet alligevel – men i en "light"-udgave med betydeligt færre ressourcer og over en længere periode.
- Blandt afslagene er det cirka en tredjedel, der forventer at gennemføre projekterne på samme niveau, jf. figur 1.5. Nogle af disse henter finansiering fra andre kilder.

FIGUR 1.5. ANDEL VIRKSOMHEDER DER FORVENTER AT GENNEMFØRE PROJEKTET TRODS AFSLAG



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere.

Egenfinansieringskravet er en udfordring for iværksættere

- Virksomheden skal selv finansiere mindst 2/3 af de samlede projektomkostninger. Da finansieringen kan komme fra egne timer lagt i projektet, er dette ikke et problem for de fleste virksomheder.
- Flere *iværksættere* har svært ved at leve op til kravet, da de hverken har økonomisk råderum eller mandetimer til at "doble op" i forhold til Innovationsfondens midler.

1E: INNOVATIONSFONDENS REGIONALE INDSATS

Innovationsfondens regionale indsats kan løfte værdiskabelse og kvalitet i InnoBooster-projekter

Innovationsfonden har i 2016 og 2017 etableret kontorplads i de tre vestdanske væksthuse – i en form for *ambassadørrolle*. Målet er at øge fondens tilgængelighed og synlighed i de tre regioner, samt styrke samspillet mellem fonden og vestdanske erhvervsfremmeaktører.

Det er endnu tidligt at evaluere resultaterne af indsatsen. Men de gennemførte interviews tyder på, at tiltaget yderligere vil styrke tilgængeligheden til Innovationsfondens virkemidler samt kvaliteten af ansøgninger til fonden.

Flere erhvervsfremmeaktører oplever, at det tættere samarbejde med fonden giver et løft i egne kompetencer og i evnen til at yde virksomheder sparring på højt niveau. Især følgende elementer skaber værdi;

- Muligheden for at drøfte eksempler (fx afviste ansøgninger) med fondens medarbejdere.
- Den lettere adgang til Innovationsfonden – og dermed en hurtigere opdatering om nye tiltag og justeringer i praksis i Innovationsfonden.
- Mulighederne for at engagere Innovationsfondens medarbejdere til at holde oplæg på *virksomhedsarrangementer*.

Ikke alle aktører er opmærksomme på initiativet. Der ligger en opgave i yderligere at udbrede kendskabet til indsatsen.

> *"Vi er blevet skarpere på, hvad Innovationsfonden lægger vægt på, kriterierne, og hvordan de evaluerer fx videnhøjde og potentiale. Det betyder, at vi kan yde en mere kvalificeret rådgivning, der igen skaber større kvalitet i ansøgningerne, højere hitrate og mindre ressourcespild."*
>
> **– Konsulent i væksthus**

> *"Jeg tror, at vi kommer til at drage stor nytte af Mads. Det er godt, at vi nu kan trække på Innovationsfonden til interne informationsmøder, og at vi har mulighed for at gå konkrete erfaringer og ansøgninger igennem sammen."*
>
> **– Medarbejder på SDU RIO**

> *"Væksthuset har sikkert kunne mærke værdien af den regionalt placerede medarbejder, men det har vi ikke endnu. Det virker som en rigtig god idé, men der skal slås mere på tromme for initiativet."*
>
> **– InnovationsAgent fra GTS-institut**

> *"Vi er lidt tilbageholdne med at foreslå InnoBooster. Vi ved, at hitraten er lav, og vi føler os ikke godt nok klædt på i forhold til, hvad Innovationsfonden lægger vægt på i en ansøgning. Vi har hørt om den nye medarbejder, men troede blot, at det var en ekstra ressource til Væksthuset."*
>
> **– Konsulent i lokalt erhvervsråd**

2. BAGGRUND OG METODE

2A: OM INNOBOOSTER

2B: VORES TILGANG

2A: OM INNOBOOSTER

Rammerne for InnoBooster

InnoBooster er Innovationsfondens indgang for små og mellemstore virksomheder, iværksættere og entreprenante forskere. InnoBooster kan investere fra 50.000 kr. og op til 5 mio. kr. i lovende innovationsprojekter med forretningsmæssigt potentiale.

Den gode idé er udgangspunktet. Mål og indhold for InnoBooster-projekter varierer derfor fra virksomhed til virksomhed. InnoBooster-projekter kan fx handle om udvikling af et produkt eller en service, der er ny for markedet, eller projektet kan have som formål at teste en innovativ procesoptimering. Konkret kan en investering fra InnoBooster dække;

- Arbejdstimer som nye og eksisterende medarbejdere i virksomheden anvender på innovationsprojektet.
- Udgifter til samarbejde med offentlige (fx universiteter) og private videnleverandører.
- Andre udgifter til innovationsprojektet, fx materialer og udstyr.

For at kunne ansøge kræves et CVR-nummer og en virksomhed med højst 250 ansatte[1]. Innovationsfondens investering kan maksimalt udgøre 33 procent af det samlede projektbudget, hvilket medfører en egenfinansiering for virksomhederne på mindst 2/3.

Da InnoBooster blev lanceret i 2014 erstattede den de to daværende SMV-programmer "Videnpilot" og "Videnkupon". InnoBooster er siden 2014 blevet revideret to gange – dels som reaktion på brugernes tilbagemeldinger og dels for at smidiggøre Innovationsfondens interne administrative processer. Boksen neden for giver et overblik over de tre versioner af InnoBooster.

FAKTA

Tre versioner af InnoBooster

August 2014 – april 2015 (version 1)

Investeringer op til 250.000 kr.

Kun tilskud til nye medarbejdere og offentlige videnleverandører, en innovationsplan blev anvendt som ansøgningsskabelon.

August 2015 – december 2015 (version 2)

Investeringer mellem 50.000 - og 5 mio. kr.

Indførelse af ekspertpanel. Tilskud ikke længere begrænset til nye medarbejdere og offentlige videnleverandører, revision af vurderingskriterier.

Februar 2016 – (version 3)

Investeringer mellem 50.000 - og 5 mio. kr.

Innovationsplanen er erstattet af en faglig beskrivelse med mulighed for link til en videopræsentation via e-grant, revision af vurderingskriterier, indførelse af mindstegrænse på 60.000 kr. pr. udgiftspost.

[1] Retningslinjerne for InnoBooster indeholder en række yderligere krav til den etablerede virksomheds omsætning, tiltrukket ekstern kapital eller til team og resultater for iværksættervirksomheder (se retningslinjer gældende for ansøgninger modtaget fra 15. februar 2016 for detaljer).

2A: OM INNOBOOSTER

Ansøgningsproces og administration

Som ansøger skal man vælge, om man søger op til eller over 500.000 kr., da fonden har forskellig administrativ praksis for "små" og "store" InnoBoostere. Søger man op til 500.000 kr. bestræber Innovationsfonden sig på at give *svar på ansøgningen på en måned*. Hvis der ansøges om over 500.000 kr., vurderer Innovationsfonden også ansøgningen på en måned og giver enten afslag eller inviterer virksomheden til at præsentere sin idé foran et panel bestående af udvalgte innovationseksperter og medarbejdere fra Innovationsfonden. Dette forløb tager 1-2 måneder yderligere.

Foruden retningslinjerne for InnoBooster findes der hjælpetekster i ansøgningsskemaet, og skabelonen til den faglige beskrivelse er forsynet med vejledende spørgsmål.

InnoBooster-teamet i Innovationsfonden har en selvstændig e-mail og en telefonlinje, der er åben mellem kl. 9-12 alle hverdage. I dette tidsrum kan både ansøgere og bevillingshavere kontakte teamet med spørgsmål. Fondens medarbejdere kan dog udelukkende vejlede ansøgere om procedure og retningslinjer af hensyn til en ligeværdig behandling og faglig vurdering af alle ansøgninger.

Ansøgningerne vurderes efter tre overordnede kriterier;

- Nyhedsværdi
- Forretningsmæssigt potentiale og gevinst
- Økonomisk effektivitet og gennemførelse

Der stilles større krav til det enkelte projekt, jo større en investering, der ansøges om (se afsnit 3C).

Ansøgninger, som ikke vurderes tilstrækkelige, modtager en skriftlig afslagsbegrundelse, der relaterer sig til mindst et af vurderingskriterierne. Ansøger har efterfølgende mulighed for at ringe til InnoBooster-teamet og få uddybet afslaget. Det er et tilbud, som en del virksomheder benytter sig af.

FAKTA

Online ansøgning

Virksomheder ansøger InnoBooster online via det såkaldte e-grant-system, der er en fælles selvbetjeningsportal for ansøgere og bevillingshavere hos Innovationsfonden, Danmarks Frie Forskningsfond og Styrelsen for Forskning og Uddannelse. Foruden en række faktuelle oplysning om virksomheden samt tro- og love-erklæringer skal der udarbejdes en faglig beskrivelse af projektet efter en fast skabelon.

Virksomheden, teamet og idéen skal beskrives, herunder konkurrentbilledet, og hvilken udfordring og målgruppe idéen vil adressere. Projektet og den forventede gevinst skal forklares, og der skal gøres rede for potentielle faldgruber. Endelig skal der udarbejdes en aktivitetsplan og et budget. Den faglige beskrivelse inkl. aktivitetsplan udfyldes i en Word-skabelon, mens budgettet indtastes i en Excel-skabelon. Begge dele uploades via e-grant som en del af ansøgningen.

2B: VORES TILGANG

Metoden i evalueringen

Evalueringen er baseret på *154 telefoninterviews* med en stikprøve af virksomheder, der har søgt InnoBooster. 75 procent af interviewvirksomhederne har fået tilsagn, mens 25 procent har fået afslag.

Derudover er der gennemført 15 telefoninterviews med erhvervsfremmeaktører fra væksthuse, lokale erhvervsråd, klynger/netværk og Godkendte Teknologiske Serviceinstitutter samt med Innovationsfondens to medarbejdere i Region Midtjylland og Region Syddanmark. Målet med disse har især været at evaluere betydningen af Innovationsfondens regionale tilstedeværelse i Vestdanmark (se afsnit 7).

I figur 2.1 er analysedesignet i forhold til brugerne illustreret. Evalueringen fokuserer på to faser; ansøgnings- og projektfasen. Første fase omfatter både virksomheder med tilsagn og afslag, mens anden fase kun omfatter virksomheder med tilsagn. Derudover har nogle virksomheder kun fået lukkede spørgsmål (strukturerede interviews), mens andre også har fået åbne spørgsmål (semistrukturerede interviews) (se også metodebilag).

Kombinationen af de to typer spørgsmål sikrer både grundlag for kvantitative sammenligninger samt mere dybdegående, kvalitative vurderinger af virksomhedernes oplevelser. Figuren viser også hvor mange svar, hver fase er baseret på.

Stikprøven er designet, så den ligner den samlede InnoBooster-population på parametre som virksomhedsstørrelse, fagområde og geografi (se metodebilag for uddybning).

FIGUR 2.1. ANALYSEDESIGN

3. INNOBOOSTERS TILGÆNGELIGHED OG RELEVANS

3A: FAKTA OM BRUGEN AF INNOBOOSTER

3B: INNOBOOSTERS TILGÆNGELIGHED

3C: INNOBOOSTERS VURDERINGSKRITERIER

3D: INNOBOOSTERS RELEVANS OG FLEKSIBILITET

3A: FAKTA OM BRUGEN AF INNOBOOSTER

En ordning der favner bredt

Siden InnoBooster blev lanceret i august 2014, har Innovationsfonden modtaget omkring 4.200 InnoBooster-ansøgninger fra virksomheder i hele landet.

Samlet set over hele perioden har cirka 29 procent af ansøgningerne udløst en investering fra Innovationsfonden. Det svarer til *lidt over 1.200 InnoBooster-forløb* og en *samlet investering på cirka 580 mio. kr.*
Alt i alt er InnoBooster en ordning, der favner mange forskelligartede virksomheder og projekter i hele landet, jf. faktaboksen.

- Af de cirka 1.200 InnoBooster-investeringer findes cirka 43 procent i Hovedstaden.
- Otte ud af ti Investeringer går til iværksættere eller virksomheder, der har under 10 ansatte.
- 91 procent af InnoBooster-investeringerne er under 500.000 kr.
- Projekter inden for "Produktion, Materialer, Digitalisering og IKT" udgør 40 procent af alle InnoBooster-forløb.

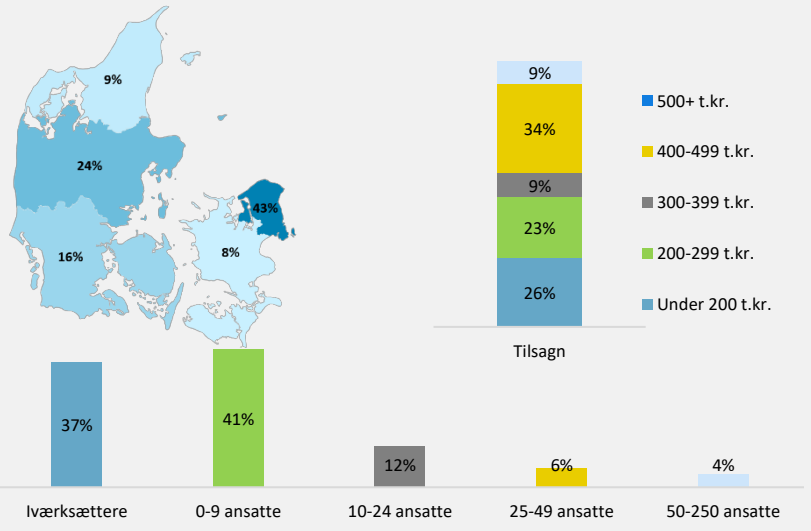
Mange virksomheder ansøger flere gange

Cirka 27 procent af de virksomheder, der har ansøgt InnoBooster, har indsendt en eller flere ansøgninger siden 2014.

28 procent af tilsagnene tildeles virksomheder, der tidligere har fået et afslag og derefter ansøgt igen.

FAKTA

Hvordan fordeler de cirka 1.200 InnoBoostere sig?



Kilde: Innovationsfondens InnoBooster-database

3B: INNOBOOSTERS TILGÆNGELIGHED

Erhvervsfremmeaktører udbreder kendskabet til InnoBooster

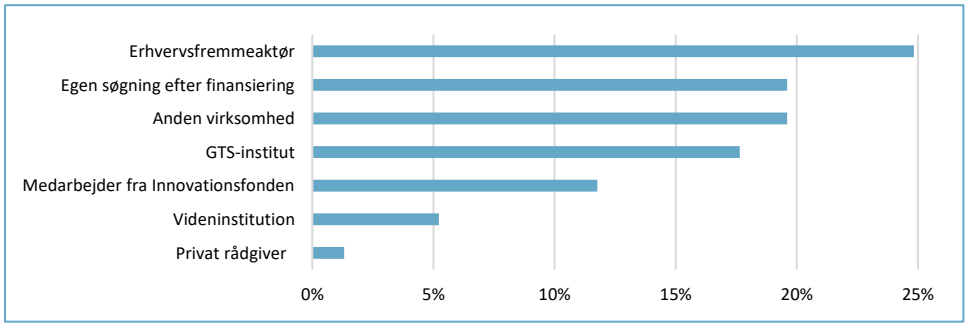
InnoBooster fremstår som et program, der er *godt kendt i målgruppen*, om end udbredelse og kendskab kan blive endnu bedre. Konsulenter i væksthusene, lokale erhvervsråd, klyngeorganisationer, Innovationsagenter, m.fl. er generelt opmærksomme på at formidle InnoBooster i deres virksomhedskontakt og gennem arrangementer (se også afsnit 7). Med andre ord formidles InnoBooster i høj grad via de forskellige erhvervsfremmeaktører.

Over 40 procent af ansøgerne har fået kendskab til InnoBooster via erhvervsfremmeaktører eller GTS-institutter, jf. figur 3.1. *Mange virksomheder hører om InnoBooster fra flere kilder*, før de beslutter sig for at ansøge.

> *"Det startede med, at AgroTech spurgte, om de måtte komme forbi vores virksomhed og fortælle om InnoBooster. Så de var katalysator for at sætte projektet i gang. Fokus på mødet var, hvordan InnoBooster kunne bidrage til vores udvikling. Derefter satte vi os ned sammen med dem med vores egne produktidéer og startede med at udvikle projektet."*
>
> **– Mikrovirksomhed (tilsagn)**

> *"Man hører meget om InnoBooster i iværksættermiljøet. Hvis man omgås andre iværksættere, så hører man hurtigt om InnoBooster."*
>
> **– Iværksætter (tilsagn)**

FIGUR 3.1. HVEM INTRODUCEREDE FØRST VIRKSOMHEDEN TIL INNOBOOSTER



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Erhvervsfremmeaktør er typisk erhvervsråd, vækst-hus eller klyngeorganisation. GTS-institut dækker typisk over en InnovationsAgent.

Vores interviews med erhvervsfremmeaktører peger samtidig på, at der fortsat er en del virksomheder i målgruppen, som ikke eller kun perifært kender InnoBooster.

Blandt startupvirksomheder er kendskab til programmet godt. De er ofte selv opsøgende efter finansieringsmuligheder, eller hører om ordningen fra andre iværksættere i inkubatorer, kontorfællesskaber eller lignende.

Blandt etablerede virksomheder er der færre, der selv er opmærksomme på Innovationsfonden og InnoBooster. I denne gruppe er kendskabsgraden lavere. Typisk får de kendskab til InnoBooster på møder i netværk eller bliver introduceret til programmet af erhvervsfremmeaktører.

3B: INNOBOOSTERS TILGÆNGELIGHED

Et tilgængeligt og overskueligt program

De fleste virksomheder oplever InnoBooster som et *meget tilgængeligt og overskueligt program*. De gennemførte interview afslører, at dette især hænger sammen med;

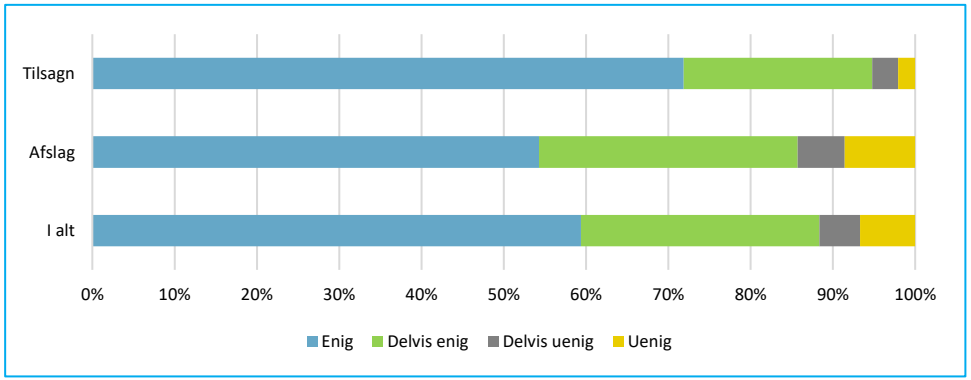
- Overskuelig hjemmeside med god og målrettet information.
- Klare og relativt kortfattede retningslinjer (se også figur 3.2).
- Det korte digitale ansøgningsskema, som er nemt at udfylde for de fleste.
- Svarfristen på en måned.
- God adgang til information fra Innovationsfonden og fra de erhvervsfremmeaktører, der benyttes.

Langt hovedparten af de interviewede virksomheder giver også udtryk for, at det er *nemt at sætte sig ind i programmet*, og hvad der kan ydes tilskud til.

Det er især virksomheder med erfaring fra at søge tilskudsordninger, der er meget positive – bl.a. fordi de sammenligner InnoBooster med andre programmer. Blandt mere uerfarne programansøgere afhænger oplevelsen af tilgængelighed typisk af, om de har fået hjælp fra fx en privat rådgiver eller en erhvervsfremmeaktør til at fortolke retningslinjerne.

Den største udfordring ved det digitale ansøgningsskema har for en del virksomheder været at besvare spørgsmål om tidligere tilskud. Dette spørgsmål stilles i forhold til at afgøre, om virksomheden er tilskudsberettiget efter EU´s såkaldte *de minimis*-regler.

FIGUR 3.2. VIRKSOMHEDERNES HOLDNING TIL OM RETNINGSLINJERNE FOR AT SØGE INNOBOOSTER ER KLARE OG GENNEMSKUELIGE



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere.

> *"Retningslinjerne er klare nok. Men jeg har også erfaringen og prøvet det mange gang før- Jeg er nok lidt atypisk. Og jeg kan godt forestille mig, at mindre virksomheder, der ikke har denne erfaring, godt kan have lidt vanskeligheder."*
>
> **– Mellemstor virksomhed (tilsagn)**

> *"Spørgsmålene vedr. tidligere tilskud var meget svære at svare på. Jeg tænker, at Innovationsfonden burde kunne hente disse oplysninger automatisk på en smartere måde."*
>
> **– Lille virksomhed (afslag)**

3C: INNOBOOSTERS VURDERINGSKRITERIER

Fornuftige vurderingskriterier, men tvivl om vægtning

De kvalitative interview viser, at;

- De fleste virksomheder oplever InnoBoosters *vurderingskriterier som overskuelige og lette at forstå*.
- Mange virksomheder mener desuden, at kriterierne er *fornuftige* ud fra et samfundsøkonomisk perspektiv.
- Flere førstegangsansøgere er i tvivl om, hvordan vurderingskriterierne bliver vægtet i forhold til hinanden.
- Et *mindretal* har oplevet udfordringer i forhold til at forstå og fortolke kriterierne.
- Mindre virksomheder er usikre på projektets relevans og chance (især i forhold til kriteriet om videnhøjde under "nyhedsværdi"). En del af disse virksomheder er *afhængige af betydelig vejledning*, før de beslutter sig for at søge.
- Enkelte virksomheder oplever, at potentialet i projektet ikke er blevet evalueret ud fra tilstrækkelig indsigt. Det er fx en opfattelse blandt flere *fødevarevirksomheder*, at Innovationsfonden mangler dybere indsigt i dette fagområde.

FAKTA

Vurderingskriterier

- Nyhedsværdi
- Forretningsmæssigt potentiale og gevinst
- Økonomisk effektivitet og gennemførelse

For hvert af disse vurderingskriterier er der opstillet 3-4 vejledende underspørgsmål i retningslinjerne for InnoBooster.

Kravene til hvert kriterium varierer afhængig af den ansøgte beløbsstørrelse. Der er således væsentlig forskel på kravene til et projekt til 200.000 kr. og et til 2,5 mio. kr.

> *"Jeg synes, at det er nemt ud fra retningslinjerne at se, hvad der kan gives støtte til, og hvordan Innovationsfonden evaluerer ansøgningerne. Det er ikke min første InnoBooster-ansøgning. Mit indtryk er, at formidling og klarhed er blevet styrket gennem årene"*
>
> **– Lille virksomhed (afslag og tilsagn)**

> *"Det er meget positivt, at vi bliver vurderet ud fra forretningsmæssige perspektiver og ikke kun ideologiske. Ellers ville man jo kun give støtte til bycykler og sådan noget."*
>
> **– Lille virksomhed (tilsagn)**

3D: INNOBOOSTERS RELEVANS OG FLEKSIBILITET

En attraktiv og fleksibel ordning

Generelt er langt de fleste virksomheder meget positive over for InnoBoosters design. Programmet beskrives som en *meget attraktiv og fleksibel ordning*, der matcher fint med de fleste innovations- og udviklingsprojekter i virksomhederne.

Interviewene viser, at virksomhederne har for*skelligartede behov og strategier for at løfte deres innovation*, herunder;

- Samarbejde med universiteter.
- Tilførsel af teknisk viden fra fx GTS-institutter.
- Samarbejde med private videnleverandører.
- Tilknytning af nye kompetencer.
- Allokering af egne medarbejdere til risikofyldte udviklingsprojekter.

De positive brugeroplevelser hænger ikke mindst sammen med, at InnoBooster rummer denne mangfoldighed. De fleste *finder egenfinansieringskravet rimeligt* – især fordi egenfinansieringen kan lægges in kind.

Dog er der flere iværksættere og enkelte mindre virksomheder, der anfører, at InnoBoosters krav til egenfinansiering opleves høje. Mange i denne gruppe har svært ved at "doble op" på de statslige midler.

> *"Sammenlignet med andre programmer, vi har prøvet, er InnoBooster bestemt attraktivt. Det er forholdsvis fleksibelt og giver tilskud til flere forskellige udgifter alt efter, hvad behovet er i det konkrete projekt."*
>
> **– Mellemstor virksomhed (tilsagn)**

> *"Jeg synes, at egenfinansieringen er rimelig. Jeg kan godt lide, at den holder et vist niveau, og dermed fremstår den også seriøs. Gratis har ingen værdi for nogen."*
>
> **– Lille virksomhed (tilsagn)**

> *"Programmet er især attraktivt for iværksættere, fordi man modsat hos investorer og investeringsmiljøer ikke skal afgive ejerandele. Det er en mulighed for at skaffe de første likvide midler til at udvikle idéen, så investorrunder kan udskydes lidt, indtil virksomheden er mere værd."*
>
> **– Iværksætter (tilsagn)**

> *"1/3 finansiering af projektet forhindrer iværksættere i at søge. Jeg kender mange, der har afholdt sig fra at søge pga. det."*
>
> **– Iværksætter (tilsagn)**

3D: INNOBOOSTERS RELEVANS OG FLEKSIBILITET

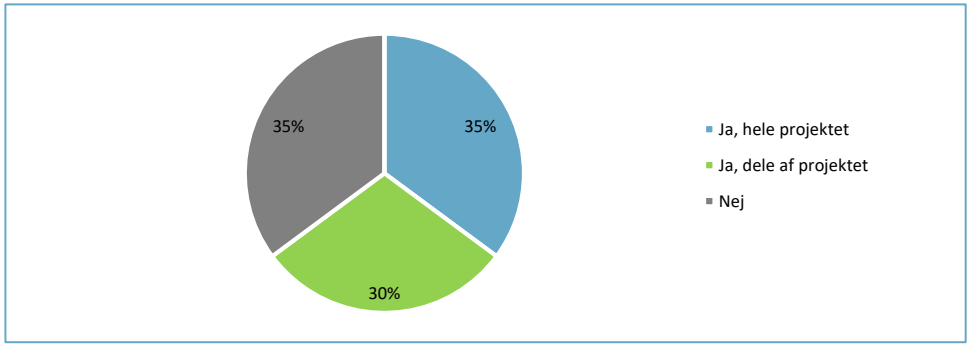
InnoBooster er for mange det nødvendige skub

Mange virksomheder beskriver investeringen fra InnoBooster som "*det nødvendige skub*" for at komme i gang. Flere af de interviewede virksomheder fortæller fx, at Innovationsfondens *blåstempling* af deres projekt er lige så vigtig som selve tilskuddet (som psykologisk faktor i forhold til at eksterne tror på projektet og som salgsargument i virksomhedens bestyrelse, mv.).

Blandt de virksomheder, som har opnået en InnoBooster-investering, giver kun få udtryk for, at de ville have gennemført projektet i samme omfang eller i samme tempo, hvis de havde fået afslag på deres ansøgning. En væsentlig andel giver dog udtryk for, at de sandsynligvis ville have startet projektet alligevel – men i en "light"-udgave, med færre ressourcer eller over en længere periode.

> *"Projektet ville sikkert ikke blive startet uden InnoBooster. InnoBooster hjalp os til at komme i gang. Jeg kan ikke afvise, at vi måske ville have lavet et lignende projekt på et tidspunkt. Men InnoBooster gjorde, at vi kunne komme hurtigere ud af starthullerne."*
>
> **– Mikrovirksomhed (tilsagn)**

FIGUR 3.3. ANDEL VIRKSOMHEDE DER FORVENTER AT GENNEMFØRE PROJEKTET TRODS AFSLAG



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere.

Blandt de interviewvirksomheder, der har fået afslag, har omkring en tredjedel gennemført eller planlægger at gennemføre hele projektet, mens en tilsvarende tredjedel har eller overvejer at gennemføre *dele* af projektet, jf. figur 3.3. Den sidste tredjedel forventer ikke, at virksomheden sætter gang i projektet (typisk fordi de ikke kunne tiltrække finansiering og/eller ikke vil løbe risikoen alene).

4. ANSØGNINGSPROCESSEN

4A: BRUGERNES OPLEVELSE AF ANSØGNINGSPROCESSEN

4B: BRUG AF VEJLEDNING I ANSØGNINGSFASEN

4C: BRUGERNES OPLEVELSE AF AFSLAGSPROCEDUREN

4D: OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

4A: BRUGERNES OPLEVELSE AF ANSØGNINGSPROCESSEN

Enkel og overskuelig ansøgningsprocedure

Ansøgningsprocessen opleves af langt de fleste som *meget enkel og nem at tilgå*. Brugernes oplevelse er, at;

- Det digitale ansøgningsskema *fremstår overskueligt og velstruktureret*.
- Spørgsmål og hjælpetekster er godt formuleret og giver den nødvendige vejledning.
- Den faglige beskrivelses fokus er relevant ift. vurderingskriterierne.
- For *et mindretal er det en udfordring at holde sig inden for det maksimalt angivne antal tegn*. Der er forståelse for, at der skal være en øvre grænse for, hvor meget en ansøgning må fylde, men nogle ansøgere efterlyser et mere fleksibelt skema, hvor ansøger selv kan disponere over pladsen – og i højere grad lægge vægt på de spørgsmål og temaer, som er særligt vigtige for det enkelte projekt.
- E-grant som online ansøgningsportal *fungerer upåklageligt* i *de fleste tilfælde*, om end portalen af nogle virksomheder opfattes lidt tung i layout og udtryk.
- Budgettet, som udarbejdes i en særskilt Excel-fil, i nogle tilfælde er vanskeligt at udfylde korrekt. Det er ofte i forbindelse med allokering af virksomhedens egne timer til projektet, at der opstår tvivl. Det kan være vanskeligt at forudse, hvor mange timer projektet kræver, og hvordan timerne fordeler sig mellem virksomhedens medarbejdere.

> *"Ansøgningsproceduren var enkel og overskuelig. Ingen problemer der. Den har faktisk også være giveligt, da den også hjalp os med at udvikle vores forretningsplan."*
>
> **- Mikrovirksomhed (afslag og tilsagn)**

> *"Det er min første ansøgning. Og jeg har heller ikke lavet andre ansøgninger til andre steder. Men jeg synes, at det var nemt, og man slipper for at skrive mange sider. Det er meget konkret og lige til."*
>
> **- Mikrovirksomhed (tilsagn)**

> *"E-grant tjener det formål, som systemet skal, men det minder mest om en kommunal Dropbox. Opbygning og layout har skyggen af bureaukrati. Men det er ikke det essentielle. Systemet fungerer og er intuitivt, hvilket er langt vigtigere."*
>
> **- Mellemstor virksomhed (afslag)**

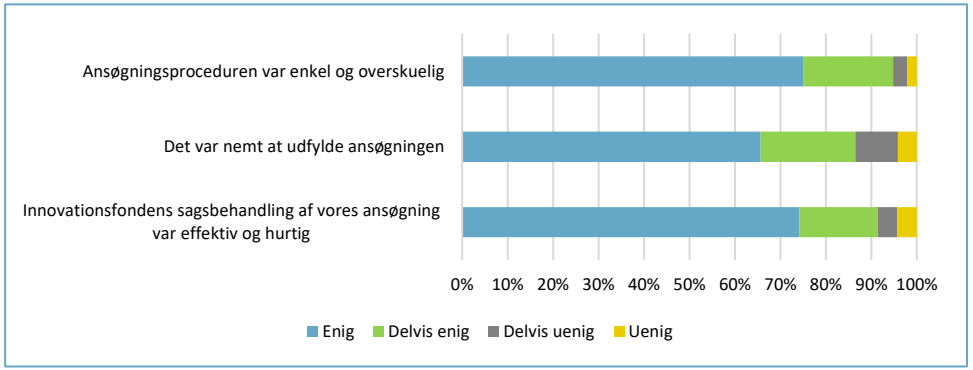
4A: BRUGERNES OPLEVELSE AF ANSØGNINGSPROCESSEN

Kort ansøgning og hurtig sagsbehandling

- Mange interviewede virksomheder fremhæver Innovationsfondens ambition om at behandle InnoBooster-ansøgninger på en måned som et attraktivt element i InnoBooster.
- Hovedparten af de interviewede virksomheder tilkendegiver, at det korte ansøgningsskema er en fordel og indebærer, at tidsforbrug i høj grad står mål med investeringens størrelse.
- Som det fremgår af figur 4.1 og 4.2 angiver hovedparten af virksomhederne da også, at Innovationsfondens sagsbehandling er effektiv og hurtig. Det gælder både for tilsagn og afslag (der er dog cirka 20 procent blandt de afviste, der erklærer sig uenige i spørgsmålene).
- Selv i de tilfælde, hvor Innovationsfonden ikke når at give svar inden for en måned, er virksomhederne typisk tilfredse og oplever sagsbehandlingen som effektiv.

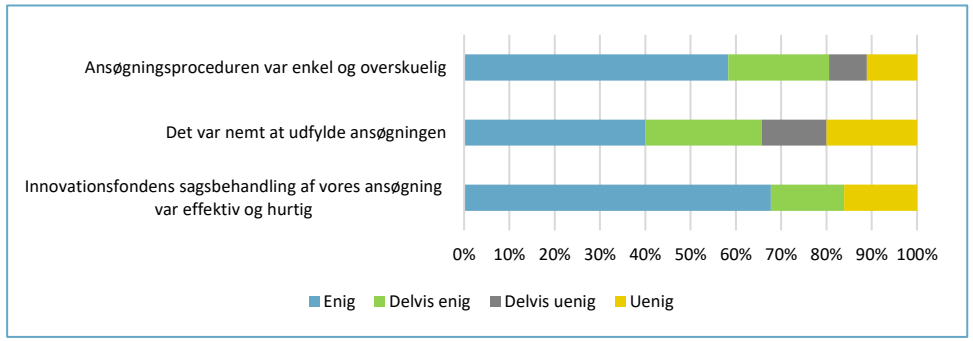
> *"Særligt i forhold til andre programmer gik det hurtigt med svar. Det er svært som startup at have den fleksibelt og vente et halvt år. Så hurtig sagsbehandling er afgørende."*
>
> **- Iværksætter (tilsagn)**

FIGUR 4.1. VIRKSOMHEDERNES OPLEVELSE AF ANSØGNINGSPROCESSEN (KUN TILSAGN)



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere.

FIGUR 4.2. VIRKSOMHEDERNES OPLEVELSE AF ANSØGNINGSPROCESSEN (KUN AFSLAG)



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere.

4A: BRUGERNES OPLEVELSE AF ANSØGNINGSPROCESSEN

Præsentation for ekspertpanel

Når virksomhederne søger om en investering på over 500.000 kr., og Innovationsfonden vurderer, at projektet har potentiale, bliver ansøger inviteret til at præsentere sin idé foran et panel bestående af udvalgte innovationseksperter og medarbejdere fra Innovationsfonden (se også afsnit 2).

Ekspertpanelmøder bliver afholdt i hele landet. Da ansøgningerne behandles løbende, vil panelmøderne ofte bestå af 7-8 projekter med en betydelig faglig spændvidde. Innovationsfonden sammensætter paneler, der er fagligt brede nok til at dække alle virksomheder, der præsenterer på dagen, men hvor medlemmerne har forskellige spidskompetencer i forhold til ansøgningerne, og derudover en stærk viden om innovationsprocesser og forretningsudvikling.

Vi har i forbindelse med denne evaluering interviewet 16 virksomheder, der søgte over 500.000 kr. Ti af disse virksomheder blev inviteret til panelmøde, hvoraf syv opnåede en investering.

Med det begrænsede empiriske grundlag in mente peger vores interviews på, at;

- Panelmøderne som format er en god tilgang (flere virksomheder, der søgte om mindre end 500.000 kr., giver ligeledes udtryk for, at de gerne ville have haft mulighed for en mundtlig præsentation af deres idé).
- Det er værdsat, at panelmøder afholdes i *hele landet*.
- Enkelte virksomheder er overraskede over at møde et ekspertpanel, hvor ikke alle i panelet er fagspecialister på virksomhedens fagområde. Disse virksomheder oplever, at kun få i panelet stiller fagrelevante spørgsmål. Det gælder både virksomheder, der opnåede en investering, og virksomheder der fik afslag.

Interviewene peger således på, at der kan være behov for en forventningsafstemning med ansøgervirksomhederne, så virksomhederne er klar over, at man kommer til at præsentere over for et panel, hvor der både er medlemmer med faglige spidskompetencer og medlemmer, som i højere grad vil have fokus på og kompetencer inden for fx kommercialisering, projektstyring etc.

> *"Pitchen gav os mulighed for at uddybe, hvad vi virkelig mente med projektet. Den snævre ansøgningsskabelon betyder, at man går direkte til kernen i ansøgningen. I pitchen kunne vi vise billeder, udbyde og snakke problemstillinger, og det var godt."*
>
> **- Mellemstor virksomhed (tilsagn)**

> *"Min oplevelse med pitchforløbet var, at der var manglende faglighed blandt dem, som vurderer. Der er risiko for, at de ikke forstår projektet og dermed afviser det. Fonden skal være opmærksomme på det."*
>
> **- Mellemstor virksomhed (tilsagn)**

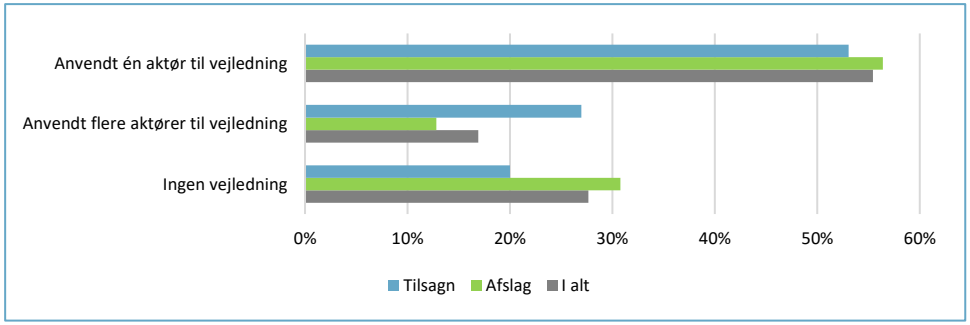
4B: BRUG AF VEJLEDNING I ANSØGNINGSFASEN

2 ud af 3 ansøgere modtager vejledning

Mange virksomheder modtager vejledning i ansøgningsfasen. Det er især regionale og lokale erhvervsfremmeaktører, GTS-institutter (typisk i form af Innovations-Agenter) og Innovationsfonden, der søges vejledning hos.

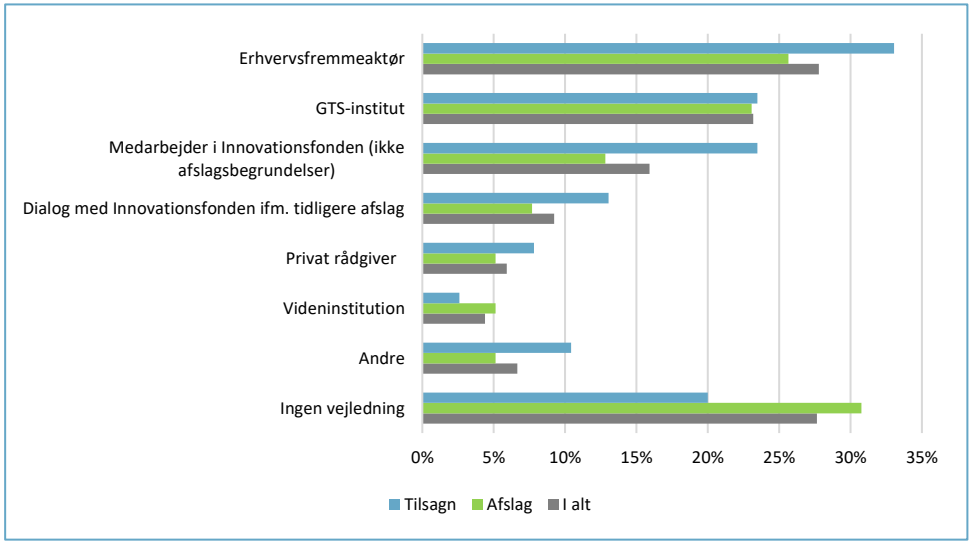
- Mere end 70 procent af alle ansøgere har søgt og modtaget vedledning eller sparring i ansøgningsfasen, jf. figur 4.3 og 4.4.
- 17 procent af virksomhederne søger vejledning flere steder, før de beslutter sig for at ansøge. Af denne gruppe opnår en betydeligt højere andel virksomheder tilsagn (se figur 4.3).
- Figur 4.4 viser, hvem der typisk vejleder virksomhederne, samt hvor stor en andel der opnår tilsagn.
- Specielt vejledning fra Innovationsfonden virker til at guide ansøgere tættere mod et tilsagn. Det gælder både 1) førstegangsansøgere og 2) ansøgere, der tidligere har fået afslag og på den baggrund modtager en mundtlig uddybning fra fonden (se figur 4.4).

FIGUR 4.3. BRUG AF VEJLEDNING OG SPARRING I ANSØGNINGSFASEN



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere.

FIGUR 4.4. BRUG AF VEJLEDNING OG SPARRING I ANSØGNINGSFASEN, FORDELT PÅ AKTØR



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Interviewpersonerne havde mulighed for at angive flere svar.

4B: BRUG AF VEJLEDNING I ANSØGNINGSFASEN

Regionale forskelle

Evalueringen peger på nogle regionale forskelle i brugen af vejledning og sparring. Tabel 4.1 viser fx, at;

- Over halvdelen af de nordjyske virksomheder benytter væksthuset eller et lokalt erhvervskontor.
- Virksomheder i hovedstadsområdet er hyppigere i dialog med Innovationsfonden i forbindelse med afslag.
- Sjællandske virksomheder søger i mindre grad vejledning end virksomheder i de øvrige regioner.

> *"Vi fik rigtig god vejledning fra Væksthus Nordjylland om ansøgning, indhold og proces. Men derudover brugte jeg mit private og professionelle netværk til at vurdere priser og sådan for udviklingsprojektet. Mange af de informationer blev indhentet før, vi gik i gang med ansøgningen."*
>
> **- Mikrovirksomhed (tilsagn)**

TABEL 4.1. BRUG AF VEJLEDNING OG SPARRING I ANSØGNINGSFASEN, FORDELT PÅ REGION OG AKTØR

	Hoved-staden	Sjælland	Syd-danmark	Midt-jylland	Nord-jylland	I alt
Erhvervsfremmeaktør	27%	6%	30%	36%	55%	31%
GTS-institut	20%	35%	32%	18%	15%	23%
Medarbejder i Innovationsfonden	22%	18%	27%	21%	10%	21%
Dialog med Innovationsfonden ifm. tidligere afslag	20%	6%	11%	10%	5%	12%
Privat rådgiver	12%	6%	5%	8%	0%	7%
Videninstitution	5%	6%	3%	0%	5%	3%
Andre	12%	6%	8%	10%	5%	9%
Ingen vejledning	22%	35%	11%	28%	25%	23%

Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Tabellen er ikke vægtet ift. totalpopulationen pga. statistisk usikkerhed. Det betyder, at resultaterne overvejende bygger på svar fra ansøgere, der har fået tilsagn.

4B: BRUG AF VEJLEDNING I ANSØGNINGSFASEN

Indholdet af vejledningen

Vi har også set på hvilken form for vejledning, virksomhederne typisk modtager.

- Regionale og lokale erhvervsfremmeaktører er ofte med til at drøfte relevansen af at søge InnoBooster, mens GTS-institutter primært vejleder virksomheder i selve ansøgningsfasen, jf. tabel 4.2.
- Der er ikke væsentlig forskel på indholdet af vejledningen på tværs af virksomhedstyper.

Vores kvalitative interviews viser at;

- Erhvervsfremmeaktører ofte er med til at vurdere, om et givent projekt passer til InnoBooster, og om der er en rimelig chance for at opnå en investering fra Innovationsfonden.
- Mange ansøgere benytter fx væksthuskonsulenter som et sæt ekstra øjne i ansøgningsfasen.
- I de tilfælde, hvor et GTS-institut er med i ansøgningen som partner, udarbejder GTS-konsulenten ofte en teknisk beskrivelse af projektet til ansøgningen. Beskrivelsen bruges primært til at forklare idéen og InnoBooster-projektet i ansøgningens faglige beskrivelse.

TABEL 4.2. INDHOLDET AF VEJLEDNINGEN HOS ERHVERVSFREMMEAKTØRER OG GTS-INSTITUTTER

	Erhvervs-fremmeaktør	GTS-institut
Relevansen af at søge InnoBooster (kun tilsagn)	63%	35%
Modning/konkretisering af projektidé	49%	64%
Projektplan og budget	65%	75%
Identifikation af samarbejdspartner	10%	6%
Konkret bistand til at udarbejde ansøgning	86%	85%
Vejledning om ansøgningsprocessen	76%	82%

Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Kun vejledte virksomheder indgår i beregningsgrundlaget.

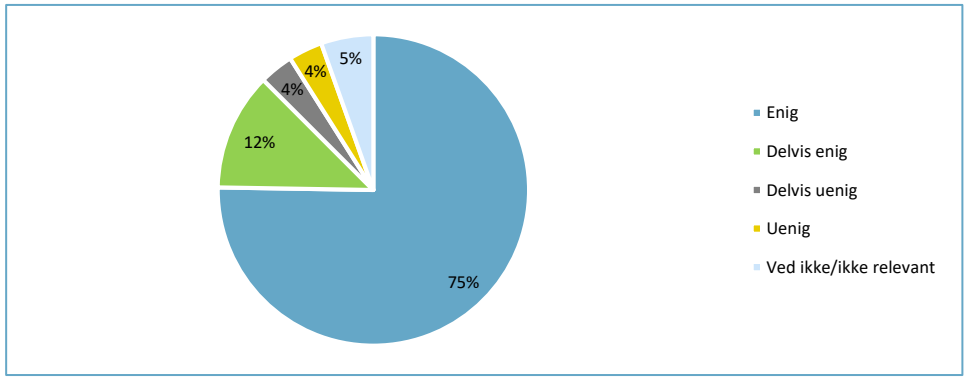
4B: BRUG AF VEJLEDNING I ANSØGNINGSFASEN

Uvildig vejledning med udgangspunkt i virksomhedernes behov

- Blandt de interviewede virksomheder er der generelt *betydelig tilfredshed med kvaliteten* af den vejledning og sparring, de får i ansøgningsfasen.
- I de fleste tilfælde oplever virksomhederne, at vejledningen er uvildig og behovsorienteret – og hjælper dem med at afklare projektet, og/eller hvorvidt de bør søge InnoBooster (se figur 4.5).
- Halvdelen af brugerne er helt enige i, at Innovationsfondens vejledning har hjulpet dem til at afklare relevansen af deres idé i forhold til at søge InnoBooster, mens det gælder for seks ud af ti brugere, der har modtaget vejledning fra en erhvervsfremmeaktør eller et GTS-institut, jf. tabel 4.3.
- Virksomhederne oplever i høj grad, at erhvervsfremmeaktører og GTS-institutter (typisk i form af InnovationsAgenter) er med til at hæve kvaliteten i deres ansøgning (se tabel 4.3).

> *"Den første ansøgning blev afvist med henvisning til, at den var for bredt formuleret – det var ikke konkret og tydeligt, hvad projektet ville. Men om den vejledning, vi fik fra Væksthus Nordjylland, kunne have været meget anderledes, er svært at sige. Konsulenten gjorde det tydeligt fra start, at det var et nåleøje, vi skulle igennem."*
>
> **- Lille virksomhed (afslag og tilsagn)**

FIGUR 4.5. VIRKSOMHEDERNES HOLDNING TIL SPØRGSMÅL OM HVORVIDT VEJLEDNING OG SPARRING HAR VÆRET UVILDIG OG TAGET AFSÆT I DERES BEHOV



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere.

TABEL 4.3. HVAD HJÆLPER DE FORSKELLIGE AKTØRER MED

Andel, der er helt enige i udsagnet; "Vejledning og sparring har hjulpet til..."	"Afklaring af relevans af vores idé/projekt"	"En højere kvalitet i vores ansøgning"
Medarbejder i innovationsfonden	50%	43%
Erhvervsfremmeaktør	59%	72%
GTS-institut	59%	68%

Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Procenterne er udtryk for den andel af virksomhederne, der erklærer sig helt enige i udsagnet. Øvrige aktører (fx private rådgivere og videninstitutioner) er ikke medtaget pga., at for få bruger disse aktører.

4C: BRUGERNES OPLEVELSE AF AFSLAGSPROCEDUREN

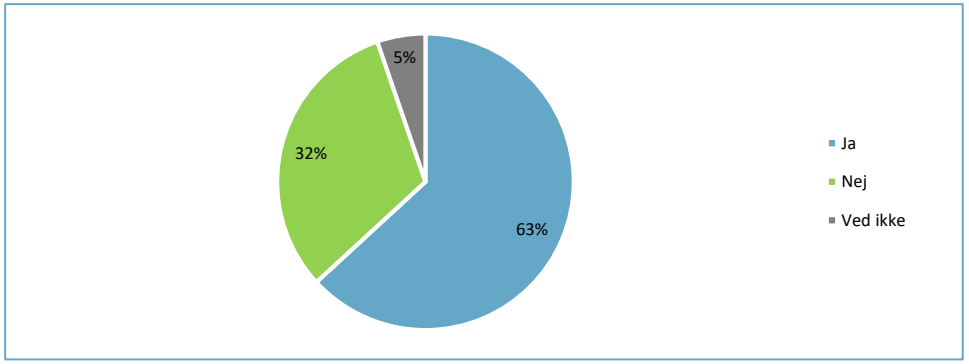
De skriftlige afslag kan opleves kortfattede og ufuldkommene

- Ansøgere, der ikke får tilsagn, får i første omgang et skriftligt afslag. Dette afslag opleves i mange tilfælde som kort og generisk, om end der også er en anerkendelse af, at det peger på områder, hvor der er svagheder i ansøgningen.
- Den gennemgående bemærkning i afslagsbrevet om, at "der kan være flere mangler i ansøgningen" skaber en betydelig usikkerhed hos mange virksomheder. Enkelte virksomheder har oplevet, hvad de opfatter som et utilfredsstillende forløb, hvor de succesfuldt har rettet op på de angivne mangler, men derefter er blevet afvist af årsager, der kunne være påpeget i første afslag.

Muligheden for mundtlig dialog om afslag er værdifuld

- Muligheden for at ringe til fonden og få en uddybende dialog er *værdifuld for stort set alle* de interviewede virksomheder, der har gjort brug af denne mulighed.
- Den mundtlige feedback på ansøgningerne opleves typisk som konstruktiv, saglig og værdiskabende. Interviewene viser også en tendens til, at oplevet værdi og kvalitet af de mundtlige samtaler er steget gennem årene.

FIGUR 4.6. ANDEL AFVISTE ANSØGERE DER REGNER MED AT ANSØGE INNOBOOSTER IGEN



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere.

> *"Vi havde et telefonmøde med sagsbehandleren efter afslaget på godt 20 minutter. Og her fik vi gode, konkrete hints til, hvor der skulle justeres. Det var rigtig godt og tilpas konkret."*
>
> **- Mikrovirksomhed (afslag)**

4D: OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER ⚠

Fintuning af ansøgningsskemaet

- Ansøgningsskemaet er inddelt i temaer med et maksimalt antal tegn pr. tema. Omkring hver 10. af de interviewede virksomheder oplevede, at det var en udfordring, at hvert tema var begrænset. Disse virksomheder efterspørger en øvre grænse for antal tegn for ansøgningen som helhed frem for et maksimum for hvert tema.
- Budgettet kan i nogle tilfælde være vanskeligt at fortolke og udfylde korrekt. Ift. retvisende at angive virksomhedens egne timer i projektet, oplever flere ansøgere (især startups), at det kan være vanskeligt at forudse, hvor mange timer projektet kræver, og hvem de skal udføres af.

Gode ansøgninger som inspiration

- Flere virksomheder efterspørger eksempler på gode ansøgninger, der har fået tilsagn, som inspiration i ansøgningsprocessen på fondens hjemmeside. En række eksempler, der viser vægten mellem de forskellige delelementer i ansøgningsskemaet, kan være hjælpsomme ifølge virksomhederne.

Bedre skriftlig afslagsbegrundelse

- De skriftlige afslagsbegrundelser er som hovedregel korte og generiske, og efterlader ofte virksomheden med en tvivl, om deres ansøgning er langt fra målskiven eller blot behøver præcisering. Der efterspørges en større indsats fra Innovationsfonden for at favne alle svagheder og mangler i ansøgningen i det skriftlige afslag. Alternativt bør det endnu tydeligere fremgå, at virksomheden er velkommen til at få udbybet sit afslag mundtligt, da erfaringen er, at en mundtlig dialog i højere grad hjælper virksomhederne videre.

5. ADMINISTRATION AF INNOBOOSTER-PROJEKTER

5A: RAPPORTERINGSKRAV OG ADMINISTRATION

5B: INNOVATIONSFONDENS TILGÆNGELIGHED OG FLEKSIBILITET

5C: OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

5A: RAPPORTERINGSKRAV OG ADMINISTRATION

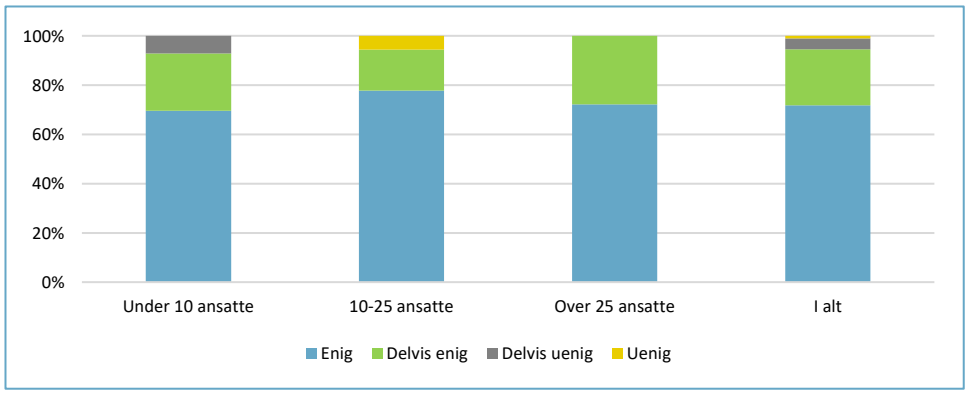
Et program med minimum af administration

Langt de fleste interviewede brugere, der har deltaget i InnoBooster, giver udtryk for, at den administrative byrde knyttet til deltagelse er *beskeden eller minimal*.

- Krav til regnskabsaflæggelse og afrapportering undervejs i projektet findes meget rimelige og overkommelige. Den løbende dokumentation består af oplysninger/bilag, som virksomhederne i forvejen skal indsamle og organisere til egen administration.
- Virksomhederne bruger generelt meget lidt tid på projektadministration, hvilket frigør flere ressourcer til selve projektet.

Mindre end fem procent af virksomhederne er uenige i et udsagn om, at projektadministrationen er enkel og effektiv, jf. figur 5.1.

FIGUR 5.1. ADMINISTRATION AF INNOBOOSTER-PROJEKTET ER ENKEL OG EFFEKTIV



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere.

FAKTA

Krav til virksomheder med et InnoBooster-projekt

Innovationsfondens investering udbetales bagudrettet hver tredje måned. Virksomheder, der får tilsagn, skal i projektforløbet;

- Indsende perioderegnskab hver tredje måned med dokumentation for afholdte udgifter i form af fakturaer*.
- Ved projektafslutning;
  - Aflægge slutregnskab
  - Udfylde online evaluering af forløbet
  - En præsentation af resultater og erfaringer (PowerPoint eller lign.)

InnoBooster-investeringer over 500.000 kr. skal også udarbejde en kort midtvejsrapport og drøfte fremgang i projektet med Innovationsfonden på et møder undervejs i projektet. Der er desuden krav om revisorerklæring ved regnskabsaflæggelse.

Projektadministration foregår online i e-grant via den profil, som virksomheden oprettede i forbindelse med ansøgningen. Via e-grant er det også muligt at anmode om fx forlængelse af projektperioden. Virksomheden bliver notificeret via e-mail, når det er opgaver tilgængelige i e-grant, fx perioderegnskab.

**Hvis virksomheden først ønsker investeringen udbetalt ved projektslutning eller i større rater fx hver sjette måned, er det ikke nødvendigt at indsende perioderegnskab hver tredje måned. Der kan dog tidligst indsendes regnskab tre måneder fra projektstart.*

5A: RAPPORTERINGSKRAV OG ADMINISTRATION

Administrationen er online og overskuelig

- Der er blandt de interviewede virksomheder stor tilfredshed med, at alt er administreret online. Når e-grant systemet er lært at kende, oplever de fleste systemet som en fin platform for projektadministration.
- Mange virksomheder værdsætter den automatiske varsling via e-mail fra e-grant. Virksomhederne har ofte mange andre deadlines at overholde. Et kvartalsvist perioderegnskab kan derfor let overses.

> *"Da ansøgningen var godkendt, fungerede administrationen upåklageligt. Det er et stort plus, at systemet varsler os, når der er opgaver i e-grant. Opgaverne var også overkommelige og pengene blev udbetalt til tiden."*
>
> **- Lille virksomhed (tilsagn)**

Regnskaber kan volde problemer

- Nogle virksomheder har problemer med at forstå og udfylde perioderegnskaberne korrekt. Flere har oplevet at få deres regnskab afvist pga., at en bestemt information skulle have været oplyst i en anden celle. I disse tilfælde trækker godkendelse af regnskabet ud, hvilket har konsekvenser for udbetalingstidspunktet.
- Få virksomheder oplever endvidere, at deres regnskabsskema er kodet forkert, således at projektoplysningerne ikke er retvisende. Det hænger ofte sammen med tidligere godkendte ændringer, der ikke lader til at synkroniseres i systemet.

> *"Alt i alt er vi på en 5'er på 1-5-skalaen over overskuelighed. Man skal lige lære at gennemskue regnearkene. Og når har styr på det, så fungerer det. Der var en god balance mellem tidsforbrug og projektets størrelse. Det var jo et minimalt tidsforbrug."*
>
> **- Mellemstor virksomhed (tilsagn)**

5B: INNOVATIONSFONDENS TILGÆNGELIGHED OG FLEKSIBILITET

InnoBooster er fleksibel overfor ændringer

I løbet af et innovationsprojekt opstår der ofte behov for tilpasninger, eller virksomheden kan støde på uforudsete problemstillinger, der kræver ekstra tid at afsøge eller løse.

Oplevelsen blandt de interviewede virksomheder er, at;

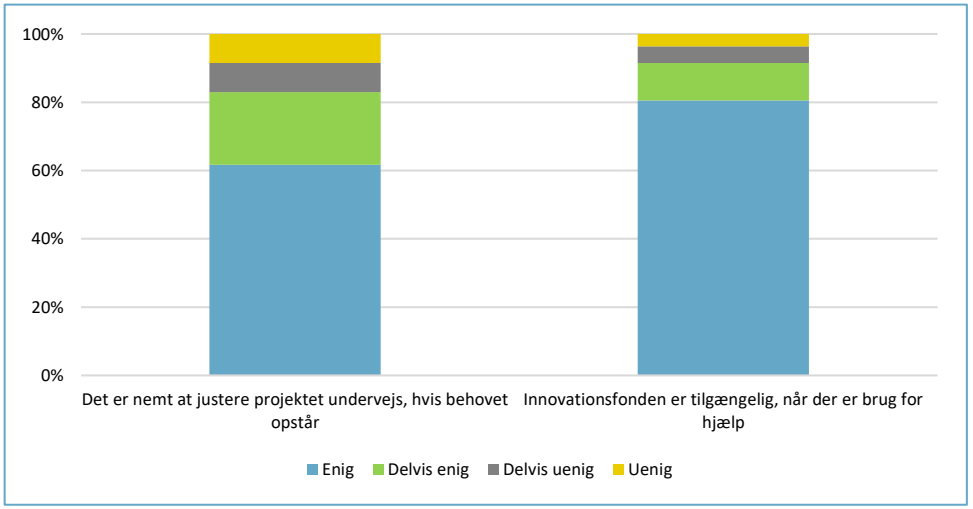
- Der er en stor grad af fleksibilitet og forståelse fra Innovationsfondens side, fx hvis projektet trækker ud.
- Det er nemt at få tilladelse til at justere i budgettet, hvis der fx opstår behov for at allokere ressourcer fra en post til en anden.

I de tilfælde (under 20 procent), hvor brugerne har oplevet det modsatte (se figur 5.2), skyldes det typisk lang sagsbehandling af en online ændringsanmodning (om fx projektforlængelse) eller problemer med, at godkendte ændringer (fx frist for regnskab) ikke synkroniseres i systemet, således at virksomheden rykkes unødigt.

Innovationsfonden er tilgængelig og serviceminded

Størstedelen af de interviewede virksomheder oplever Innovationsfonden og navnlig InnoBooster-teamet som *tilgængelig, serviceminded og imødekommende*, hvis der opstår udfordringer eller spørgsmål undervejs i projektet. Nogle virksomheder savner imidlertid en fast kontaktperson i fonden, der kender deres sag.

FIGUR 5.2. VIRKSOMHEDERNES VURDERING AF INNOBOOSTERS FLEKSIBILITET OG INNOVATIONSFONDENS TILGÆNGELIGHED



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Virksomheder, der ikke har haft brug for at justere i projektet, har typisk svaret "ved ikke" og indgår ikke i de data, der ligger til grund for figuren.

> *"Det er en overraskende fleksibel ordning, hvilket er positivt for udviklingsprojekter, der sjældent lander det intenderede sted. Forløbet trak eksempelvis ud, men det var ikke noget problem at få projektperioden forlænget."*
>
> **- Mellemstor virksomhed (tilsagn)**

5C: OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER ⚠

Likviditetsproblemer for mindre virksomheder

- Enkelte mindre virksomheder oplever likviditetsproblemer, fordi de hyrer nye medarbejdere og/eller betaler en videnleverandør i starten af projektet, men modtager InnoBooster-investeringen bagudrettet. Virksomhederne kan tidligst indsende det første perioderegnskab tre måneder efter projektstart. Derudover går der typisk en måned, før pengene bliver udbetalt, hvis regnskabet godkendes.

Løbende registrering af udgifter frem for perioderegnskab

- Nogle virksomheder efterspørger en online platform til løbende registrering af udgifter, timeforbrug mv. Det ville gøre projektadministrationen endnu mere fleksibel. Virksomhederne kan på den måde registrere timer og udgifter, når de falder frem for kvartalsvis.

Oplysning om status for ændringsanmodninger

- Flere virksomheder har været i tvivl om, hvorvidt en ændringsanmodning sendt via e-grant er modtaget og/eller bliver behandlet. Der er ligeledes usikkerhed om sagsbehandlingstid, da der ikke sendes en notifikation eller blot vises et skærmbillede med information om, at anmodningen er modtaget og vil blive behandlet i løbet af X antal dage.
- Enkelte virksomheder, der har anmodet om ændringer online, har oplevet en langsom sagsbehandling, der i nogle tilfælde først blev igangsat, da virksomheden kontaktede en medarbejder i Innovationsfonden.

6. BENCHMARKING AF INNOBOOSTER

6: BENCHMARKING AF INNOBOOSTER

InnoBooster er meget populær sammenlignet med andre programmer

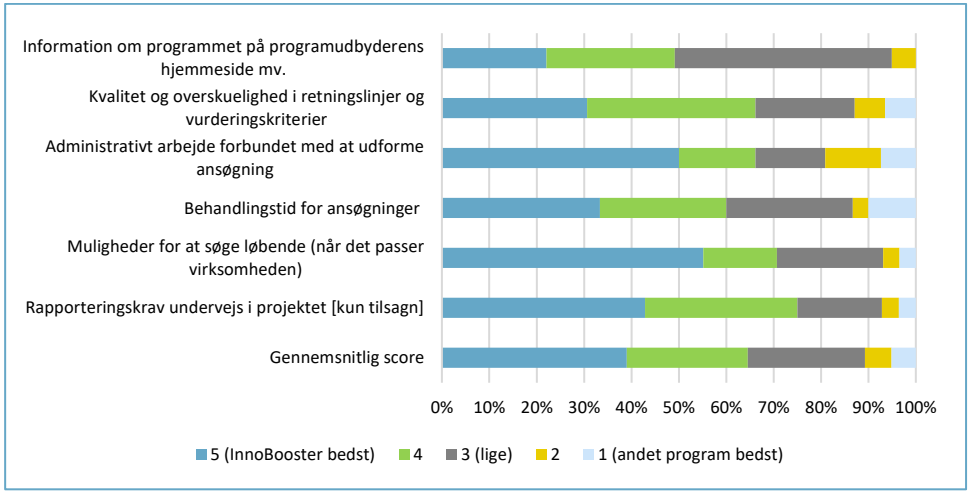
Hvis de interviewede virksomheder inden for de seneste fire år har søgt om tilskud eller finansiering til innovations- og udviklingsprojekter fra andre aktører end Innovationsfonden, blev de bedt om at sammenligne InnoBooster med det andet program på seks områder, som er vist i figur 6.1.

Sammenligningen omfatter en række forhold – fra kvaliteten af programinformationen på hjemmesiden, over det administrative arbejde knyttet til ansøgningen, til rapporteringskrav undervejs i projektet.

Sammenligningen viser;

- At langt størstedelen af brugerne – på alle seks områder – vurderer, at InnoBooster er bedre eller lige så godt som sammenligningsprogrammet.
- At brugerne gennemsnitligt giver InnoBooster den maksimale karakter 5 i fire ud af ti tilfælde (på tværs af områder).
- At to ud af tre brugere angiver, at InnoBooster er nemmere at søge (karakteren 4 eller 5 for administrativt arbejde forbundet med ansøgningen).
- Hvad angår muligheden for at søge, når det passer virksomheden, vurderes InnoBooster mere attraktiv i syv ud af ti tilfælde.
- 75 procent af brugerne vurderer, at InnoBooster har bedre vilkår mht. krav til rapportering undervejs i projektet (karakteren 4 eller 5).

FIGUR 6.1. INNOBOOSTER SAMMENLIGNET MED ANDRE PROGRAMMER SOM VIRKSOMHEDERNE OGSÅ HAR SØGT FINANSIERING HOS



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Antal svar er fra toppen: 59, 62, 68, 60, 58 og 28.

Benchmarking – Sådan gjorde vi

Vi bad samtlige af de virksomheder, der havde erfaring med at søge om tilskud fra andre programmer på innovationsområdet, om at tage udgangspunkt i det projekt/program, som minder mest om InnoBooster mht. tilskuddets størrelse.

Derefter bad vi virksomhederne sammenligne InnoBooster med det andet program på de seks angivne områder. Virksomhederne blev bedt om at vurdere de to programmer på en *skala fra 1-5*, hvor *5 angiver*, at InnoBooster er klart bedre administreret end det andet program, mens *1 angiver*, at det andet program er klart bedre administreret end InnoBooster. *3 angiver*, at InnoBooster og det pågældende program er lige attraktive (eller uattraktive) mht. administration.

6: BENCHMARKING AF INNOBOOSTER

InnoBooster står stærkt over for alle programtyper

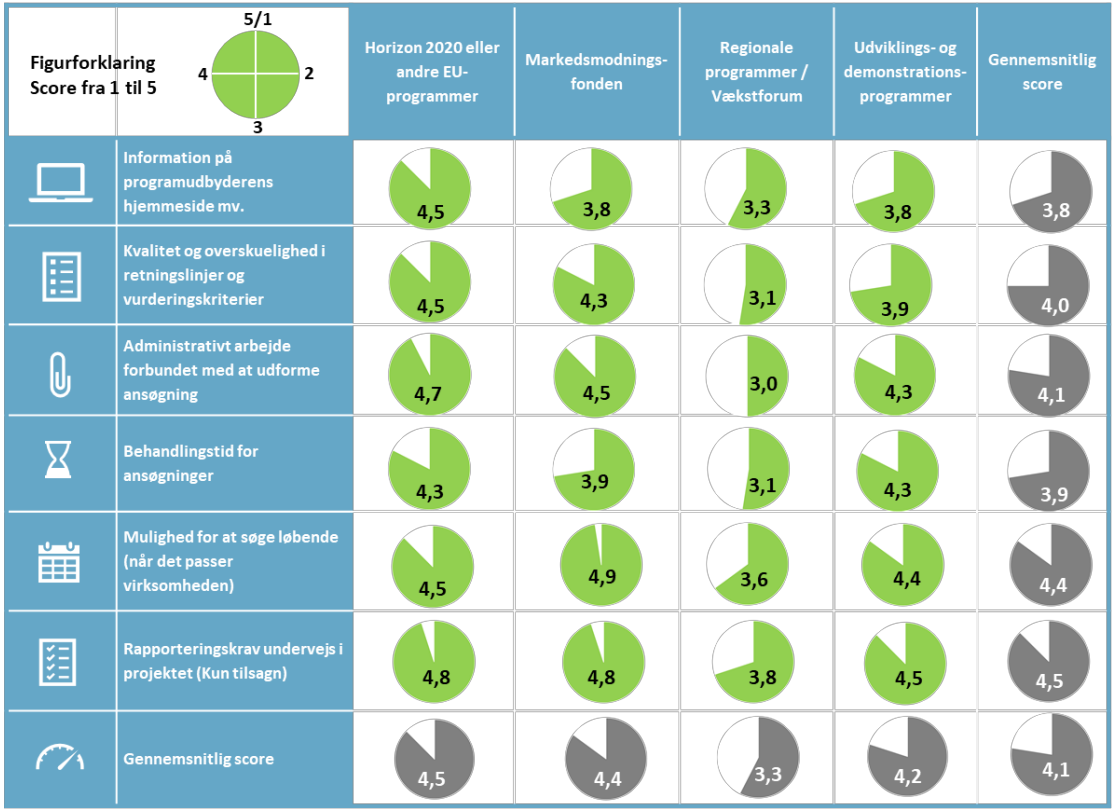
Figur 6.2 er en uddybning af resultaterne fra figur 6.1 på forrige side. Her er svarene opdelt på de forskellige typer af programmer, som brugerne har sammenlignet InnoBooster med. Der skelnes mellem EU-programmer, Markedsmodningsfonden, regionale programmer og Udviklings- og Demonstrationsprogrammer (GUDP, MUDP og EUDP).

Figuren viser den gennemsnitlige score for InnoBooster holdt op mod de respektive programtyper. En fyldt cirkel svarer til en score på 5 og indikerer, at InnoBooster opleves som klart bedst administreret/mest attraktiv, mens en tom cirkel svarer til en score på 1, og betyder, at sammenligningsprogrammet opleves som klart bedst administreret/mest attraktivt.

Det fremgår, at InnoBooster står stærkt i forhold til alle typer af programmer. Kun de regionale programmer fremstår tilnærmelsesvis lige så attraktive, om end InnoBooster overgår disse på specielt rapporteringskrav.

Resultaterne i figur 6.2 skal dog fortolkes med varsomhed, da de relativt få observationer i hver gruppe medfører en vis statistisk usikkerhed.

FIGUR 6.2. INNOBOOSTERS ATTRAKTIVITET SAMMENLIGNET MED FIRE ANDRE PROGRAMMER ELLER FONDE SOM VIRKSOMHEDERNE OGSÅ HAR SØGT FINANSIERING HOS



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Eurostars er ikke inkluderet. Antal svar for hvert program er fra venstre: 12, 15, 11 og 9 (i alt = 47).

6: BENCHMARKING AF INNOBOOSTER

Hvorfor scorer InnoBooster så højt?

Sammenlignet med andre programmer, der også yder støtte til innovations- og udviklingsprojekter i SMV'er, er brugerne således generelt mere positive over for den måde, InnoBooster administreres på.

Ud fra vores interviews blandt brugerne og erhvervsfremmeaktører kan vi konkludere, at dette bl.a. hænger sammen med, at;

- Ansøgningsprocessen opleves betydelig mere overskuelig i InnoBooster end de fleste øvrige programmer, og projektadministrationen er skåret ned til et minimum. Det skal dog bemærkes, at nogle af de adspurgte virksomheder har taget udgangspunkt i et program/projekt, hvor det ansøgte beløb har været væsentlig højere, end rammerne for InnoBooster muliggør. I disse tilfælde stilles der naturligt flere krav til rapportering og dokumentation.
- Der er en oplevelse af, at InnoBoosters administration er designet med afsæt i, at det skal være let tilgængeligt for virksomhederne. Programmet er "i øjenhøjde", som nogle virksomheder udtrykker det. Omvendt opleves administration af nogle af sammenligningsprogrammerne som designet med afsæt i en bureaukratisk/administrativ tankegang.
- En del virksomheder udtrykker sig meget skeptisk over for EU-programmer, der opleves som administrativt tunge.

> *"Andre aktører kan godt tage ved lære af InnoBooster. De har grebet opgaven korrekt an ved at gøre systemet glat og overskueligt."*
>
> **– Lille virksomhed (tilsagn)**

> *"InnoBooster er meget nem at tilgå og virksomhedsorienteret. Virksomhederne er ofte ikke interesserede, hvis programmerne er for besværlige at søge og tunge at administrere. Det er i hvert fald ikke tilfældet med InnoBooster."*
>
> **– Konsulent i innovationsnetværk**

> *"Programmet er meget attraktivt. Det er ikke store summer - og heller ikke summer, der dækker hele behovet - men InnoBooster er de mest risikovillige, der er på markedet. Og det gør en kæmpe forskel for os."*
>
> **– Mikrovirksomhed (tilsagn)**

> *"InnoBooster er en sindssyg smidig og god ordning sammenlignet med EU-programmer og de fleste andre statslige programmer på innovationsområdet. Den er meget let at formidle, og det er stor fordel, at det er så nemt at udarbejde en ansøgning."*
>
> **– Konsulent i klyngeorganisation**

7. SAMSPILLET MED REGIONER OG ERHVERVSFREMME-AKTØRER

7A: INNOVATIONSFONDENS REGIONALE INDSATS

7B: BRUGERNES BEHOV FOR OPFØLGNING PÅ INNOBOOSTER PROJEKTER

7C: OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

7A: INNOVATIONSFONDENS REGIONALE INDSATS

Tre medarbejdere placeret i vestdanske væksthuse

Innovationsfonden har i forlængelse af regeringens strategi "Vækst og udvikling i hele Danmark" etableret sig i tilknytning til væksthusene tre steder i Danmark. Ved fysisk tilstedeværelse i Region Syddanmark, Region Midtjylland og Region Nordjylland er Innovationsfondens mål med den regionale indsats at;

- Udbrede kendskab til og brug af Innovationsfonden.
- Skabe større synergi mellem fondens og lokale tilbud til brugerne.
- Lokale interessenter og brugere i højere grad involveres i fondens tiltag.

Initiativet betyder, at der er placeret en medarbejder fra Innovationsfonden;

- Den 1/9-2016 i Region Midtjylland.
- Den 1/2-2017 i Region Syddanmark.
- Den 1/7-2017 i Region Nordjylland.

> *"Vi har haft stort gavn af at kunne trække på René. Det styrker helt sikkert virksomhedernes interesse for InnoBooster, at de får informationen direkte fra Innovationsfonden på diverse arrangementer i regionen. Samtidig er vi selv kommet tættere på fonden og kan dermed bedre vejlede virksomhederne."*
>
> **– Konsulent i det midtjyske erhvervsfremmesystem**

FAKTA

Om indsatsen og de regionale medarbejdere

Fondens medarbejdere i de tre regioner indgår bl.a. i følgende aktiviteter;

- Oplæg om fondens virkemidler på diverse virksomhedsarrangementer (fx gå-hjem-møder hos lokale erhvervsråd, klyngeorganisationer, i væksthuse).
- Oplæg og uformel sparring med konsulenter i erhvervsfremmesystemet, herunder samtaler med fokus på årsager til afslag på konkrete ansøgninger.
- Samarbejde om udformning og implementering af tilbud til brugerne.
- Etablering af overblik over igangsatte innovations- og udviklingsprojekter med henblik på bedre opfølgning hos brugerne.
- Indsamling af viden om brugeres og erhvervsfremmeaktørers erfaringer med fondens aktiviteter og virkemidler.

Et særligt fokus på InnoBooster;

- De tre medarbejdere er tilknyttet Innovationsfondens InnoBooster-team og har dermed dybt kendskab til praksis.
- De deltager i møder, er med til at evaluere ansøgninger, bidrager til telefonisk vejledning og gennemfører afslagssamtaler i de tre regioner.
- De afholder midtvejsmøder med større InnoBooster-projekter, således at møder kan foregå hos virksomheden (fremfor i København).
- De sidder i kontormiljøer i væksthusene. Enten sammen med væksthuskonsulenter eller andre repræsentanter fra statslige aktører (fx Eksportrådet og Vækstfonden).

7A: INNOVATIONSFONDENS REGIONALE INDSATS

Erhvervsfremmeaktørerne har stor fokus på InnoBooster

Vi har interviewet væksthuse, lokale erhvervsserviceoperatører, innovationsagenter og klyngeorganisationer i Midtjylland og Syddanmark. Interviewene viser, at;

- InnoBooster de fleste steder opfattes som et nøgleprogram, som ofte bringes i spil i dialogen med virksomhederne om behov, udfordringer og potentialer.
- Specielt InnovationsAgenter og Væksthuse har mange forløb, hvor SMV´er hjælpes med afklaring og ansøgning i forbindelse med projekter, der falder inden for InnoBoosters fokusområde (jf. afsnit 4).
- InnoBoosters fleksible design, korte sagsbehandling, simple administration gør det nemt at "sælge" InnoBooster til virksomhederne. Det er ifølge mange af de interviewede erhvervsfremmeaktører med til at gøre vejledningen af virksomhederne mere behovsdrevet.
- Nogle aktører (især lokale erhvervsråd) har brug for større indsigt i, hvad der karakteriserer projekter med store muligheder for at opnå tilsagn. Det medvirker til en vis tilbageholdenhed i at præsentere virksomheder for InnoBooster.

FAKTA

Services i erhvervsfremmesystemet

De interviewede erhvervsfremmeaktører bruger typisk meget tid på at hjælpe InnoBooster-ansøgere. Der tilbydes fx vejledning og sparring på følgende områder;

- Generel information om InnoBooster.
- Vurdering af idé og muligheder for at opnå tilskud (fx vurdering af videnhøjde og kommercielt potentiale).
- Hjælp til at læse og forstå vejledning og retningslinjer.
- Projektmodning og konkretisering af de forskellige elementer i projekter.
- Udarbejdelse af budget.
- Identifikation af mulige samarbejdspartnere.
- Sparring i forbindelse med udarbejdelse af ansøgninger. Fx hjælp til at komme i gang, drøftelse af projektbeskrivelsen (hvad der skal stå) og feedback på udkast til ansøgninger.
- Udarbejdelse af business case.
- Vejledning i brug af e-grant.
- Pitchtræning ved større projekter (alene klynger/netværk).

7A: INNOVATIONSFONDENS REGIONALE INDSATS

Den regionale indsats kan løfte kvaliteten af erhvervsfremmeydelserne markant

Der er allerede tegn på, at Innovationsfondens nye regionale tilstedeværelse har løftet kvaliteten af den regionale erhvervsfremmeindsats.

Flere interviewede erhvervsfremmeaktører oplever et løft i egne kompetencer og i evnen til at yde iværksættere og virksomheder sparring på højt niveau. Det gælder særligt i forhold til InnoBooster, som er det vigtigste af Innovationsfondens virkemidler i forhold til indhold og målgruppe i den regionale erhvervsfremmeindsats.

De interviewede erhvervsfremmeaktører værdsætter især følgende;

- Muligheden for at drøfte eksempler (fx afviste ansøgninger) med fondens medarbejdere.
- Den lettere adgang til Innovationsfonden – og dermed en hurtigere opdatering om nye tiltag og justeringer i praksis i Innovationsfonden.
- Mulighederne for at engagere Innovationsfondens medarbejdere til at holde oplæg på virksomhedsarrangementer.

Summen af dette er, at 1) det er lettere at nå ud til virksomhederne, 2) konsulenter bliver bedre til at vurdere et projekts relevans og mulighed for tilsagn, 3) virksomhederne kan få mere kvalificeret sparring på både projekt og ansøgning.

Indsatsen skal favne flere aktører

Der er fortsat en række erhvervsfremmeaktører, der ikke eller kun i begrænset omfang har været i kontakt med de regionale medarbejdere. Her er effekterne naturligvis endnu begrænsede. Der ligger således en opgave i yderligere at udbrede den regionale indsats.

Også i denne gruppe er der forventninger om, at et tættere samspil med fonden kan øge værdien af den virksomhedsrettede indsats.

> *"Vi er blevet skarpere på, hvad der sker i Innovationsfonden, hvad fonden lægger vægt på og på at give virksomhederne feedback på deres idéer og ansøgninger."*
>
> **- Konsulent i væksthus**

> *"Vi er lidt tilbageholdne med at foreslå InnoBooster. Vi ved, at hitraten er lav, og vi føler os ikke godt nok klædt på i forhold til, hvad Innovationsfonden lægger vægt på i en ansøgning. Vi har hørt om den nye medarbejder, men troede blot at det var en ekstra ressource til Væksthuset."*
>
> **– Konsulent i lokalt erhvervsråd**

7B: BRUGERNES BEHOV FOR OPFØLGNING PÅ INNOBOOSTER-PROJEKTER

Erhvervsfremme kan også være relevant efter InnoBooster

De fleste virksomheder efterspørger ikke vejledning og sparring, når først projektet er på skinner og senere afsluttes.

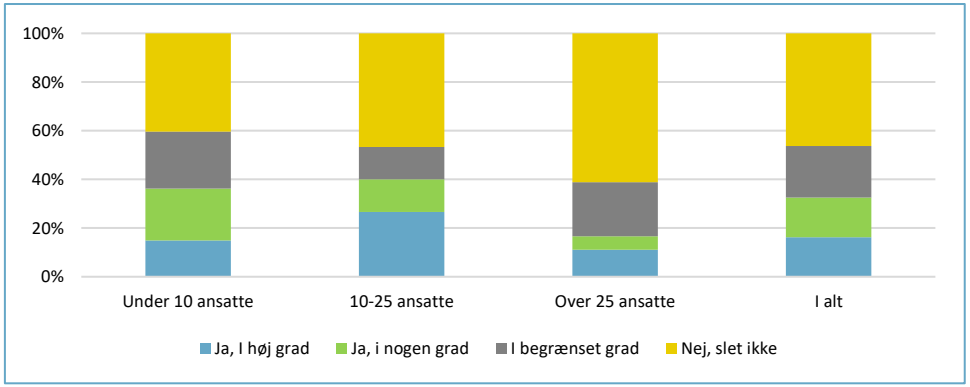
Men specielt mindre virksomheder oplever udfordringer efter projektets afslutning. Typisk fordi de mangler kompetencer og/eller kapital til at kommercialisere resultaterne. Det kan fx være i forbindelse med;

- Markedsføring, markedsanalyser og internationalisering.
- Udarbejdelse af go-to-market strategier.
- Rekruttering af nye medarbejdere med relevante kompetencer.
- Test, dokumentation, mv.

Omkring 30 procent af InnoBooster-brugerne har i høj eller nogen grad udfordringer ved projektafslutning, der skal løses for at udnytte potentialet, jf. figur 7.1. To ud tre i denne gruppe finder det vigtigt at have adgang til uvildig sparring fra erhvervsfremmeaktører. Se figur 7.2.

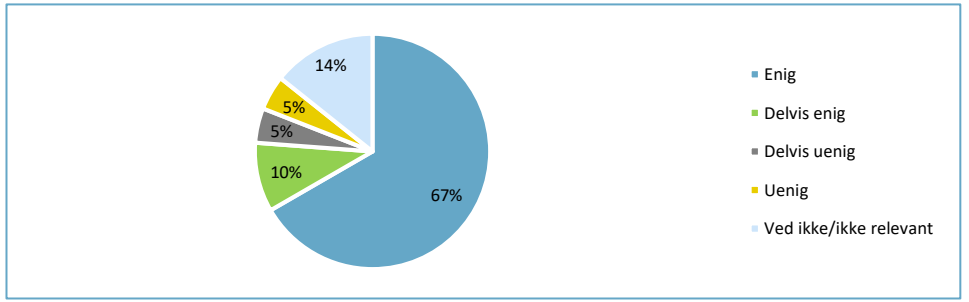
> *"InnoBooster-forløbet betød, at vi er kommet et stort skridt videre. Det er nu markedsmodning af produktet, som er en udfordring. Det er altid svært, når der er tale om et helt nyt forretningsområde."*
>
> **– Lille virksomhed (tilsagn)**

FIGUR 7.1. ANDEL VIRKSOMHEDER DER OPLEVER UDFORDRINGER MED AT IMPLEMENTERE ELLER KOMMERCIALISERE RESULTATER AF INNOBOOSTER



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Data omfatter kun afsluttede og næsten afsluttede InnoBooster-projekter.

FIGUR 7.2. HOLDNING TIL HVORVIDT DET ER VIGTIGT AT HAVE ADGANG TIL UVILDIG SPARRING FRA ERHVERVSFREMMEAKTØRER EFTER INNOBOOSTER



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Data omfatter kun virksomheder, der har svaret i høj/nogen grad til spørgsmålet i figur 7.1.

7B: BRUGERNES BEHOV FOR OPFØLGNING PÅ INNOBOOSTER-PROJEKTER

Opfølgningen kan forbedres og systematiseres

De fleste virksomheder med udfordringer efter projektafslutning vurderer, at adgangen til uvildig sparring bør styrkes. Det vil sige være bedre, end de oplever den i dag.

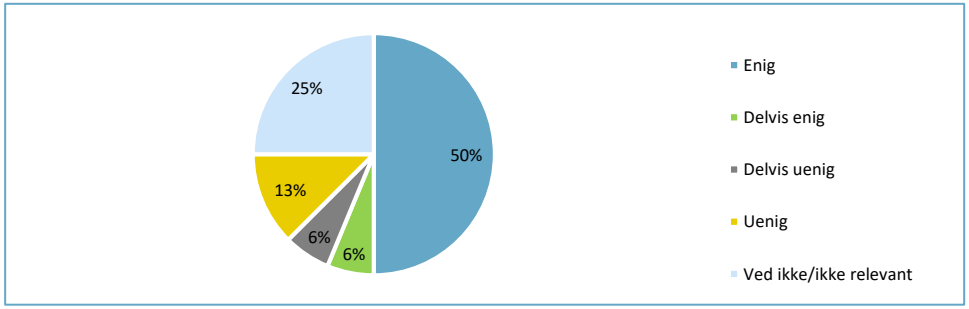
- Kun 19 procent af virksomhederne uenige i dette spørgsmål, jf. figur 7.3.
- På et andet spørgsmål erklærer kun 25 procent sig enige i, at de rent faktisk har adgang til uvildig sparring på et kvalificeret niveau.

Der er med andre ord indikationer af, at adgangen til kvalificeret sparring i erhvervsfremmesystemet opleves bedre før end efter InnoBooster-projekter.

De interviewede erhvervsfremmeaktører (samt Innovationsfondens egne medarbejdere) peger selv på, at indsatsen kan styrkes gennem;

- Udveksling af information og data mellem Innovationsfonden og fx væksthusene om igangværende projekter og forventet slutdato.
- Opsøgende kontakt til virksomheder, der er tæt på afslutning.
- Digital vejledning om typiske tilskuds- og rådgivningsmuligheder i forbindelse med go-to-market strategier for afsluttede InnoBooster-projekter.

FIGUR 7.3. VIRKSOMHEDERS HOLDNING TIL AT DER ER BEHOV FOR AT STYRKE ADGANGEN TIL UVILDIG SPARRING EFTER INNOBOOSTER



Kilde: Interviewundersøgelse blandt InnoBooster-ansøgere. Note: Data omfatter kun virksomheder, der har svaret i høj/nogen grad til spørgsmålet i figur 7.1.

> *"Efter projektet havde vi udviklet vores produkt, men vi savner stadig sparring om det næste skridt. Det er tidskrævende, svært og dyrt at kommercialisere, og der er ikke meget hjælp at hente."*
>
> **– Lille virksomhed (tilsagn)**

> *"Det er ikke helt så tydeligt, hvor man skal gå hen som virksomhed med sit produkt, hvis man ønsker hjælp til kommercialisering. Her ophører Innovationsfondens værdikæde."*
>
> **– Lille virksomhed (tilsagn)**

7C: OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER ⚠

Udbredelse af ambassadørrollen

- Der er i Region Midtjylland og Syddanmark endnu forskelle på, hvordan samarbejdet med og adgang til fondens regionale medarbejdere opleves blandt de interviewede erhvervsfremmeaktører.
- Flere peger på, at det bør være en ambition at udbrede kendskabet til Innovationsfondens virkemidler i *hele* erhvervsfremmesystemet. Flere fælles arrangementer i de enkelte regioner kan være en vej til dette.

Udveksling af data om brugere af Innovationsfondens virkemidler

- Sammenhæng og sømløshed i erhvervsfremmesystemet kan øges, hvis Innovationsfonden deler data og information om igangværende projekter.
- Flere foreslår, at deling af data og information om projekter kan være et område, der prioriteres på de møder, som Innovationsfonden holder med væksthusenes medarbejdere i de vestdanske regioner.

Brug af eksterne videnleverandører

- Modsat tidligere ordninger er det ikke et krav, at virksomhederne skal samarbejde med videninstitutioner. Det skaber større fleksibilitet og sikrer, at de offentlige midler også kan anvendes til at styrke opbygningen af in-house kompetencer, jf. afsnit 4.
- Det er dog i *nogle* tilfælde relevant at udfordre virksomhederne på, om de i større grad skal inddrage videninstitutioner (fx universiteter) i projekterne. Innovationsfonden kan evt. indgå i en dialog med de forskellige aktører i erhvervsfremmesystemet, om dette tema i højere grad kan indgå i den uvildige sparring med potentielle InnoBooster-ansøgere.

BILAG. METODE

A: STIKPRØVE, SVARPROCENT OG VÆGTNING

BILAG A. STIKPRØVE, SVARPROCENT OG VÆGTNING

Design af stikprøven

Stikprøven er generelt designet, så den matcher den samlede population af InnoBooster-ansøgere ift. virksomhedsstørrelse og fagområde.

Udvælgelsessandsynligheden er dog større for virksomheder, der har fået tilsagn for at sikre et tilstrækkeligt antal svar fra virksomheder, der har deltaget i InnoBooster-projekter.

Geografisk har vi prioriteret en ligelig fordeling af respondenter fra de fem regioner for at kunne foretage regionale sammenligninger. Det betyder højest udvalgssandsynligheden i Region Sjælland og lavest i Region Hovedstaden.

Stikprøven består hovedsageligt af 3. versions-InnoBoostere (se afsnit 2A), da vi primært ønsker at evaluere den nuværende administration. Der er dog også cirka 20 procent 1. versions-InnoBoostere med i stikprøven for også at kunne indhente information om evt. udfordringer knyttet til opfølgning på InnoBooster-projektet.

De dele af rapporten, der vedrører InnoBoosters ansøgningsproces og administration baserer sig kun på data fra 3. versions-InnoBoostere. Hermed analyseres kun det nuværende InnoBooster setup.

Begge generationer er dog medtaget i temaer, hvor det ikke har betydning, at InnoBooster setuppet er ændret, fx spørgsmålet om hvem der introducerede virksomheden til InnoBooster.

Stikprøven dækker ansøgninger fra 2015-2017. Stikprøven afviger sammensætningsmæssigt lidt fra hele populationen i 2015 og 2017 (jf. øverste tabel). Det skyldes som nævnt ønsket om primært at evaluere det nuværende InnoBooster-setup.

Interviewundersøgelse og svarprocent

I alt blev 374 virksomheder inviteret til at deltage i undersøgelsen (jf. nederste tabel). 154 virksomheder valgte at deltage – svarende til en svarprocent på 48 (fratrukket inaktive e-mails mv.). I tilfælde af, at samme virksomhed har ansøgt flere gange, tager interviewet udgangspunkt i nyeste *tilsagn eller afslag*.

STIKPRØVENS FORDELING I FORHOLD TIL POPULATION (2015-2017)

	2015	2016	2017
Stikprøve	13%	46%	41%
Hele populationen	20%	50%	30%

UDSENDTE INVITATIONER OG SVARPROCENT MV.

	Tilsagn	Afslag	I alt
Udsendte invitationer	225	149	374
Inaktive e-mails	5	12	17
Respondenter, der ønskede at blive taget ud af populationen	17	38	55
Samlet respondentpopulation	208	111	319
Antal besvarelser	115	39	154
Svarprocent	**55%**	**35%**	**48%**

BILAG A. STIKPRØVE, SVARPROCENT OG VÆGTNING

Statistisk usikkerhed og vægtning

På grund af ønsket om en stor andel tilsagn i stikprøven er der som nævnt uoverensstemmelse mellem stikprøve og population på denne parameter (jf. øverste tabel). Derfor er alle opregninger til den samlede population af deltagere eller ansøgere efterfølgende vægtet på en måde, hvor summerne afspejler den samlede populations sammensætning på hhv. tilsagn og afslag.

Derudover har vi vurderet behovet for at vægte i forhold til regionstilhørsforhold, idet udvalgssandsynligheden som nævnt er større for nogle regioner. Det har vi dog undladt, da variationerne i resultaterne på tværs af regioner er mindre end de statistiske usikkerheder på resultaterne fra hver region.

Design af dataindsamling

Som beskrevet i afsnit 2B består data af både semi- og strukturerede interviews. I alt er 61 interviews foregået som semistrukturerede interviews med åbne spørgsmål, mens de resterende 93 interviews er blevet foretaget som strukturerede med lukkede spørgsmål (jf. nederste tabel). Der er derfor udarbejdet fire forskellige interviewguides til virksomhederne.

Balancen mellem semi- og strukturerede interviews sikrer, at rapporten både indeholder 1) kvantitative data, hvor det også er muligt at sammenligne virksomhedernes vurderinger for forskellige virksomhedstyper og på tværs af landet, 2) mere dybdegående kvalitative vurderinger af virksomhedernes oplevelse af Innovationsfondens tilgængelighed, administration, mv.

De 61 virksomheder, der har fået semistrukturerede interviews, har også besvaret de strukturerede spørgsmål. Hver virksomhed har haft deres egen tilgang til at bruge InnoBooster, lige som nogle virksomheder ikke har været involveret i dele af processen. Derfor har vi i en række tabeller og figurer taget virksomheder, der svarer "ved ikke" og/eller "ikke relevant", ud af datagrundlaget. Det er gjort i de tilfælde, hvor "ved ikke" eller "ikke relevant" vurderes som datastøj.

Derudover er der gennemført *15 telefoninterviews* med erhvervsfremmeaktører fra væksthuse, lokale erhvervsråd, klynger/netværk, Godkendte Teknologiske Serviceinstitutter mv. samt med Innovationsfondens to medarbejdere i Region Midtjylland og Region Syddanmark. Målet med disse har især været at evaluere betydningen af Innovationsfondens regionale tilstedeværelse i Vestdanmark.

FORDELING MELLEM TILSAGN OG AFSLAG FOR STIKPRØVE OG POPULATION

	Antal (stikprøve)	Andel (stikprøve)	Andel (population)
Tilsagn	115	75%	29%
Afslag	39	25%	71%
I alt	154	100%	100%

FIRE TYPER INTERVIEWS

	Antal (stikprøve)	Andel (stikprøve)
Tilsagn – semistrukturerede interviews	45	29%
Tilsagn - strukturerede interviews	70	45%
Afslag - semistrukturerede interviews	16	10%
Afslag - Strukturerede interviews	23	15%