

BILAG 23

Bornholms Vækstforum

30. september 2013



TEKNOLOGISK
INSTITUT

CRT

Vækstanalyse Bornholm

September 2013

Titel:

Vækstanalyse Bornholm

Udarbejdet af:

Teknologisk Institut, Analyse og Erhvervsfremme, Gregersensvej 1, 2630 Taastrup
CRT – Center for Regional- og Turismeforskning, Stenbrudsvej 55, 3730 Nexø

Udarbejdet for:

Bornholms Vækstforum

Kontaktperson:

Karen-Margrethe Hansen Bager, Bornholms Vækstforumsekretariat

23. september 2013

Forfattere:

Leif Henrik Jakobsen – Teknologisk Institut
Tage Petersen og Anders Hedetoft – CRT

ISBN-nummer:

Indholdsfortegnelse

1. Sammenfatning og konklusion	4
2. Indledning	7
3. Den bornholmske erhvervsstruktur og arbejdsmarked.....	8
3.1. Den bornholmske beskæftigelsesudvikling	8
3.2. Arbejdskraftsbalancer	11
4. Virksomhedernes greb om vækstudfordringerne.....	14
4.1. Indledning.....	14
4.2. Virksomhedernes afsæt for at skabe vækst og udvikling.....	14
4.3. Erhvervslivets udfordringer og udviklingsbarrierer	17
4.4. Strategier til sikring af viden og kompetencer	23
5. Det bornholmske erhvervsliv – sammen er vi stærke?.....	30
5.1. Deltagelse i Vækstforuminitiativer	30
5.2. De ikke-deltagende virksomheder	31
5.3. De deltagende virksomheder	32
6. Erhvervsøkonomisk vækst på Bornholm	36
6.1. Vækst gennem innovation	36
6.2. Vækst gennem nye virksomheder.....	38
6.3. Erhvervsøkonomisk vækst på Bornholm	41
7. Erhvervsudviklingsstrategi 2011-2014	45
7.1. Ressourcer og rammer for Bornholms Vækstforum	46
7.2. Vækstforums arbejde – hvordan er opgaven løst?	46
7.3. Den Regionale Erhvervsudviklingsstrategi <i>Bright Green Island</i>	49
7.4. Realiseringen af strategien	49
7.5. Hvad er der indtil videre kommet ud af indsatsen?	56
8. Hvor marked og politik mødes.....	58
8.1. Kapacitetsopbygning af virksomheder	60
8.2. Incitamentter til udvikling af virksomheder	61
8.3. Offentlig-privat samspil – det offentlige også som drivkraft	62
Litteraturliste	64
Bilag 1: Metode	65
Bilag 2: Specialiseringsindeks.....	67
Bilag 3: Supplerende tabeller	69

1. Sammenfatning og konklusion

Vækstforum Bornholm står foran udarbejdelse af en ny erhvervsudviklingsstrategi for Bornholm og har i den anledning efterlyst ny opdateret indsigt om erhvervsudviklingen på Bornholm.

Formålet med "Vækstanalyse Bornholm" er at tilvejebringe ny viden om de udfordringer og behov, som de bornholmske virksomheder står overfor, og vurdere, hvordan erhvervslivets udfordringer hidtil har været og fremover kan afspejle sig i udformningen af den bornholmske erhvervsudviklingsstrategi.

Vækst under pres

Vækst i de bornholmske virksomheder vil i sidste ende afspejle sig i den samlede økonomiske udvikling for øen. Ved at studere de overordnede økonomiske nøgletal, som relaterer sig til erhvervs- og arbejdsmarkedsudviklingen på Bornholm, tegner der sig en stadig mere kritisk økonomisk situation, som kort kan opsummeres, som følger:

- En forstærket befolkningsafvikling – ikke mindst blandt unge, der søger bort for at få bedre uddannelses- og jobmuligheder andre steder.
- Et potentielt arbejdskraftproblem – for nærværende forekommer der arbejdsløshed, men flere virksomheder melder om problemer med at rekruttere især medarbejdere med mere specialiserede kompetencer. En fremskrivning af arbejdskraftbalancen peger tillige på arbejdskraftunderskud inden for en lang række uddannelsesområder.
- Lav og faldende produktivitet – sammenlignet med tilsvarende virksomheder i landet som helhed er produktiviteten lav, og den har tilmed været faldende de seneste 10 år.

Alt i alt peger dette i retning af, at det økonomiske fundament, som Bornholm står på, gradvist bliver forringet.

Virksomhedernes forudsætninger for at skabe vækst

Tegn på mangel på kvalificeret arbejdskraft står imidlertid ikke alene. Mange af de bornholmske virksomheder må også bygge deres udvikling og vækst på svage forudsætninger. Dels ved at de har få organisatoriske ressourcer, dels ved at de mangler et "drive" for vækst – eller kort sagt har svage vækstambitioner, som typisk bunder i den vækst eller ledelseskultur, som er i virksomhederne.

Af alle virksomheder med mere end to ansatte er det 15 pct. af virksomhederne, som både har stærke organisatoriske ressourcer og vækstambitioner. Disse virksomheder råder over to af de tre organisatoriske egenskaber som en nedskrevet forretningsplan, en professionel bestyrelse eller har en akademiker ansat. Endelig har disse virksomheder vækstambitioner, som efter eget udsagn ligger over branchen som helhed. Disse virksomheder er her benævnt som "kan OG vil"-virksomheder.

46 pct. af virksomhederne har enten færre organisatoriske ressourcer eller lavere vækstambitioner og er benævnt som "kan ELLER vil"-virksomheder. Endelig har 40 pct. af virksomhederne både færre ressourcer og lavere vækstambitioner. Disse virksomheder benævnes som "HVERKEN kan ELLER vil"-virksomheder.

Dette er det grundlæggende udgangspunkt for opstilling af den regionale erhvervsudviklingsstrategi for Bornholm.

Vækstanalysen viser, at "kan OG vil"-virksomheder på alle fronter gør det bedre – både i forhold til forretningsudvikling og innovation samt på de økonomiske parametre som fx stigning i omsætning og beskæftigelse. De øvrige virksomheder med svagere forudsætning udgør således et indsatsområde for potentielt at styrke væksten på Bornholm.

Nu er det ikke sådan, at alle virksomheder kan forventes at udvikle sig til "kan OG vil"-virksomheder. Men i forhold til landet som helhed ligger de bornholmske virksomheder imidlertid på et lavere niveau.

Vækstinitiativer i virksomheder

"Kan OG vil"-virksomhedernes succes kan givetvis henføres til deres evne til at tage hånd om egne problemer og udfordringer – fx gennem investering i efteruddannelse, igangsættelse af interne udviklingsprojekter eller ansættelse af nye medarbejdere. Deres succes beror også på at hente ny viden til virksomheden gennem dialog med kunderne (som oftest befinder sig uden for Bornholm) eller ved brug af rådgivere.

Udfordringen for virksomhedernes brug af rådgivere og søgen efter ny viden er, at de nok kan finde en række rådgivere – rådgivningstilbud – på Bornholm, men mange virksomheder – og især "kan OG vil"-virksomheder – står over for mere unikke eller specielle problemer, som kræver særlige forudsætninger at løse. Omkring halvdelen af alle bornholmske virksomheder har således selv taget kontakt til rådgivere uden for Bornholm, bl.a. fordi de bornholmske tilbud ikke matcher deres behov. Og dette kan også gælde de tilbud, som findes i regi af Væksthuset og Business Center Bornholm.

Blandt de virksomheder, som benytter lokale initiativer inden for erhvervs- og virksomhedsudvikling, tilkendegiver:

- 40 pct., at det **i høj grad** er let at få information om de tilbud, der er på Bornholm.
- Knap 20 pct., at de lokale erhvervsfremmeaktører **i høj grad** har fokus på problemstillinger, som er af væsentlig betydning for deres virksomhed.
- Knap 15 pct., at disse initiativer **i høj grad** har bidraget til udvikling af deres virksomhed.

Flere af de interviewede virksomheder understøtter billedet af, at det er en udfordring at finde tilbud, der matcher deres behov.

Vækst gennem den regionale erhvervsudviklingsstrategi

Flere af de initiativer, der er igangsat gennem Vækstforum, har fokus på specifikke brancher eller potentielle vækstområder. Med dette fokus vil målgruppen for sådanne initiativer også snævre sig ind.

Blandt de virksomheder, som har deltaget i sådanne initiativer, tilkendegiver over 50 pct., at fx virksomhedssamarbejde og andre former for netværksdannelse er en farbar vej for forretningsudvikling. I interviewene med virksomhedslederen er der imidlertid mange, der finder, at de konkrete initiativer ikke er relevante for deres virksomhed. Dette indikerer, at det er vanskeligt at tage et generelt initiativ og føre det over på en kon-

kret branche eller et teknologiområde, hvor målgruppen typisk er lille og ikke nødvendigvis homogen.

Til at illustrere dette finder kun lige godt 10 pct. af virksomhederne, som har deltaget i Vækstforuminitiativer, at branding af Bornholm som Bright Green Island i høj grad har inspireret dem til at udvikle nye produkter eller serviceydelser. Hermed ikke sagt, at denne satsning ikke kan føre til erhvervsmæssig udvikling og vækst, men at det må fordrer en anden indsats – strategi – for at nå målet.

Og her må det – set fra et erhvervsfremmesynspunkt – være glædeligt, at 40 pct. af virksomhederne, som har deltaget i Vækstforuminitiativer, tilkendegiver, at de i høj grad er villige til at påtage sig et medansvar for, at den borholmske erhvervsudviklingsstrategi bliver ført ud i livet.

De politiske ambitioner om en solid økonomisk vækst på Bornholm møder således mange virksomheders interesser og ambitioner.

En vej frem

Der er næppe en simpel og let vej frem for vækst på Bornholm. Men følgende udviklingsspor trænger sig på med hver sine behov og udfordringer:

1. Kapacitetsopbygning af virksomheder – virksomhedernes ressourcer og kompetencer (indirekte virksomhedsudvikling).
2. Incitamentter til udvikling af virksomheder – af erhvervs- og teknologiområder (direkte virksomhedsudvikling).
3. Samspelet mellem privat og offentlig – eller udvikling af det offentlige som drivkraft (fx gennem fremme af spirende erhvervsområder).

Alle tre udviklingsspor kan komme – og har været - i spil for at skabe vækst. Fremover er det dog afgørende at blive klar på en vægtning mellem de tre udviklingsspor, da den første kan give en god basis for vækst, selvom en indsats her kan synes banal. Heroverfor kan føre til stor kreativitet, som blot fører til vidtløftige projekter, som man ikke formår at forankre rent forretningsmæssigt. Tankesættet om smart specialisering – involvering af den offentlige sektor over en bred kam i samspil med erhvervslivet – rummer spændende perspektiver, som der også har været opmærksomhed omkring i de senere år. Det fordrer dog en dedikeret indsats – også fra Vækstforums side – med fokus på at opstille og implementere forretningsplaner (og ikke kun projektplaner), som er forankret i et krydsfelt mellem det private og det offentlige – mellem marked og politik – som bygger på evidensbaserede behov og estimeret effekt (succeskriterier).

2. Indledning

Bornholms Vækstforum har stået i spidsen for at implementere en erhvervsudviklingsstrategi for Bornholm. Den nuværende erhvervsudviklingsstrategi 2011-2014 "Bright Green Island. Bornholm – en grøn vækst-ø" står over for at skulle reformuleres, samtidig med at et nyt Vækstforum tiltræder i 2014 (Bornholms Vækstforum, 2011).

"Vækstanalyse Bornholm" har til formål at tilvejebringe ny viden om de udfordringer og behov, som de bornholmske virksomheder står overfor. Samtidig skal det vurderes, hvordan erhvervslivets udfordringer kan afspejle sig i udformningen af den kommende bornholmske erhvervsudviklingsstrategi. "Vækstanalyse Bornholm" skal lede frem til et sæt af anbefalinger og råd, som kan medtages i formuleringen af den kommende erhvervsudviklingsstrategi for Bornholm.

Vækstanalyse Bornholm bygger på en række forskellige datakilder:

- Eksisterende materialer i form af analyser, erhvervsudviklingsstrategi, data om støttede projekter mv. samt offentlig tilgængelig statistik.
- Spørgeskemaundersøgelse til alle private virksomheder i alle brancher og med to eller flere ansatte med det formål at tilvejebringe data om virksomhedernes vækstpotationer og om de vækstudfordringer, de står overfor. Undersøgelsespopulationen består af i alt 406 virksomheder, hvorfra 209 virksomheder har besvaret spørgeskemaet. Dette giver en svarprocent på 51, hvilket er tilfredsstillende. Se bilag 1 for en nærmere teknisk redegørelse. Jysk Analyse har stået for den praktiske gennemførelse af spørgeskemaundersøgelsen.
- Interview med 18 (potentielle) vækstvirksomheder. Virksomhederne blev udvalgt i samarbejde med de bornholmske erhvervsfremmeaktører ud fra kriteriet om, at der skal være tale om succesrige virksomheder i vækst. Nogle af virksomhederne er udvalgt på baggrund af oplysninger om beskæftigelses- og omsætningsvækst indhentet via spørgeskemaundersøgelsen. Interviewene har sat fokus på virksomhedernes forretningsmæssige udfordringer og potentialer samt på de lokale og globale ramme- og vækstvilkår for virksomhedsdrift på Bornholm.

Herudover afholdes en "arbejdsdag" med Bornholms Vækstforum, hvor Vækstforum får lejlighed til at reflektere over analysens resultater med henblik på at udarbejde en ny erhvervsudviklingsstrategi.

Vækstanalyse Bornholm er udarbejdet af Teknologisk Institut og Center for Regional og Turismeforskning (CRT) i dialog med sekretariatet for Bornholms Vækstforum.

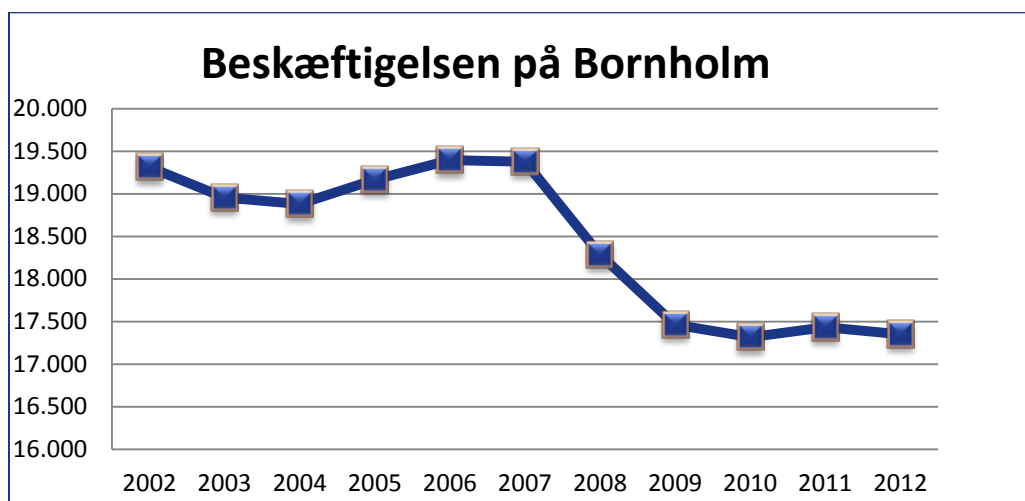
3. Den bornholmske erhvervsstruktur og arbejdsmarked

Bornholm blev ramt relativt kraftigt af den økonomiske krise, og siden 2007 er den samlede beskæftigelse faldet med cirka 2000 job. Inden for de private erhverv er det især Handel, Bygge og anlæg samt Transport, der har stor betydning for den bornholmske beskæftigelse, som over de seneste 10-år har haft beskæftigelsestilbagegang. Over de seneste 10 år er der skabt nye job inden for Operationel service, Maskinindustri og Sundhedsvæsen. Over de kommende år vil mange bornholmere trække sig tilbage fra arbejdsmarkedet. Dette forventes at reducere arbejdsstyrken, og der kan forventes mangel på arbejdskraft inden for en lang række kompetenceområder. Især forventes der mangel på faglært arbejdskraft.

3.1. Den bornholmske beskæftigelsesudvikling

Den samlede beskæftigelse på Bornholm er i lighed med resten af landet kraftigt reduceret som følge af den økonomiske krise. Beskæftigelsen toppede i 2007 med 19.377 ansatte. Fra 2007 til 2012 er beskæftigelsen reduceret med ca. 10 pct. Samtidig er beskæftigelsen i de seneste fire år blevet stabiliseret på omkring 17.500 personer, jf. Figur 3.1.

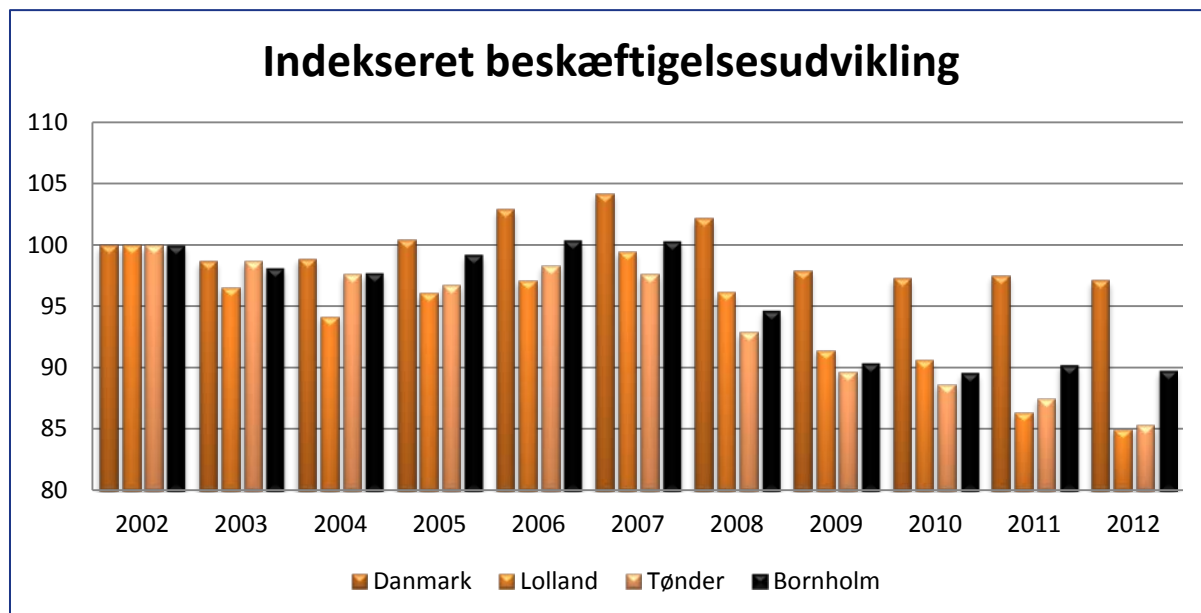
Figur 3.1: Udvikling i den samlede beskæftigelse på Bornholm



Kilde: Danmarks Statistik; Registerbaserede Arbejdsstyrkestatistik (RAS).

Den bornholmske beskæftigelse er faldet mere end den landsdækkende beskæftigelse. Her deler Bornholm skæbne med en række af de andre yderområder i Danmark, der samlet set har haft vanskeligt ved at opretholde beskæftigelsen. I Figur 3.2 nedenfor er den bornholmske udvikling sammenlignet med landet som helhed samt to kommuner, der også tidligere har været anvendt som sammenligningskommuner (Lolland og Tønder). Alle tre yderkommuner har haft en svagere beskæftigelsesudvikling end landsgennemsnittet, men på Bornholm har tilbagegangen i beskæftigelse ikke været så kraftig som i hhv. Tønder og Lolland. Som det fremgår af figuren, er yderkommunernes problem både, at de ikke fik andel i den økonomiske optur fra 2002 til 2007, og at de samtidig er blevet ramt hårdere af den efterfølgende økonomiske afmatning. Dette illustrerer, at yderområder har væsentlige generelle strukturelle udfordringer inden for erhverv- og arbejdsmarked.

Figur 3.2: Indekseret beskæftigelsesudvikling i udvalgte kommuner



Kilde: Danmarks Statistik: Registerbaserede Arbejdsstyrkestatistik (RAS).

Såfremt der fokuseres på den bornholmske beskæftigelse fordelt på brancher, og når der udelukkende ses på de private brancher, så er de beskæftigelsesmæssigt "tunge" brancher på Bornholm fortsat Handel, Bygge & Anlægsvirksomhed samt Landbrug/skovbrug/fiskeri, jf. Tabel 3.1 nedenfor. Herudover er transportsektoren en branche af væsentlig betydning for Bornholm. Men rent statistisk er der stor usikkerhed omkring opgørelsen af den lokale beskæftigelse knyttet til denne branche.

De beskæftigelsesmæssigt tunge brancher domineres tillige af de forskellige offentlige virksomheder.

Tabellen indeholder en opgørelse af den samlede beskæftigelse i 2012 samt af den absolute og relative beskæftigelsesændring i perioden 2002 til 2012¹.

De brancher, der primært har skabt nye job på Bornholm i perioden 2002 til 2012, er (når der ses bort fra transportsektoren) Operationel service², Maskinindustri samt Ejen-domshandel og udlejning. Omvendt er der også en række private brancher, hvor beskæftigelsen har været faldende over en årrække. Beskæftigelsen er således faldet betydeligt inden for Landbrug mv., Råstofudvinding, Fødevareindustri, Metalindustri, Hotel og restaurant, Bygge og anlæg, Handel samt Transport³.

¹ For Bornholms vedkommende medfører en opdeling i 37 branchegrupper, at der i en række tilfælde bliver ganske få observationer i hver gruppe. Dette betyder samtidig, at tilfældige variationer får uforholdsmæssig stor betydning, og derfor bør resultaterne tolkes med en vis varsomhed. Som tommelfingerregel skal ændringer i branchegrupper med mindre end 100 personer i udgangspopulationen ikke tillægges større betydning.

² Rejsebureauer, rengøring og anden operationel service.

³ At beskæftigelsen inden for maskinindustri er steget med 100, samtidig med at beskæftigelsen inden for metalindustri er faldet med 95, kan dog ret beset blot være en konsekvens af, at en enkelt arbejdsplads har skiftet branchekode i perioden.

For så vidt angår det registrerede fald i beskæftigelsen inden for hotel og restaurationsområdet, så er der tale om et fænomen, der sandsynligvis blot kan tilskrives ændrede statistiske opgørelsesmetoder i perioden⁴. Såfremt der kun ses på perioden fra 2009 til 2012, hvor opgørelsesmetoden har været uændret, har der faktisk været tale om uændret eller svagt stigende beskæftigelse inden for hotel- og restaurationsbranchen.

Tabel 3.1: Beskæftigelse og beskæftigelsesudvikling 2002-2012

Beskæftigede Bornholm	RAS2012	2002-2012 absolut	2002-2012 relativ
Forskning og udvikling	2	-31	-93,9%
Elektronikindustri	3	-3	-50,0%
Kemisk industri	4		0,0%
Fremstilling af elektrisk udstyr	6	2	50,0%
Transportmiddelindustri	16	-3	-15,8%
Tekstil- og læderindustri	20	-5	-20,0%
Råstofudvinding	23	-14	-37,8%
IT- og informationstjenester	28	1	3,7%
Telekommunikation	47	-22	-31,9%
Metalindustri	70	-95	-57,6%
Træ- og papirindustri, trykkerier	85	-21	-19,8%
Videnservice	97	17	21,3%
Vandforsyning og renovation	101	-165	-62,0%
Møbel og anden industri	109	-8	-6,8%
Energiforsyning	114	-11	-8,8%
Uoplyst aktivitet	127	1	0,8%
Plast-, glas- og betonindustri	181	-74	-29,0%
Finansiering og forsikring	203	-67	-24,8%
Ejendomshandel og udlejning	282	85	43,1%
Kultur og fritid	324	-32	-9,0%
Rådgivning mv.	325	28	9,4%
Forlag, tv og radio	395	-7	-1,7%
Andre serviceydelser	431	-35	-7,5%
Maskinindustri	462	100	27,6%
Føde-, drikke- og tobaksvarerindustri	621	-701	-53,0%
Hoteller og restauranter	651	-492	-43,0%
Rejsebureauer, rengøring og operationel service	775	309	66,3%
Landbrug, skovbrug og fiskeri	920	-349	-27,5%
Transport	951	-234	-19,7%
Bygge og anlæg	1172	-35	-2,9%
Offentlig administration, forsvar og politi	1266	-13	-1,0%
Sundhedsvæsen	1321	285	27,5%
Undervisning	1346	-148	-9,9%
Handel	2254	-188	-7,7%
Sociale institutioner	2618	-44	-1,7%
Alle erhverv	17352	-1963	-10,2%

Kilde: Danmarks Statistik: Registerbaserede Arbejdsstyrkestatistik (RAS).

⁴ Den registerbaserede beskæftigelsesstatistik er en opgørelse af befolkningens tilknytning til arbejdsmarkedet på et bestemt tidspunkt (ultimo november). Op til 2009 var beskæftigelsesstatistikken dannet på baggrund af årlige indberetninger til SKAT fra arbejdsgiverne. På oplysningssedlen kunne arbejdsgiveren angive, om lønmodtageren var beskæftiget hele året, eller hvis dette ikke var tilfældet angive fra- og til-dato for ansættelsesforholdets varighed. Dette medførte imidlertid, at for mange deltidsansatte blev registreret som helårsansatte. I 2009 overgik Danmarks Statistik derfor til at opgøre beskæftigelsen med udgangspunkt i arbejdsgiverens løbende elektroniske indberetning af de ansattes tilknytning til virksomheden (eIndkomstregistret). Dette har for adskillige branchegrupper (herunder hotel- og restaurationsbranchen) ført til en markant nedjustering af beskæftigelsesomfanget.

For at få et bedre indtryk af den erhvervsmæssige specialisering på Bornholm er der i bilag 2 foretaget en beregning af det såkaldte specialiseringsindeks. Hvis der udelukkende fokuseres på de private erhvervssektorer, har Bornholm den mest udprægede specialisering inden for (1) landbrug mv., (2) føde- og drikkevareindustri samt (3) maskinindustri.

3.2. Arbejdskraftsbalancer

I en årrække har flere undersøgelser (Center for Regional og Turismeforskning, 2011) (Center for Regional og Turismeforskning, 2012) peget på risikoen for mangel på arbejdskraft inden for en lang række brancher og uddannelsesområder. Imidlertid satte finanskrisen en brat stopper for beskæftigelsesstigningen, og en relativ høj arbejdsløshed for flere grupper på arbejdsmarkedet har efterfølgende gjort det vanskeligt at tale om risikoen for mangel på arbejdskraft.

På trods af forskellige arbejdsmarkedsreformer reduceres den danske arbejdsstyrke relativt drastisk i disse år (de store årgange fra tiden omkring 2. verdenskrig er på vej på pension), og derfor er risikoen for mangel på arbejdskraft stadig aktuell. Den forventede mangel på arbejdskraft inden for en lang række uddannelsesområder er et landsdækkende fænomen, hvilket for Bornholm har den konsekvens, at øen må ud i konkurrence med det øvrige land for at tiltrække og fastholde den nødvendige arbejdskraft på Bornholm. Selvom de bornholmske virksomheder over en bred kam i dag har relativ let adgang til arbejdskraft med de nødvendige kompetencer, forventes denne situation at ændre sig i løbet af en kortere årrække.

Ud over den generelle konjunkturudvikling vil udviklingen på det bornholmske arbejdsmarked især blive påvirket af de særlige demografiske og branchemæssige strukturer på øen. Populært sagt er den bornholmske arbejdsstyrke lidt grå i toppen, hvilket betyder, at mange vil forlade arbejdsmarkedet i de kommende år (også i forhold til det øvrige land). Samtidig er der en relativ høj andel af ufaglærte på det bornholmske arbejdsmarked – en gruppe der i særlig grad vil opleve faldende beskæftigelse i de kommende år – og endelig er det bornholmske arbejdsmarked præget af relativ mange arbejdspladser inden for brancher, hvor der forventes en negativ beskæftigelsesudvikling i de kommende år. Alt sammen forhold, der i kombination med den generelle konjunkturudvikling vil påvirke det bornholmske arbejdsmarked i de kommende år.

I de enkelte uddannelsesgrupper er der forskelle i arbejdsstyrkens sammensætning. For Bornholms vedkommende findes der imidlertid en stor andel af personer over 50 år i stort set alle uddannelsesgrupper. For alle uddannelsesgrupper under et, er godt 42 pct. af den bornholmske arbejdsstyrke over 50 år mod kun 32 pct. på landsplan.

Tabel 3.2 viser både en opgørelse over den historiske udvikling i arbejdsstyrken og beskæftigelsen og en beregning af den forventede udvikling i arbejdsløsheden for forskellige uddannelsesgrupper. I perioden fra 2002 til 2012 er den bornholmske **beskæftigelse** således reduceret med 1.963 stillinger. Imidlertid er **arbejdsstyrken** samtidig reduceret med 2.951 personer. Det, at arbejdsstyrken er reduceret mere end beskæftigelsen, betyder, at arbejdsløsheden er reduceret i perioden. Som det ses af tabellen, har det især været blandt de ufaglærte, at der har kunnet registreres en beskæftigelsesnedgang.

Tabel 3.2: Arbejdskraftsbalance Bornholm

	Ændringer i: 2002 til 2012		Arbejdsløshed 2012 til 2018			
	Arbejdsstyrke (ændring i antal personer)	Beskæftigelse (ændring i antal job)	2012	2014	2016	2018
Ufaglært, studenter mv.	-2.625	-1.980	360	134	-152	-503
Faglærte:						
EUD handel	-425	-360	140	-51	-252	-458
EUD Byggeri	26	141	46	-36	-101	-176
EUD jern og metal	-148	-85	51	-14	-80	-159
EUD Social og sundhed	55	66	38	31	31	38
EUD andre	99	145	92	-62	-227	-372
KVU alle	-305	-268	32	-9	-46	-82
MVU pædagogisk	149	133	46	43	48	64
MVU folkeskolelærere	-33	-45	9	13	28	50
MVU Samfundsfaglig	108	122	17	-3	4	18
MVU Teknisk	-52	-57	10	-19	-61	-106
MVU Sundhedsfaglig	34	46	8	-22	-49	-63
MVU Universitetsbachelor	37	23	4	3	-6	-14
LVU Humanistisk	70	66	7	-11	-30	-45
LVU Naturvidenskabelig	14	12	-	-7	-14	-19
LVU Samfundsfaglig	45	57	6	0	-9	-13
LVU Sundhedsfaglig	-4	15	2	-14	-29	-40
LVU Andre	-11	-2	-	-9	-13	-17
Forskere og PhD	15	8	-	-4	-7	-11
Ukendt uddannelse						
SUM	-2.951	-1.963	870	-34	-966	-1.911

Kilde: Danmarks Statistik samt Den Regionale Overvågningsmodel.

I Tabel 3.2 er der også foretaget en fremskrivning af den forventede udvikling for de nærmeste år. Denne fremskrivning er baseret på den forventede økonomiske udvikling inden for de forskellige branchegrupper samt på en fremskrivning af branchernes forventede beskæftigelse af personer med forskellige kompetencer. Denne fremskrivning viser, at der relativt hurtigt vil opstå mangel på arbejdskraft med en række specifikke kompetencer. Antalsmæssigt er det især inden for de erhvervsfaglige uddannelser, at der kommer til at mangle arbejdskraft. Det skal understreges, at der for perioden 2012 til 2018 er tale om "modelberegninger", idet negativ arbejdsløshed selvfølgelig ikke vil kunne opstå i virkeligheden. Når det kommer til stykket, vil virksomheder være nødt til at tilpasse sig situationen på den ene eller anden måde. En sådan tilpasning kan eksempelvis ske ved rationaliseringer, produktionsindskrænkninger, ved at flytte virksomhederne væk fra Bornholm, ved at ansætte personer med en anden uddannelse eller ved at tiltrække nye tilflyttere med de ønskede kompetencer.

Omfanget af den fremskrevne negative arbejdsløshed siger imidlertid noget om størrelsen på de udfordringer på arbejdsmarkedsområdet, som Bornholm står overfor.

I modsætning til tidligere års fremskrivninger er der grund til at fremhæve, at der nu også forventes mangel på ufaglært arbejdskraft i løbet af en årrække. Hvorvidt denne effekt også vil manifestere sig i praksis, eller om andre uddannelsesgrupper via en "gøgeungeeffekt" vil fortrænge de ufaglærte fra arbejdsmarkedet, kan være vanskeligt at vurdere.

De senere års arbejdsmarkedsreformer er på det overordnede niveau indarbejdet i de benyttede fremskrivninger. Det vil sige, at der forventes en gradvis stigning i tilbage-trækningsalderen og dermed en udvidende effekt på arbejdsstyrken. På trods heraf forventes den bornholmske arbejdsstyrke stadig at falde, og et akut arbejdskraftsproblem tegner sig. Har konsulentbegrebet "en brændende platform" nogensinde givet mening, så må det være her, det skal anvendes.

Situationen på det regionale arbejdsmarked kan ses som både en trussel og en mulighed. En **trussel**, fordi en udbredt mangel på arbejdskraft kan tvinge virksomhederne ud i alternative løsninger – såsom at indskrænke produktionen eller flytte produktion til andre områder. Handlinger, som vil forstærke den igangværende befolkningsafvikling. En **mulighed**, fordi de mange nye jobmuligheder også giver mulighed for at tiltrække nye tilflyttere til øen og dermed afdæmpe (eller vende?) befolkningsnedgangen.

4. Virksomhedernes greb om vækstudfordringerne

Virksomheder med stærke organisatoriske ressourcer og vækstambitionerne – "kan OG vil"-virksomheder - finder ofte, at Bornholm udgør et for lille og begrænsende marked, hvorfor de retter deres forretningsaktiviteter mod resten af Danmark eller mod internationale markeder. De vigtigste barrierer for vækst er ud over markedsadgang mangel på kapital og kvalificeret arbejdskraft. Selv "kan OG vil"-virksomheder kan stå over for svære udviklingsproblemer. Disse bliver løst ved brug af en langt bredere vifte af metode end blandt andre virksomheder. Dialog med kunder og leverandører, nye udviklingsprojekter og opkvalificering af medarbejderstaben er hyppigt anvendte metoder. Rådgiverne er også på banen – da er det oftest revisor, advokat og bank som benyttes. De, som ikke bruger rådgivere, forklarer dette med, at de ikke behov for ny viden!

4.1. Indledning

Med afsæt i interview med bornholmske virksomheder (18 personlige interview og en spørgeskemaundersøgelse til alle private virksomheder, se bilag 1) er det undersøgt, hvilke udfordringer virksomhedslederne finder, at de står overfor, og hvordan de søger at takle udfordringerne med henblik på at skabe vækst og udvikling i deres virksomheder.

Analysen, af hvordan virksomhederne takler udfordringer med vækst- og udvikling, tager afsæt i virksomhedernes egne forudsætninger og vækstambitioner.

En branchemæssig tilgang er fravalgt, idet der kan være stor forskellighed mellem virksomheder inden for enkelte brancher. Endelig er antallet af virksomheder i flere brancher så spinkelt, at det ikke er muligt at gennemføre en statistisk analyse. Analysen vil derfor kun inddrage *generelle* erhvervsmæssige og erhvervsstrukturelle udfordringer for de bornholmske virksomheder. En eventuel specifik virksomheds- eller erhvervsudviklingsstrategi, der er målrettet en eller flere bestemte brancher (teknologier, markeder eller lignende), bør naturligvis også inddrage de bornholmske virksomheders egne forudsætninger og vækstambitioner.

Endelig kan man heller ikke se bort fra, at selv i brancher med store strukturelle udfordringer kan der også være virksomheder, som evner at skabe vækst og udvikling.

Den overordnede tese er, om de virksomheder, som har de bedste forudsætninger (ressourcer) og ambitioner om vækst, også formår at udvikle deres virksomhed og skabe de bedste økonomiske resultater? Hvis det er tilfældet, vil de erhvervspolitiske implikationer heraf være, at en styrkelse af virksomhedernes forudsætninger er én vej til øget vækst.

4.2. Virksomhedernes afsæt for at skabe vækst og udvikling

Grupperingen af de bornholmske virksomheder efter deres forudsætninger og vækstambitioner bygger metodisk på en national undersøgelse (Teknologisk Institut, 2011), hvor stærke forudsætninger (organisatoriske ressourcer) for vækst indbefatter:



- Om virksomheden har en nedskrevet forretningsplan.
- Om virksomheden har en professionel bestyrelse.
- Om virksomheden har ansatte med en lang videregående uddannelse.

Der er flere eksempler på undersøgelser, der har sat fokus på disse områder som afgørende for at skabe vækst i små og mellemstore virksomheder. Både hvad angår en nedskreven forretningsplan, professionelle bestyrelser⁵ og ansættelse af højtuddannede medarbejdere (IDA, 2012). Hertil kommer, at virksomhedsrådgivning, fx i regi af Væksthuset, typisk også har fokus på disse forudsætninger for at styrke virksomheders udvikling og vækst.

I nærværende undersøgelse har de bornholmske virksomheder redegjort for deres organisatoriske ressourcer, og derudover er virksomhedslederen også spurgt om deres vækstambitioner i de kommende 2-4 år i forhold til andre i branchen.

Ud fra virksomhedernes egne tilbagemeldinger ses, at 45 pct. af de bornholmske virksomheder anfører, at de har ambitioner om højere vækst end andre i branchen. Dette ligger på niveau med tilsvarende virksomheder i landet som helhed, jf. tabel 4.1.

Tabel 4.1: Bornholmske virksomheders vækstambitioner og organisatoriske ressourcer (Antal virksomheder i undersøgelsen; N=209)

Vækstambition	Hele landet		Bornholm	
1) Højere vækst end andre i branchen		45%		45% (47%)
2) Vækst som andre i branchen	38%		43% (44%)	
3) Ikke nogen vækst	10%		7% (6%)	
4) Vil være mindre end i dag	1%		2% (3%)	
5) Ved ikke	3%		3% ()	
				
	Begrænsede vækstambitioner	Høje vækstambitioner	Begrænsede vækstambitioner	Høje vækstambitioner
Vækstambition	55%	45%	55% (53%)	45% (47%)
Organisatoriske ressourcer				
Har virksomheden...	Nej	Ja	Nej	Ja
1) Akademiker ansat	56%	44%	80%	20% (29%)
2) En professionel bestyrelse	55%	45%	78%	22% (35%)
3) En nedskrevet forretningsplan	32%	68%	50%	50% (60%)
				
	Færre ressourcer	Mange ressourcer	Færre ressourcer	Mange ressourcer
Ja til mindst to ud af tre indikatorer	48%	52%	72% (69%)	28% (31%)

Note: Undersøgelsen for hele landet omfatter virksomheder med 5-250 ansatte. "Vækstanalyse Bornholm" medtager virksomheder med 2 eller flere ansatte. Dette kan forklare noget af forskellen mellem hele landet og Bornholm. Men ikke hele forskellen, idet svar fra virksomheder med 5 eller flere ansatte fremgår af værdierne i parentes.

Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm" og (Teknologisk Institut, 2011)

Når der gælder de organisatoriske ressourcer, står de bornholmske virksomheder sammenholdt med hele landet langt svagere, idet kun 20 pct. (for sammenlignelige størrelsesgrupper: Bornholm: 29 pct. og hele landet: 44 pct.) har en akademiker ansat, og blot 22 pct. (for sammenlignelige størrelsesgrupper: Bornholm: 35 pct. og hele landet: 45 pct.) har en professionel bestyrelse. Derimod er der flere, der har en nedskrevet forret-

⁵ Se fx <http://www.business.dk/innovation/professionelle-bestyrelser-sikrer-vækst>

ningsplan, og de bornholmske virksomheder er på dette område næsten på linje med virksomheder i landet som helhed.

Ved at kombinere virksomhedernes vækstambitioner og organisatoriske ressourcer, som vist i Figur 4.1, kan de bornholmske virksomheder inddeles i grupper, som karakteriserer deres forudsætninger for vækst. Ved at kombinere virksomheden, der både har højere vækstambitioner end andre i branchen OG råder over mindst to af de tre organisatoriske ressourcer, kan der dannes en gruppe, som vi vil benævne som "kan OG vil". Med dette udgangspunkt kan 15 pct. af virksomhederne karakteriseres ved både "kan OG vil", mens 46 pct. befinder sig i mellemlaget, hvor de enten har høje ambitioner ELLER stærke organisatoriske ressourcer. Endelig har 40 pct. af virksomhederne lavere ambitioner OG begrænsende organisatoriske ressourcer.

Figur 4.1: Opdeling af Virksomheder efter vækstambition og organisatoriske ressourcer (Antal virksomheder i undersøgelsen; N=209)



Kilder: (Teknologisk Institut, 2011)

Ved kun at medtage bornholmske virksomheder med 5 eller flere ansatte er der mulighed for at sammenligne med tilsvarende tal for hele landet. Her viser det sig, at der er færre bornholmske virksomheder, som både "kan OG vil" vækst, mens gruppen af virksomheder i mellemlaget, som "kan ELLER vil", er større, jf. Tabel 4.2. Underskoven med de ringeste forudsætninger for vækst afviger sådan set ikke fra niveauet i hele landet.

- **Tabel 4.2: Virksomhedsgruppering som afsæt for analysen af, hvordan de bornholmske virksomheder håndterer udfordringer for vækst**

Tre virksomhedsgrupper efter vækstambition og organisatoriske ressourcer		Hele landet	Bornholm	N
Kan OG vil	Mange ressourcer OG høje ambitioner	31%	15% (20%)	30
Kan ELLER vil	Færre ressourcer ELLER begrænsede ambitioner	38%	46% (52%)	92
Hverken kan eller vil	Færre ressourcer OG begrænsede ambitioner	31%	40% (31%)	80

Note: Undersøgelsen for hele landet omfatter virksomheder med 5-250 ansatte. "Vækstanalyse Bornholm" medtager virksomheder med 2 eller flere ansatte. Dette forklarer noget af forskellen mellem de to undersøgelser men ikke hele forskellen, idet svar fra virksomheder med 5 eller flere ansatte fremgår af tallene i parentes.
 Note: Blandt "Kan OG vil"-virksomheder er der en overvægt af fremstillingsvirksomheder, mens servicevirksomheder er mere udbredt i de to andre grupper.

Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Denne opdeling af virksomhederne vil danne udgangspunkt for de efterfølgende analyser ud fra den antagelse, at rådighed over ressourcer og vækstambitioner kan have en positiv sammenhæng med den måde, virksomhederne bliver drevet på, og i sidste ende med den vækst, virksomhederne formår at skabe.

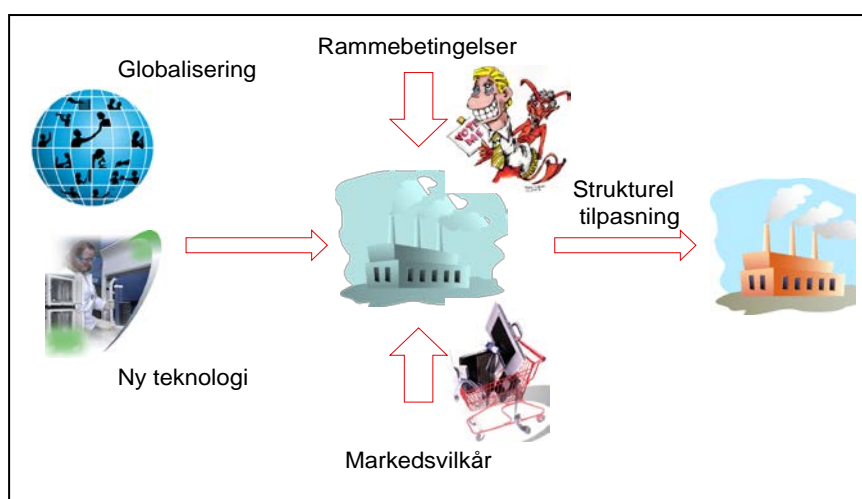
Selvom den efterfølgende analyse primært vil have dette fokus, skal det understreges, at der er en række andre forhold, som også spiller ind på, om virksomheder skaber vækst.

For det første er der en sammenhæng mellem virksomhedernes størrelse og deres forudsætninger for vækst, som vist i Tabel 4,1 (se også bilagstabel 1). For det andet kan der også peges på en række andre forhold som eksempelvis den generelle økonomiske udvikling, strukturudviklingen i en branche, globalisering eller fremkomsten af nye teknologier, der ændrer forudsætningerne for vækst. De sidstnævnte forhold afspejler sig også i branchefordelingen, hvor det især er industrien, der er udsat for et udviklingspres. Og samtidig er det den af alle brancher, som har de fleste virksomheder med vækstambitioner og forudsætninger for vækst, se Bilagstabel 2.

4.3. Erhvervslivets udfordringer og udviklingsbarrierer

Erhvervsudviklingen – og ikke mindst den enkelte virksomheds udvikling – bliver til stadighed udfordret af forandringer i omverden – fx nye markedsvilkår, ny teknologi og globalisering – ligesom de regionale rammebetingelser giver et sæt af forudsætninger for udvikling. Når sådanne udviklingstendenser forandrer forudsætningerne for udvikling og vækst, vil det også have indvirkning på den enkelte virksomhed, ligesom det kan give anledning til strukturelle ændringer i den lokale erhvervsstruktur. Dette er illustreret i Figur 4.2.

Figur 4.2: Udviklingstendenser som skaber ny forudsætning for vækst og efterfølgende ændringer i erhvervsstrukturen



Kilde: Teknologisk Institut

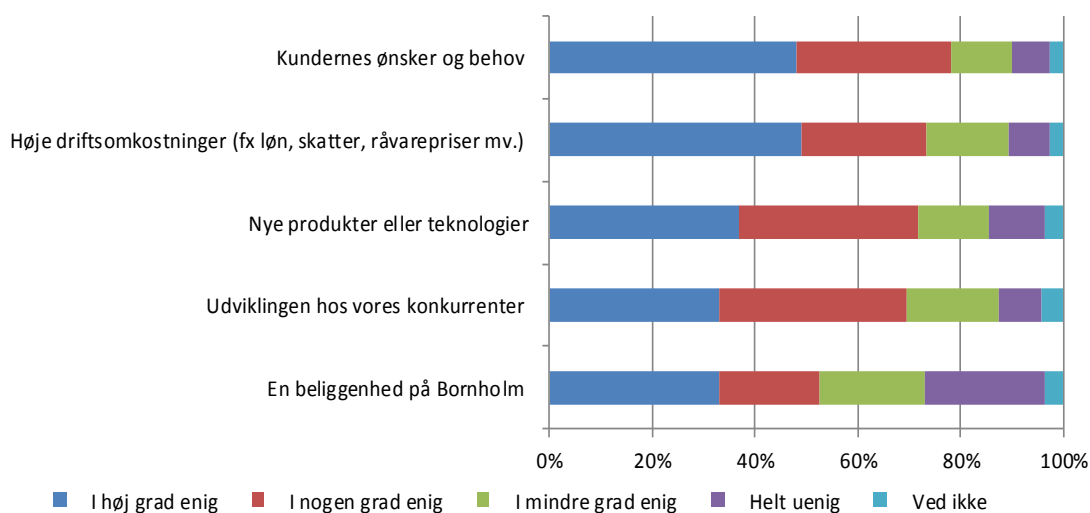
Bornholmske virksomheder er også udsat for et sådant udviklingspres. En umiddelbar indikation herpå er ændringerne i beskæftigelsen fordelt på brancher, som vist i kapitel 3.

4.3.1. Oplevet udviklingspres

De bornholmske virksomheder er også blevet spurgt, om de oplever et pres for tilpasning og udvikling af deres virksomhed. Set under et er de bornholmske virksomheder først og fremmest presset af kundernes ønsker og behov, og de er underlagt et pres for at reducere deres omkostninger (reducere prisen på produkter og ydelser: et produktivitetspres). Det presser bornholmske virksomheder til at udvikle nyt, jf. Figur 4.3. Teknologisk udvikling i det hele taget og det, som konkurrenterne gør (innovation i bred forstand), spiller også en betydelig rolle, mens en beliggenhed på Bornholm er den faktor, der giver anledning til det mindste udviklingspres på virksomhederne. Dette kan betyde, at en beliggenhed på Bornholm yder en vis konkurrencemæssig beskyttelse eller spiller en mindre rolle i en i forvejen globaliseret økonomi.

Figur 4.3: Andelen af de bornholmske virksomheder, som er underlagt et pres for at udvikle nyt (Antal virksomheder i undersøgelsen; N=209).

□



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

PHByg A/S er et eksempel på en virksomhed, der overvejende konkurrerer på det bornholmske marked, og som er opmærksom på, at den isolerede geografiske beliggenhed også yder en vis beskyttelse mod konkurrence fra den øvrige del af landet. Samtidig oplever virksomheden dog også, at beliggenheden på Bornholm gør det vanskeligt rent logistik at vinde fodfæste på markeder i den øvrige del af landet.

Sct. Clemens, Jensen og Beck Pack er eksempler på veletablerede bornholmske virksomheder, der helt overvejende opererer på det globale marked og er udsat for det udviklingspres, der følger hermed.

Little Smart Things er en nystartet højteknologisk virksomhed, der afsætter et så specialiseret produkt (droner), at det er nødvendigt at operere på et globalt marked fra dag et.

Disse forskellige former for udviklingspres opleves meget ens i forhold til en opdeling af virksomhederne efter deres vækstforudsætninger, jf. Tabel 4.3.

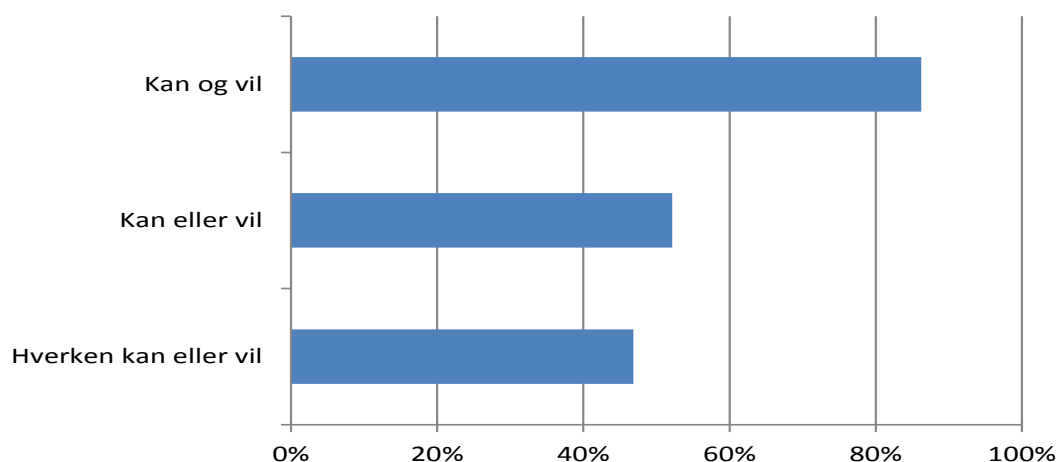
Tabel 4.3: Andelen af virksomheder, som i høj grad oplever et pres for at udvikle nyt

Typer af pres	Kan og vil	Kan eller vil	Hverken kan eller vil	Alle virksomheder
Kundernes ønsker og behov	47%	50%	51%	50%
Høje driftsomkostninger (fx løn, skatter, råvarepriser mv.)	55%	50%	51%	51%
Nye produkter eller teknologier	40%	42%	36%	39%
Udviklingen hos vores konkurrenter	34%	36%	31%	34%
En beliggenhed på Bornholm	30%	41%	29%	34%
Antal virksomheder i undersøgelsen (N)	30	92	80	209

Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Udfordringerne med at imødegå disse udfordringer er givetvis forskellige, idet virksomheder med stærke vækstforudsætninger i højere grad sælger deres produkter og ydelser uden for Bornholm, jf. Figur 4.4.

Figur 4.4: Andelen af virksomheder, som sælger varer eller tjenesteydelser til resten af Danmark eller internationalt (Antal virksomheder i undersøgelsen; N; Kan OG vil: 30, Kan ELLER vil: 92 og HVERKEN kan ELLER vil: 80).



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Blot 20 pct. af "kan OG vil"-virksomhederne har lokale forbrugere eller turister som deres primære kunder. For virksomhederne "kan ELLER vil" og "HVERKEN kan ELLER vil" er det henholdsvis 41 pct. og 33 pct., som har lokale forbrugere eller turister som deres primære kunder. Og disse grupper står i højere grad med udfordringen at skulle afsætte til et begrænset lokalt marked, jf. Tabel 4.4.

Tabel 4.4: Virksomhedernes primære kunder

	Andre virksomheder (b2b)	Lokale forbrugere (b2c)	Turister (b2c)	Offentlige organisationer og institutioner (b2g)	Blandet	Ved ikke	I alt	N
Kan og vil	37%	20%	0%	0%	43%	0%	100%	30
Kan eller vil	18%	31%	10%	1%	40%	1%	100%	92
Hverken kan eller vil	25%	28%	5%	1%	40%	1%	100%	80

Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

For de casevirksomheder, der opererer på det globale marked, er det karakteristisk, at de arbejder med en meget markedsorienteret produktudviklingsaktivitet. Produktudviklingen finder sted i et løbende og meget tæt samarbejde med kunderne. Sct. Clemens, Jensen, Beck Pack, JF-Data og JL-Energy er eksempler på virksomheder, der fremhæver den tætte og løbende dialog med kunderne, ikke blot som en væsentlig kilde til fortsat udvikling og vækst, men som den væsentligste kilde.

Ud over en tæt markedskontakt fremhæves specialisering som en vigtig strategi til at klare sig i konkurrencen på det globale marked. Her er eksempelvis Sct. Clemens en ganske lille operatør blandt de store osteproducenter på verdensmarkedet. Ved at vælge en udpræget nichestrategi, hvor det bornholmske mejeri betjener markeder og produkter, der er uinteressante for de store, er det alligevel muligt både at være konkurrencedygtig og opretholde en ganske lønsom produktion.

Produkter og serviceydelser tilpasses til specifikke kunder og kundetypers præferencer, og desto tættere kundesamarbejdet er omkring udviklingen af nye produkter, desto større er sandsynligheden for en introduktion af succesfulde produkter. På mange markeder er tendensen i øvrigt, at det fysiske produkt "pakkes ind" i flere og flere serviceydelser, således at der i højere grad leveres totalløsninger – eksempelvis med tilhørende rådgivning og opfølgende serviceaftaler. JF-Data, JL-Energy og PHByg A/S er eksempler på bornholmske virksomheder, der arbejder på denne måde.

Mellemstore industrivirksomheder – ofte med en betydelig eksport – befinder sig tit i situationer, hvor de udsættes for et pres for at udvikle nyt. Ved at sammenholde de bornholmske virksomheder med denne gruppe af mellemstore industrivirksomheder⁶ ses, at disse mellemstore industrivirksomheder også oplever et betydeligt pres fra konkurrenter og i forhold til høje driftsomkostninger, mens de langt sjældnere ser kundernes præferencer og ny teknologi som en alvorlig trussel mod deres markedsposition (Teknologisk Institut, 2013).

4.3.2. Barrierer for udvikling

Udviklingspresset og virksomhedernes markedsorientering afspejler sig også direkte i de barrierer, som virksomhederne oplever for at igangsætte udviklingsaktiviteter, jf. Figur 4.5.

Vækstanalyse Bornholm har fokus på en række vækstbarrierer og udfordringer for virksomhederne – herunder om en beliggenhed på Bornholm giver anledning til særlige problemer. Transport indgår i dette problemkompleks, som er uddybet i de personlige interview med virksomhedslederne. Når temaet transport – og især godstransport - ikke er forfulgt mere eksplicit, hænger det sammen med, at dette tema er genstand for selvstændige dybdegående analyser. Endelig må man hæfte sig ved, at stadige billigere godstransport har været en drivkraft bag den tiltagende globalisering af produktionen gennem de seneste årtier og således ikke en egentlig barrierer for vækst.

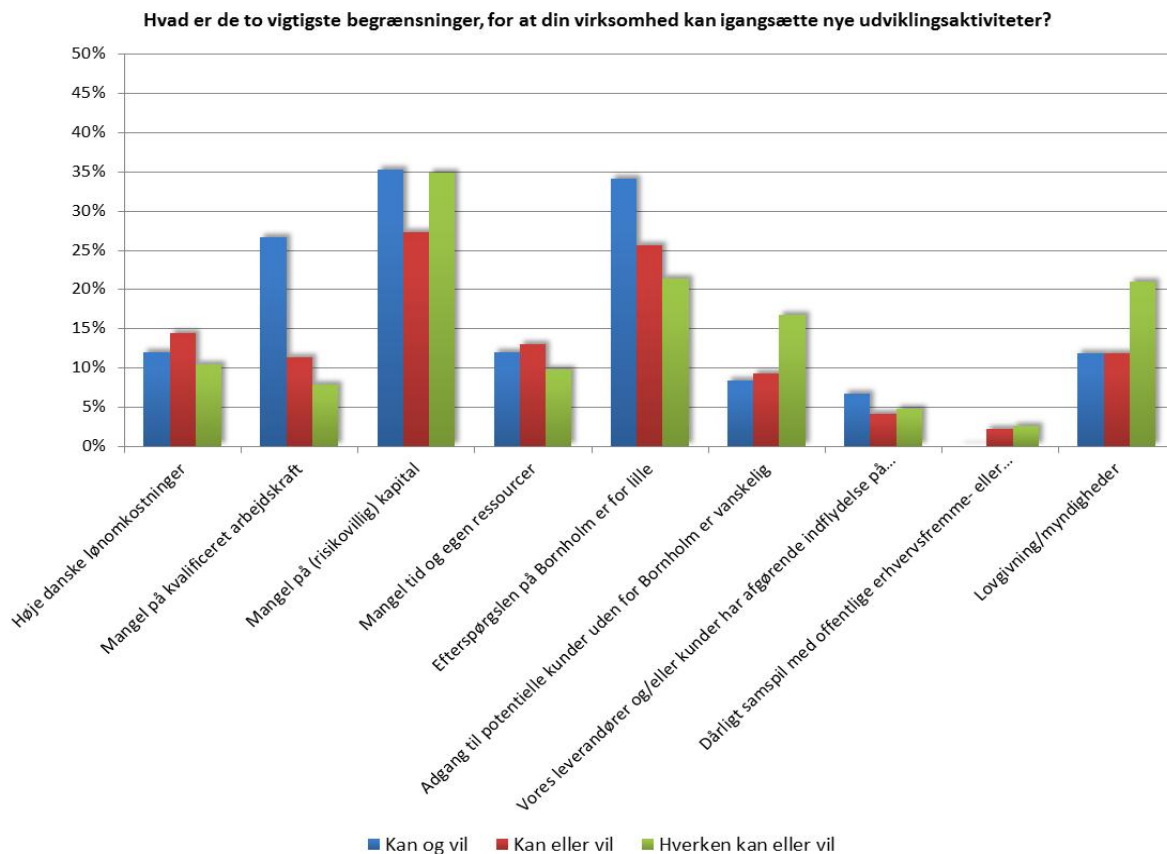
For det første fremhæver især "kan OG vil"-virksomhederne, at mangel på kvalificeret arbejdskraft og adgang til (risikovillig) kapital er en barriere for at igangsætte udviklingsaktiviteter. Adgang til kapital bliver typisk fremført som en barriere for innovation, mens

⁶ Defineret som virksomheder med 50-500 ansatte og etableret for mere end 10 år siden.

de bornholmske virksomheder i højere grad angiver adgangen til kvalificeret arbejdskraft som en barriere (Teknologisk Institut, 2012).

Endelig bliver udfordringen ved en beliggenhed på Bornholm nuanceret, ved at der på den ene side ikke er et markant udviklingspres ved at være beliggende på Bornholm, se ovenfor, men på den anden side er det lokale marked så lille, at det i sig selv har svært ved at bære eksperimenterende udviklingsaktiviteter som fx produkt og serviceudvikling. Og for "HVERKEN kan ELLER vil"-virksomhederne opleves det i forbindelse med igangsætning af udviklingsaktiviteter tillige vanskeligt at nå potentielle kunder uden for Bornholm. Selv for "kan OG vil"-virksomheder kan det være vanskeligt at tage dette skridt.

Figur 4.5: Virksomhedernes angivelser af de to vigtigste barrierer for at igangsætte udviklingsaktiviteter (Antal virksomheder i undersøgelsen; N; Kan OG vil: 30, Kan ELLER vil: 92 og Hverken kan eller vil: 80).



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

De interviewede, der oplever forskellige barrierer og pres for udvikling af deres virksomhed, hvilke følgende illustrerer:

PHByg A/S har eksempelvis udviklet en campinghytte til det bornholmske marked, som kan serieproduceres. Efter virksomhedens opfattelse er produktet konkurrencedygtigt nationalt, men efterlyser kontakter, der kan bringe dem ind på et nationalt marked. Niveau2 nævner, at beliggenheden på Bornholm også yder en vis beskyttelse. Priskonkurrencen inden for trykkebranchen er benhård, og havde det forholdsvis lille trykkeri ligget på Sjælland, ville virksomheden sandsynligvis ikke have overlevet. JF-Data og JL-Energy er eksempler på virksomheder, der i deres udgangspunkt er hjemmemarkedsorienteret,

men som nu forsøger at få fodfæste uden for København. JF-Data har igennem længere tid ønsket at etablere sig "ovre". Ønsket var en etablering i Køge-området, men på et tidspunkt opstod muligheden for at etablere sig på Falster (Jf. Tekstboks 4.1). Tilsvarende har JL-Energy længe haft et ønske om at udvide aktiviteterne uden for Bornholm, og her har køb af en virksomhed ved Kolding med erfaring fra større projekter til offentlige og private virksomheder været den strategi, der har sikret JL-Energy en vis omsætning uden for Bornholm.

Tekstboks 4.1: JF Data's strategiske satsning for at nå et marked uden for Bornholm.

Virksomhedsopkøb og specialisering har ført til vækst. JF Data og en tilsvarende IT-virksomhed på Falster har simpelthen delt forretningsområder og markeder og derved skabt ny udvikling i begge virksomheder.

Med Bornholm som marked er der grænser for, hvor meget en virksomhed kan vækste. En løsning kan være at have et bredt varesortiment, men selv denne strategi har sine naturlige grænser. Det har JF Data måttet erkende.

JF Data startede i 80'erne som et traditionel kontorforsyningsvirksomhed, der leverede alt fra kontormøbler til kasseapparater. Med årene har IT-hard- og -software fyldt mere og mere. Salget af PC'er er dog efterhånden udfaset. Her kan virksomheden ikke konkurrere rent prismæssigt. Virksomheden leverer derfor i dag mere og mere IKT-rådgivning og har mindre og mindre salg af hardware.

Lars Falk forklarer, at JF Data har opkvalificeret ledelsesgruppen i virksomheden ved at sende to medarbejdere på masteruddannelse i oplevelsesøkonomi. Samtidig er der udarbejdet en forretningsplan for udvikling af virksomheden. "Virksomheden klarer sig godt, der hvor det er lykkedes at finde nicher. Vi følger og opdaterer løbende denne strategi. Som virksomhed på Bornholm skal man kunne løse mange forskellige opgaver samtidig. Derfor er det vanskeligt at specialisere sig og skabe en profitabel virksomhed på Bornholm. At vi endte med at købe en del af en virksomhed på Falster, det er helt klart et resultat af et strategisk valg".

På Falster fandt JF Data en søstervirksomhed med stor produktbredde, dybt forankret på hjemmemarkedet og med ønske om at komme ind på nye markeder. Løsningen blev, at Falster-virksomheden opkøbte JF Datas kontormøbelafdeling, og JF Data købte Falster-virksomhedens IT-afdeling. Købet tilførte JF Data nye medarbejderkompetencer, hvilket har ført til øget specialisering og adgang et nyt, større marked gennem lokal tilstedeværelse på Falster

Blandt casevirksomhederne fremhæves de særlige bornholmske transportvilkår gang på gang som en barriere for vækst, om end der er stor forskel på transportomkostningernes betydning for virksomhederne. For virksomheder som Jensen og Sct. Clemens, der afsætter højværdiprodukter på et globalt marked, er transportomkostningerne af marginal betydning. For virksomheder der både skal flytte en stor mængde varer til Bornholm og fra Bornholm, som eksempelvis Madam Stoltz, får transportomkostningerne en afgørende betydning. For nogle fødevarer virksomheder er ikke alene prisen, men også afgangstidspunkterne af afgørende betydning. Flere af de store detailhandelskæder bestiller først varer sidste på eftermiddagen, og her skal bl.a. Sct. Clemens kunne levere samme aften/nat, hvilket kan være en udfordring.

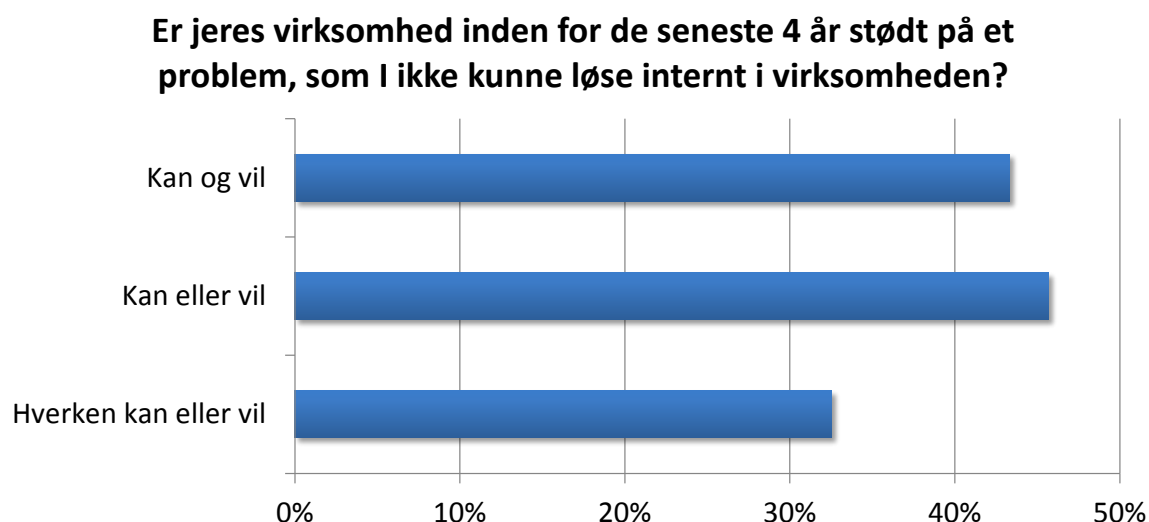
Også for turismevirksomhederne repræsenterer transportomkostningerne en særlig udfordring. Virksomhedernes "eksport" består i salg af ydelser til udenøvs og udenlandske turister, og barrieren for denne eksport består af omkostningerne til persontransport, der kan komme til at udgøre en betydelig del af den samlede feriers værdi. Restaurant Bryg-

huset og Hotel Friheden er eksempler på turismevirksomheder, der oplever, at prisen på persontransport er en barriere for yderligere "eksport".

4.4. Strategier til sikring af viden og kompetencer

Udfordringer og barrierer er ikke nødvendigvis en hindring for vækst, når virksomheder blot formår at overkomme dem – enten selv eller ved hjælp fra andre. Op mod halvdelen af de virksomheder, der er karakteriseret som "kan OG vil" eller "kan ELLER vil", har inden for de seneste fire år oplevet en situation, hvor de ikke selv har kunnet løse problemer med udvikling af deres virksomhed, jf. Figur 4.6.

Figur 4.6: Andelen af virksomheder, der inden for de seneste 4 år er stødt på et problem, de ikke selv kunne løse (Antal virksomheder i undersøgelsen; N; Kan OG vil: 30, Kan ELLER vil: 92 og HVERKEN kan ELLER vil: 80).



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

De, som har stået over for et problem, som de ikke umiddelbart selv kunne håndtere, angiver en lang række forskellige måder at løse disse problemer på, jf. Figur 4.7. Figur 4.7 giver anledning til flere iagttagelser. For det første er "kan OG vil"-virksomhederne langt mere opsøgende efter ny viden, ligesom de oftere igangsætter aktiviteter med hjælp udefra for at finde en løsning ad den vej. Dette understreger, at disse virksomheder er dynamiske og udviklingsorienterede, og når de møder nye og ukendte problemstillinger, har de en erkendelse af, at viden uden for organisationen er en nødvendighed.

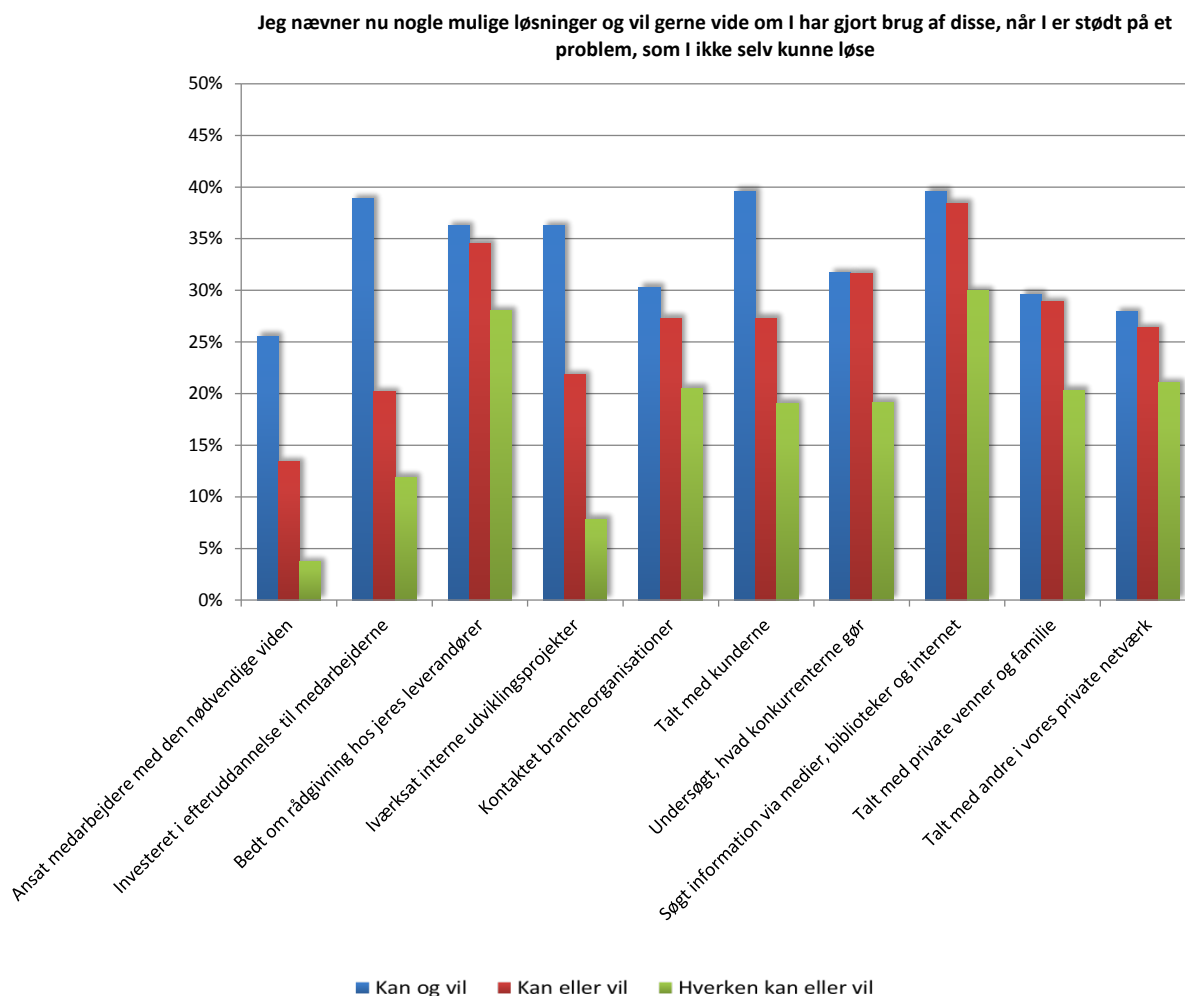
Der, hvor "kan OG vil"-virksomhederne skiller sig ud, er ved, at de i langt højere grad:

- Ansætter nye medarbejdere med den nødvendige viden.
- Investerer i efteruddannelse.
- Igangsætter interne udviklingsprojekter.
- Taler med kunderne.

Her spiller forskel i virksomhedsstørrelse givetvis også en rolle for forskellen mellem de tre grupper. Som tidligere nævnt, er "Kan OG vil"-virksomhederne både større og mere eksportorienterede end virksomheder i gruppen "Hverken eller". Og de små

virksomheder i "Hverken eller" vil sjældent have "interne udviklingsprojekter" eller formelle efteruddannelsesprogrammer.

Figur 4.7: Andelen af virksomheder, der har anvendt forskellige måder at løse problemer, som de ikke selv kunne løse (Antal virksomheder i undersøgelsen; N; Kan OG vil: 30, Kan ELLER vil: 92 og HVERKEN kan ELLER vil: 80).



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Ifølge interviewene med de bornholmske virksomheder kan rekruttering af arbejdskraft med specialviden – ikke nødvendigvis akademikere – være en udfordring, ligesom efteruddannelse kan være bekostelig ved, at den ønskede efteruddannelse ikke udbydes på Bornholm. Analysen i kapitel 3 om arbejdskraftbalance peger tillige på, at det rette udbud af arbejdskraft bliver et stigende problem, hvorved virksomhederne får sværere ved at benytte rekruttering af arbejdskraft som en mulig måde at løse udviklingsproblemer.

Sct. Clemens, Beck Pack og Jensen nævner stigende problemer med at få arbejdskraft med specielle kompetencer – herunder medarbejdere med tilstrækkelig branchekendskab. Sct. Clemens nævner tillige problemer med at få stabil ufaglært arbejdskraft.

Ikke alle virksomheder har dog problemer med at skaffe arbejdskraft. Blandt casevirksomhederne har Madam Stoltz, Lehnsgaard, Niveau2 samt Little Smart Things hidtil ikke haft problemer med at skaffe arbejdskraft. Little Smart Things har oven i købet mange med en lang uddannelse ansat, men det er tilsyneladende attraktivt at være ansat i den lille stærkt specialiserede og udviklingsorienterede virksomhed.

Den nødvendige efteruddannelse af virksomhedernes medarbejdere kræver branchespecifikke kurser på et højt fagligt niveau, og dette kan meget naturligt ikke leveres af de bornholmske uddannelsesinstitutioner. Derfor er det udbredt (og omkostningstungt) at sende medarbejderne på efteruddannelse uden for Bornholm. Casevirksomheden JF-Data benytter en anden strategi, hvor virksomheden arrangerer kurser på Bornholm, skaffer eksterne oplægsholdere og inviterer deltagere fra andre virksomheder fra Bornholm. Derved minimeres transportomkostningerne. Her er det en særlig udfordring for mange af de bornholmske virksomheder, at de traditionelle brancher skrumper. Eksempelvis kunne Niveau2 tidligere – og i samarbejde med Bornholms Tidende – afholde fælles kurser for øens grafikere med oplægsholdere udefra. I dag er der ikke grafikere nok på Bornholm til at kunne fylde et hold, og medarbejderne må derfor sendes over på kurser.

"Kan OG vil"-virksomheder og "kan ELLER vil"-virksomheder er lige aktive, når det gælder om at indhente ny viden eller trække på deres professionelle eller private netværk. De virksomheder, som "HVERKEN kan ELLER vil", er derimod langt mindre aktive i forhold til at gøre brug af forskellige muligheder for at finde løsninger på deres udviklingsproblemer. Og når det sker, er det oftest gratis kanaler til viden som medier, biblioteker og internet, som er den vigtigste videnkilde.

Kontakt til kunder og leverandører nævnes som to af de helt væsentlige kilder til ny viden – herunder til produktudvikling. Eksempelvis fremhæver Beck Pack, Jensen og Sct. Clemens disse kilder som helt essentielle for den løbende produktudvikling, og disse kilder har større betydning end de formelle vidensinstitutioner.

Der er mange mindre virksomheder på Bornholm, hvor ejerne/lederne i sin tid har været med til at etablere virksomhederne. Ofte har ejerne en faglig/håndværksmæssig baggrund, og mange af ejerne er stadig dybt involveret i virksomhedens produktionsprocesser. Dette har stor betydning for den måde, hvorpå viden indsamles og indlejres i organisationen. Innovation og produktudvikling er ikke noget, der finder sted i udviklingsafdelinger eller i tæt samarbejde med vidensinstitutioner, men derimod noget, der foregår som en intereret del af virksomhedens drift i et tæt samarbejde med kunderne – og som regel med ejer/leder dybt involveret i det praktiske arbejde. PHByg, JL-Energy, Lehnsgaard, Niveau2, SJ-Bornholm er eksempler på virksomheder, der indhenter og indlejrer ny viden på denne måde, se også Tekstboks 4.2.

Tekstboks 4.2: For PHBYG A/S er uddannelse og fokus på kundetilfredshed vejen til vækst i et vigende marked

PHBYG A/S arbejder fortrinsvis på et presset privatmarked på Bornholm. IT-løsninger er taget i brug for at kunne levere bedre kvalitet og derved få flere tilfredse private kunder. Der har givet pote, og virksomheden har kunnet fastholde en fast medarbejderstand gennem finanskrisen og er sikker på, at fremtiden byder på vækst.

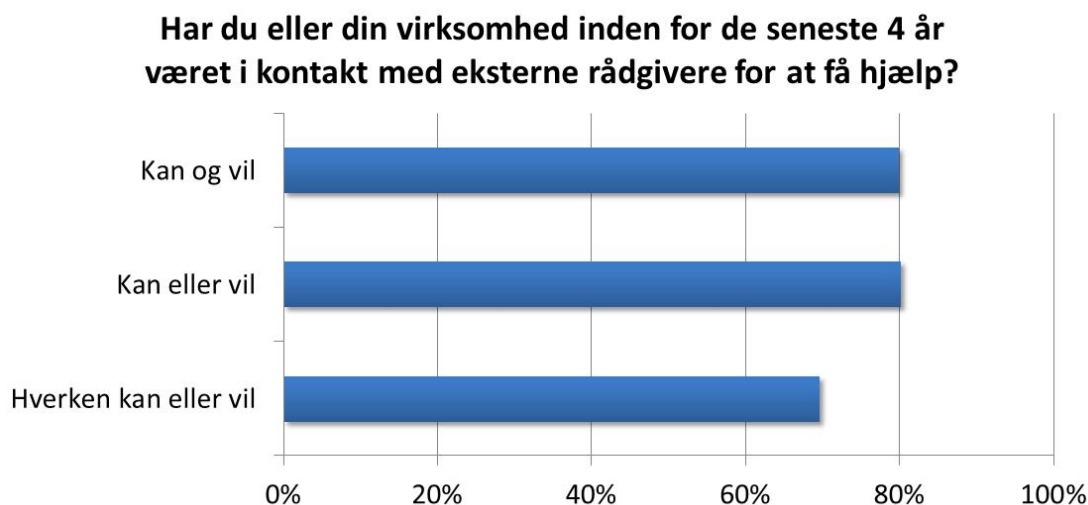
Ejeren Peter Hjorth Hansen, en typisk yngre håndværksmester, der etablerede virksomheden i 2001 i sin garage. I dag beskæftiger PHByg A/S 15 medarbejdere. PHByg A/S leverer primært mindre opgaver for private kunder. PH Byg har altid været meget fokuseret på at opfylde kundens forventninger til produkt, kvalitet og aftaler om levering og har med denne strategi kunnet fastholde en høj beskæftigelse.

Ved 10-års jubilæet for halvandet år siden besluttede Peter Hjort at lægge virksomheden om. Omkostningerne skulle nedbringes, dækningsbidraget skulle øges, og der skulle endnu mere fokus på kundetilfredshed. Som en del af denne plan startede Peter Hjort en uddannelse som bygningskonstruktør. Uddannelsen er ifølge Peter Hjort den primære årsag til, at virksomheden klarer sig godt. Dette har betydet, at han har kunnet afskaffe mellemliderlaget i organisationen, da han selv har fået indsigt i projektledelse og konkret fået kompetence til at anvende et 3D-tegneprogram.

Anvendelsen af 3D-programmet har betydet større effektivitet og større kundetilfredshed. Hver medarbejder får før hver opgave en e-mail med jobbeskrivelse og tegning af opgaven, selv når det er en lille opgave for fru Jensen. Fru Jensen har selv fået samme tegning. Dette betyder, at svenden ved præcist, hvad der skal laves, og fru Jensen kan se, om hun har fået det aftalte. Samtidig bliver kunderne opfordret til at evaluere produktet på den netbaserede Build Advisor. Omlægningen af virksomhedens organisation har medført betydelige effektiviseringer og fjernelse af spildtid samt tilfredse kunder.

Ud over de muligheder, der er spurgt ind til i Figur 4.7 (ovenfor), kan forskellige typer af virksomhedsrådgivere også være til hjælp for løsning af problemer i virksomhederne. Og 70-80 pct. af de bornholmske virksomheder benytter da også eksterne rådgivere, jf. Figur 4.8.

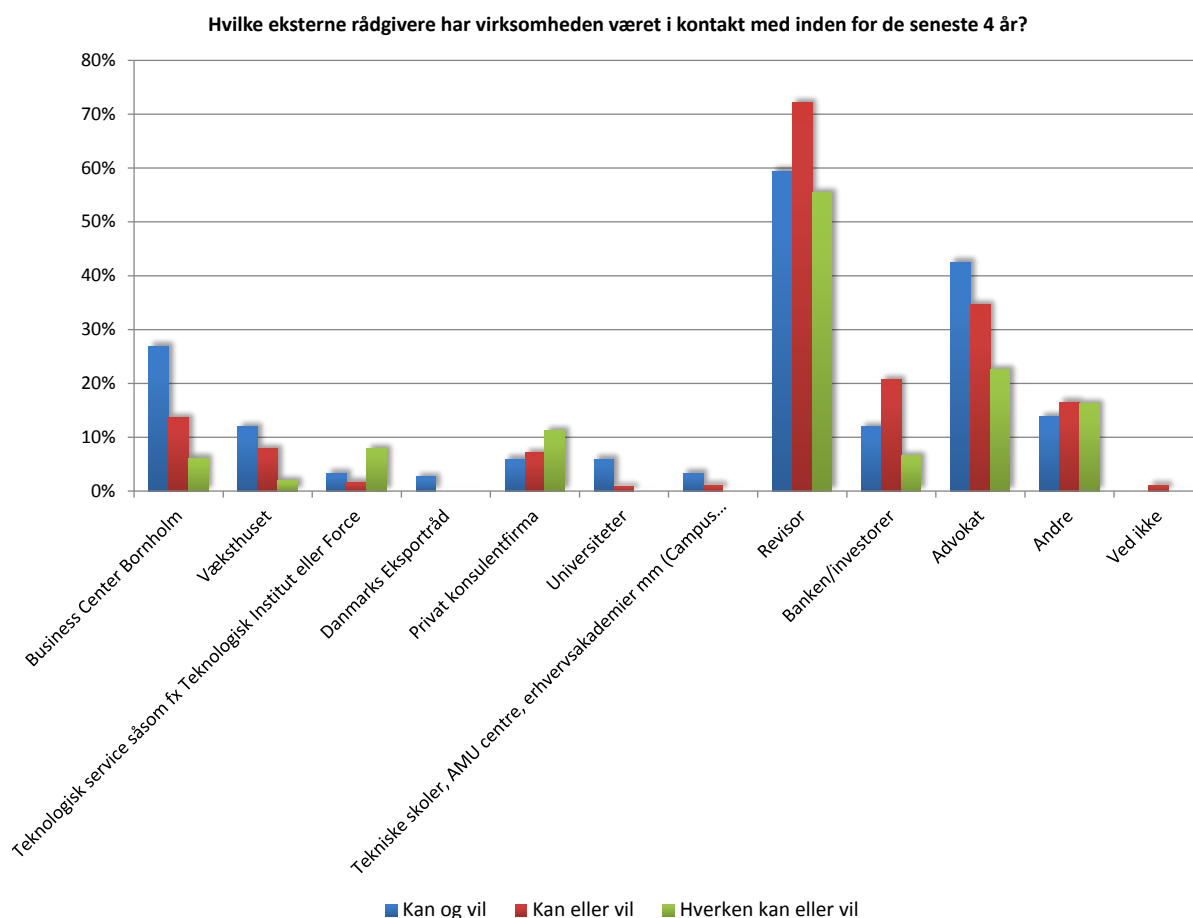
Figur 4.8: Andelen af virksomheder, der inden for de seneste 4 år har været i kontakt med en ekstern rådgiver for at få hjælp (Antal virksomheder i undersøgelsen; N; Kan OG vil: 30, Kan ELLER vil: 92 og HVERKEN kan ELLER vil: 80).



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Blandt de virksomheder, som har benyttet sig af eksterne rådgivere, er det først og fremmest revisorer, advokater og banker i nævnte rækkefølge, som virksomhederne benytter. Dette er næppe overraskende, da disse normalt er i tæt kontakt med virksomhederne. Både hvad angår spørgsmål, der er relateret til den daglige drift, ligesom de også ofte bliver spurgt til råds, når (udviklings-)problemer skal løses. Brugen af rådgivere synes ikke at være voldsomt afhængig af virksomhedernes vækstambitioner og organisatoriske ressourcer. Dog er det værd at hæfte sig ved, at "kan OG vil"-virksomhederne er noget flittigere brugere af Business Center Bornholm og Væksthuset, uden at det er en stor andel, som benytter disse muligheder, mens de øvrige virksomheder er sjældne brugere af den offentlige erhvervsfremme, jf. Figur 4.9. Dette er dog et forhold, der kan gå begge veje. Det er også muligt, at det er de offentlige erhvervsfremmeaktører, der i større udstrækning har fokus på de mest ambitiøse vækstvirksomheder? For Væksthus Hovedstaden er det en vedtægtsmæssig forudsætning, at deres fokus skal være rettet mod vækstvirksomhederne.

Figur 4.9: Andelen af virksomheder, der har anvendt forskellige typer af rådgivere inden for de seneste 4 år (Antal virksomheder i undersøgelsen; N; Kan OG vil: 30, Kan ELLER vil: 92 og HVERKEN kan ELLER vil: 80).

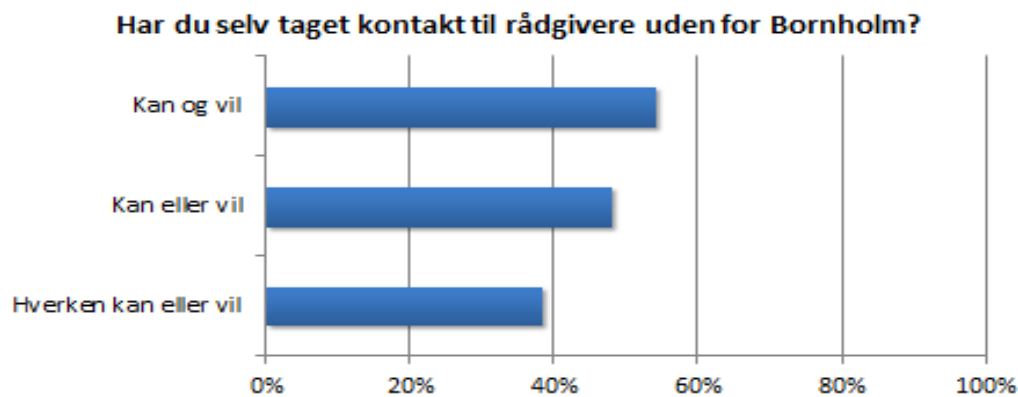


Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Ligesom mange virksomheder har kunder og leverandører uden for Bornholm, benytter mange virksomheder sig også af rådgivere uden for Bornholm. I et erhvervsliv, som bli-

ver stadig mere specialiseret, vil deres behov for rådgivning også blive mere specialiserede, hvorfor det oftere kan blive vanskeligt eller umuligt at finde en kvalificeret rådgiver på Bornholm (en specialiseret rådgiver vil i mange tilfælde ikke have et tilstrækkeligt kundeunderlag på Bornholm). Godt halvdelen af "kan OG vil"-virksomhederne har således selv taget kontakt til rådgivere uden for Bornholm – og knap så mange af de øvrige virksomheder, jf. Figur 4.10. Dette er som sådan et "sundhedstegn". Dog synes "HVERKEN kan ELLER vil"-virksomhederne at stå svagere i forhold til at få ny viden ind i deres virksomheder, som kan være vital for at udvikle deres virksomhed og overvinde et udviklings- og konkurrencepres fra omverdenen.

Figur 4.10: Andelen af virksomheder, der selv har taget kontakt til rådgivere uden for Bornholm (Antal virksomheder i undersøgelsen; N; Kan OG vil: 30, Kan ELLER vil: 92 og HVERKEN kan ELLER vil: 80).



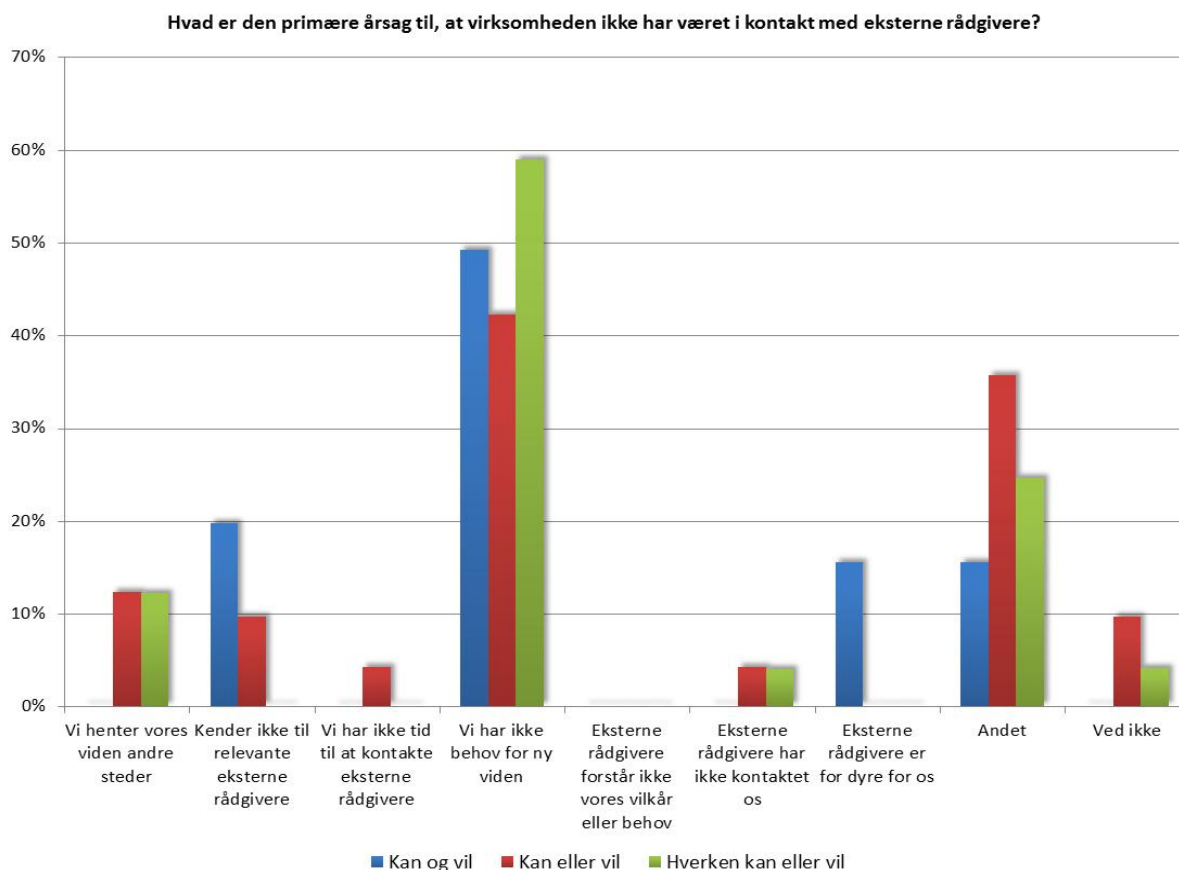
Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Der er adskillige eksempler på virksomheder, som i vid ustrækning benytter eksterne rådgivere i både faglige og økonomisk/juridiske forhold. Disse rådgivere kan være placeret hos forskellige videninstitutioner, men mere almindeligt er det at trække på rådgivning fra leverandører eller brancheorganisationer.

Sct. Clemens, Jensen, Beck Pack samt Lehnsgård benytter stærkt specialiserede faglige rådgivere uden for Bornholm. Disse rådgivere kommer både fra vidensinstitutioner og leverandører. Madam Stoltz og Sct. Clemens er blandt de casevirksomheder, der benytter økonomisk/juridisk rådgivning uden for Bornholm. Selv på det økonomisk/juridiske område er det ofte nødvendigt at have et indgående branchekendskab, og bl.a. af den grund fravælges de bornholmske rådgivere.

I forlængelse heraf er det tillige interessant at vende blikket mod de virksomheder, som ikke bruger eksterne rådgivere, for at høre hvad det skyldes, jf. Figur 4.11. Den hyppigste forklaring på ikke at bruge rådgivere er, at virksomhederne finder, at de ikke har behov for ny viden. Det kan ikke afvises, at virksomhederne ikke har et behov for ny viden, og at de rent faktisk kan klare sig med den viden, de har. Manglende brug af rådgivere hænger dog også i nogen grad sammen med få ambitioner om vækst, hvilket støttes af, at det i høj grad er "HVERKEN kan ELLER vil"-virksomheder, som finder, at de ikke har et behov for eksterne rådgivere. Endelig er det interessant at hæfte sig ved, at det kun er "kan OG vil"-virksomhederne, som anfører, at prisen for køb af ekstern rådgivning er en begrænsende faktor. Men det er samtidig også disse virksomheder, som kender markedet for rådgivning bedst.

Figur 4.11: Den primære årsag til at virksomheder ikke har været i kontakt med eksterne rådgivere – virksomheder som ikke har benyttet eksterne rådgivere inden for de seneste 4 år (Antal virksomheder i undersøgelsen; N=54)



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Generelt har virksomhederne et meget varierende kendskab til og vurdering af den offentlige erhvervsrådgivning. Generelt efterlyses en mere udadvendt (proaktiv) adfærd fra de bornholmske erhvervsrådgivere.

Når virksomhederne er blevet kontaktet af erhvervsrådgiverne, har det ofte være fordi, rådgiverne har ønsket, at virksomheden skulle deltage i et projekt. Nogle virksomheder nævner et meget begrænset udbytte af deltagelse i sådanne projekter, der ikke tager udgangspunkt i de konkrete problemer i virksomheden. Beck Pack, Lehnsgaard og Sct. Clemens er eksempler på virksomheder, der efterlyser en mere virksomhedsorienteret tilgang til erhvervsrådgivningen frem for blot at blive indskrevet som projektdeltagere i et udviklingsprojekt.

Der er dog samtidig også eksempler på virksomheder, der i stor udstrækning er tilfredse med den generelle virksomhedsrådgivning fra bl.a. BCB og Væksthus Hovedstaden. Særligt rådgivning i forbindelse med økonomistyring og strategiudvikling fremhæves. JF-DATA, PHByg A/S og Little Smart Things nævner, at de har fået god hjælp fra en erhvervskonsulent i det tidlige udviklingsforløb af virksomheden, hvor konsulenten har fungeret som sparringspartner. PHByg A/S kunne efterfølgende godt savne denne sparring.

5. Det bornholmske erhvervsliv – sammen er vi stærke?

30 pct. af alle bornholmske virksomheder har deltaget i initiativer gangsat af Vækstforum. Af de virksomheder, som har benyttet eller deltaget i initiativer igangsat af Vækstforum, vil knap 70 pct. gerne gøre brug heraf igen og 75 pct. vil tillige påtage sig et medansvar for, at den bornholmske erhvervsudviklingsstrategi bliver ført ud i livet.

5.1. Deltagelse i Vækstforuminitiativer

Det bliver ofte understreget, at en virksomheds succes ikke kun er betinget af det, som sker internt i virksomheden. Det industrielle miljø og ikke mindst det samspil, som finder sted mellem kunder og leverandører, men også mellem uddannelses- og videninstitutioner, finansieringskilder og offentlige myndigheder, antages også at have en betydning⁷. For at afdække denne problemstilling er det undersøgt, om virksomhederne har deltaget i initiativer, som har til formål at fremme erhvervs- og virksomhedsudvikling på Bornholm⁸. Direkte adspurgt svarer knap halvdelen af "kan OG vil"-virksomhederne, at de inden for de seneste 4 år har deltaget i sådanne udviklingsinitiativer. Andelen er lavere for andre virksomheder og lavest for de virksomheder, som "HVERKEN kan ELLER vil", jf. figur 5.1.

Figur 5.1: Andelen af virksomheder, som inden for de seneste 4 år har deltaget i Vækstforuminitiativer med det formål at fremme støtte til erhvervs- og virksomhedsudvikling på Bornholm (Antal virksomheder i undersøgelsen; N; Kan OG vil: 30, Kan ELLER vil: 92 og HVERKEN kan ELLER vil: 80).



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

⁷ Begrebet klynger – erhvervsmæssige klynger – er anvendt som et samlet begreb på dette fænomen (European Commission, 2008). Klynger er samtidig et udtryk for en erhvervsmæssig specialisering, som i et regionalt perspektiv yderligere kan understøttes af politiske initiativer, der er målrettet den erhvervsmæssige specialisering – men over en bred kam (fx uddannelse, innovation, erhvervsfremme mv.). Smart specialisering refererer netop til regionale erhvervsudviklingsstrategier, som bygger på denne dobbelte specialisering (OECD, 2011), (Teknologisk Institut, 2012).

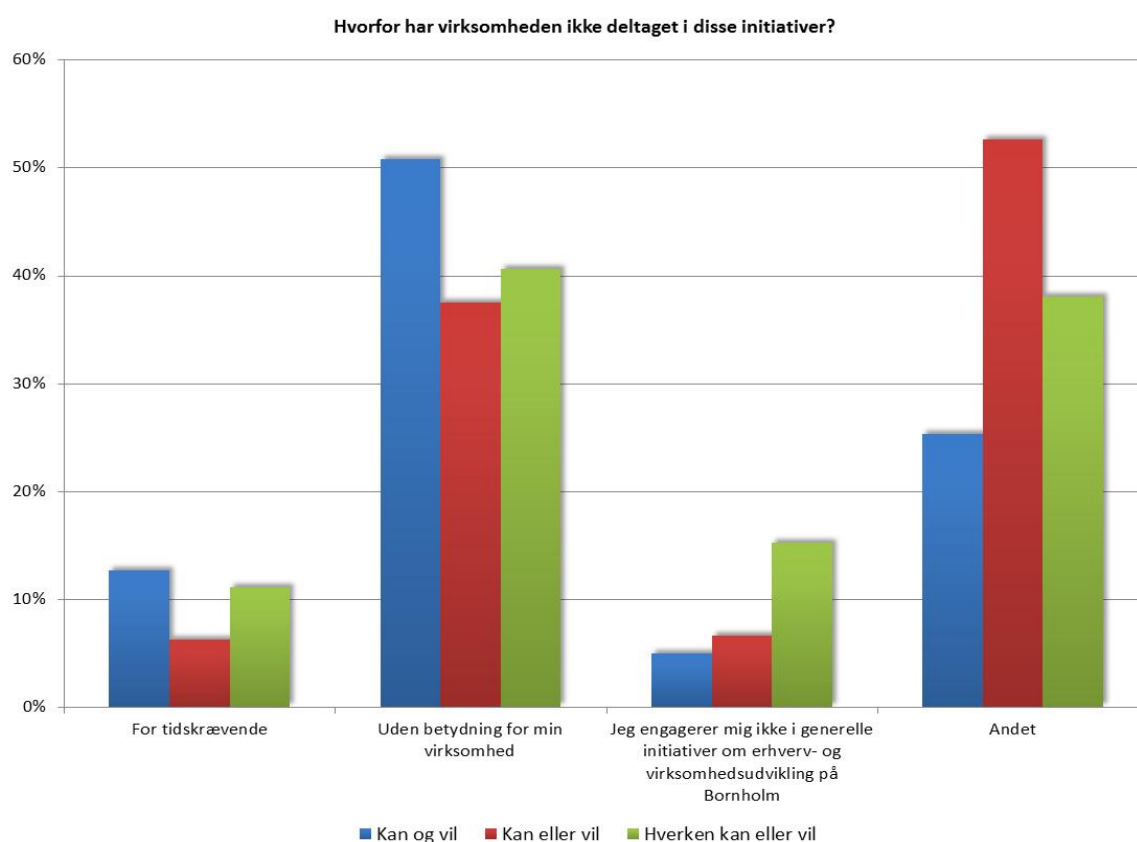
⁸ Disse initiativer kan bl.a. omfatte:

- Generel erhvervsservice: Business Center Bornholm, Væksthus Hovedstaden, Vækstfabrikken
- Klyngesamarbejder: Oplevelsesunivers, Grønt teknologiunivers, Fødevareunivers
- Kompetenceudvikling: Grøn håndværkeruddannelse, Serviceskolen, Kompetenceforum Bornholm
- Udviklingsarbejder til fremme af turismen: Kulturugen, Erhvervsturismesekretariat - Convention Bureau Bornholm
- Tema- og eventbaseret turisme.

5.2. De ikke-deltagende virksomheder

Selvom der kan argumenteres for, at der er en nytteværdi for virksomheder i at benytte eller engagere sig i de lokale erhvervsudviklingsinitiativer, er der ganske mange, som ikke udnytter disse muligheder. Op mod halvdelen begrundede dette med, at deltagelsen heri er uden betydning (værdi) for deres virksomhed, jf. Figur 5.2.

Figur 5.2: Virksomhedernes begrundelse for ikke at deltage i initiativer til fremme af erhvervs- og virksomhedsudvikling på Bornholm (Antal virksomheder i undersøgelsen; N= 138)



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Herudover anfører virksomhedslederne en række andre begrundelser under "Andet" som:

- Ikke relevant.
- Ikke behov – herunder at virksomheder orienterer sig mod dialog med deres kunder eller andre virksomheder.
- Mangel på egne ressourcer/ kompetencer.
- Mangel på viden/information om initiativerne.
- En række virksomhedsspecifikke forhold som ny ejer, nyt firma eller lignende.

Virksomhederne skal rimeligt nok forfølge deres egen forretningsstrategi – søge viden og samarbejdspartnere, hvor det er relevant og af værdi for virksomheden – og ikke blot deltage for at deltage.

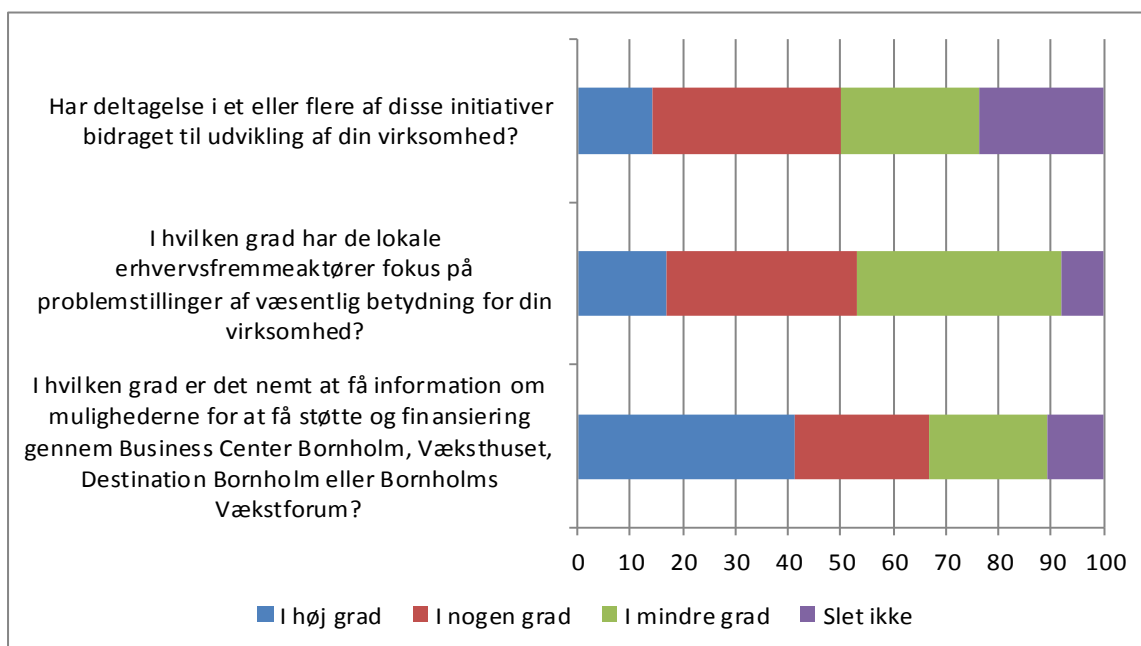
Derimod er begrundelsen ikke, at det er for tidskrævende at engagere sig i sådanne initiativer.

5.3. De deltagende virksomheder

Blandt de virksomheder, som tilkendegiver, at de har deltaget i regionale initiativer til fremme af erhvervs- og virksomhedsudvikling, jf. Figur 5.1, er det yderligere undersøgt, hvordan de ser på sådanne initiativer. Den følgende analyse bygger således på de 30 pct. (i alt 62 virksomheder), som har deltaget og således har konkrete erfaringer at udtale sig ud fra.

Blandt de virksomheder, som har benyttet eller deltaget i regionale initiativer til fremme af erhvervs- og virksomhedsudvikling, finder to tredjedele, at det i høj grad og i nogen grad har været nemt at få information om mulighederne for at få støtte og finansiering, jf. Figur 5.3. Business Center Bornholm, Væksthuset, Destination Bornholm eller Bornholms Vækstforum er således ganske synlige blandt de virksomheder, som er opsøgende og engagerede.

Figur 5.3: De deltagende virksomheders vurdering af de eksisterende initiativer inden for erhvervs- og virksomhedsudvikling (Antal virksomheder i undersøgelsen; N=62)



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

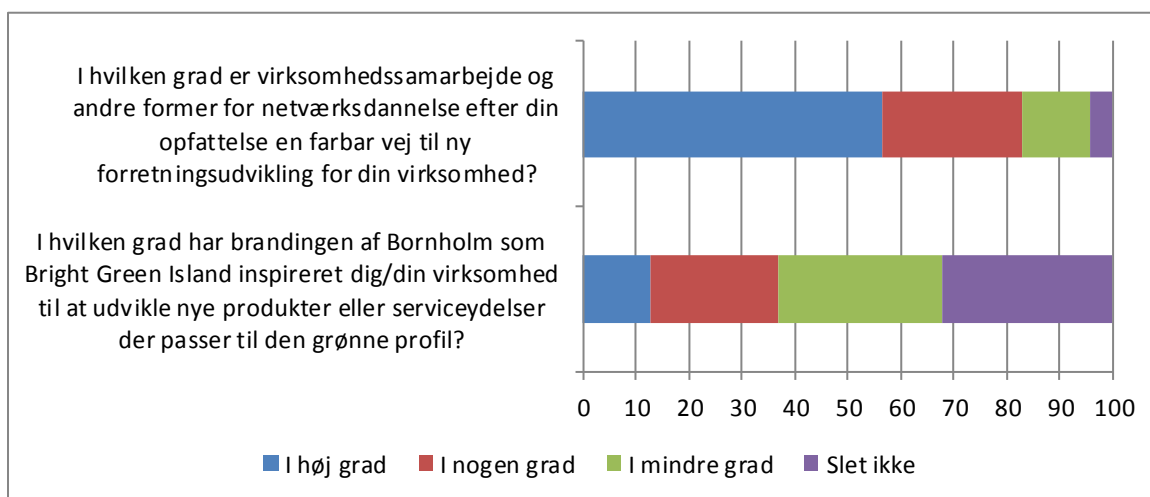
Når det kommer til, om de lokale erhvervsfremmeaktører har fokus på problemstillinger, som opleves at have betydning for den enkelte virksomhed, er der færre, som i høj grad tilkendegiver dette. Men medtages svarene "i nogen grad", er det godt halvdelen, som finder, at de har fokus på relevante problemstillinger. Der er stort set en lige så stor andel, som "i høj grad" og "i nogen grad" har haft gavn af disse initiativer ved, at det har bidraget til udvikling af deres virksomhed. At der er flere, der finder, at det er lettere at skaffe information, end det er at opnå konkret nytte af initiativerne, er næppe overraskende.

Ser vi på virksomhedernes svar opdelt efter dimensionerne "kan OG vil", tegner der sig et billede af, at "kan OG vil"-virksomheder ikke bare er bedre til at skaffe sig information.

De har også større nytte af disse initiativer i form af, at det har bidraget til udvikling af deres virksomhed, jf. Bilagstabel 3.

Regionale erhvervsudviklingsstrategier kan have forskelligt fokus og dermed også forskellige tilgange til at fremme erhvervs- og virksomhedsudvikling, se også kapitel 7 om Vækstforums erhvervsudviklingsstrategi. I kapitel 4 er der spurgt direkte ind til virksomhedernes brug af direkte virksomhedsrådgivning. Her skal fokus sættes på andre facetter af den regionale erhvervsudviklingsstrategi. Der drejer sig for det første om betydningen af spirende erhvervsområder, hvor der her er spurgt ind til satsningen "Bright Green Island", og for det andet om tiltag inden for indirekte virksomhedsudvikling, hvor der er spurgt ind til virksomhedssamarbejde og netværksdannelse, jf. Figur 5.4

Figur 5.4: Nyttens af forskellige måder at tilrettelægge initiativer inden for erhvervs- og virksomhedsudvikling (Antal virksomheder i undersøgelsen; N=62)



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Af Figur 5.4 ses – med afsæt i de to konkrete initiativområder – at de deltagende virksomheder finder, at initiativer, der er målrettet virksomhedssamarbejde og andre former for netværksdannelse, synes at være en langt mere farbar vej til forretningsudvikling end "Bright Green Island". 56 pct. af de deltagende giver udtryk for, at initiativer inden for virksomhedssamarbejde i høj grad er en farbar vej til forretningsudvikling. Men Bright Green Island har kun for 13 pct. af virksomhederne inspireret til udviklingen af nye produkter eller serviceydelser med en grøn profil.

For disse to spørgsmål tegner der sig igen et billede af, at "kan OG vil"-virksomhederne har større nytte af disse initiativer. Sammenholder man disse to initiativer med de tre grupper af "kan/vil-virksomheder", er nytteværdien af initiativer inden for samarbejde langt større for alle tre grupper end den nytte, som virksomhederne finder, de opnår af satsningen Bright Green Island, jf. Bilagstabel 4.

Selvom det kan anføres, at spørgsmålsformuleringen er forskellig, er forskellen alligevel slående. Det betyder ikke nødvendigvis, at den ene strategi er bedre end den anden. Styrkelse af virksomhedssamarbejde er nok indirekte forretningsudvikling, men det omfatter initiativer, der kan igangsættes her og nu. Bright Green Island synes at have en meget mere langsigtet karakter, ligesom satsningen ligger i en tidligere fase af et innovationsforløb (fra idé til produkt). Derfor er det forventeligt, at virksomhederne har min-

dre udbytte. Omvendt ligger der også et større ansvar – en ledelsesopgave – for initiativtagerne i at udvikle Bright Green Island, da virksomheder generelt vil være afventende over for nye idéer til innovation.

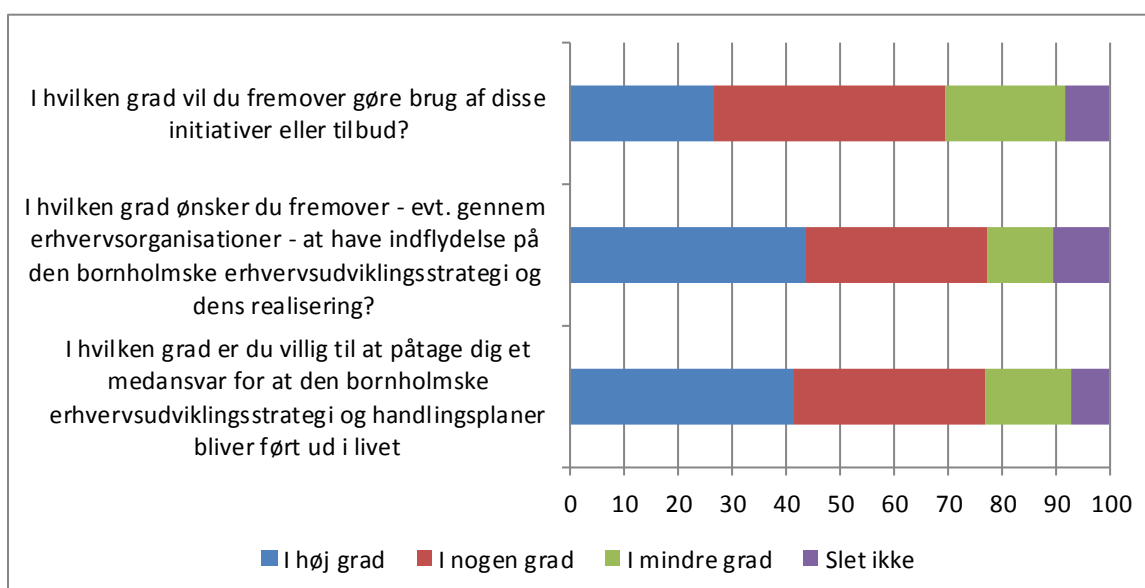
Flere af de interviewede virksomheder tilkendegav, at de havde deltaget i klyngeprojekter, men mener ikke, at udbyttet ved at deltage stod mål med indsatsen.

Sct. Clemens, Restaurant Bryghuset, PHByg A/S, JL-Energy og Lehnsgaard er eksempler på virksomheder, der generelt er åbne og interesseret i et virksomhedssamarbejde, men som samtidig synes, at de har fået et meget begrænset udbytte af at deltage i klyngeudviklingsprojekterne. Det nævnes, at virksomhedssamarbejde i udgangspunktet burde tage udgangspunkt i initiativ fra virksomhedernes side. "Opfindes" klyngerne fra oven af, vil virksomhederne ikke engagere sig i tilstrækkelig grad.

Laundry Logic og JL Energy er eksempler på virksomheder, der har oplevet en direkte nyttevirkning af den bornholmske Bright Green Island satsning. Men disse virksomheder er også blandt de få bornholmske virksomheder, der har en væsentlig del af omsætningen inden for alternative energiløsninger. Blandt en række af de øvrige casevirksomheder findes en vis skepsis over for den bornholmske miljøindsatsning.

I lyset af at der skal formuleres en ny regional erhvervsudviklingsstrategi for Bornholm, er der også spurgt ind til deres fremtidige brug af og engagement i de initiativer, der igangsættes under den regionale erhvervsudviklingsstrategi, jf. Figur 5.5.

Figur 5.5: De deltagende virksomheders fremtidige brug af erhvervs- og virksomhedsudviklingsinitiativer samt deres fremtidige engagement i den bornholmske erhvervsudvikling (Antal virksomheder i undersøgelsen; N=62)



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

I forhold til hvor stor en andel, som har nytte af de initiativer, der er igangsat i de nuværende regionale erhvervsudviklingsstrategier, jf. Figur 5.3, er andelen af virksomheder, der fremover vil gøre brug af disse initiativer, højere, jf. Figur 5.5. Der er nemlig en andel på 50 pct., som har haft nytte, over for 70 pct., som i høj grad og i nogen grad vil gøre brug af disse initiativer og tilbud fremover.

En anden væsentlig observation er, at de deltagende virksomheder ikke bare vil være brugere eller målgruppe for initiativer i den kommende regionale erhvervsudviklingsstrategi. De ønsker tillige at have indflydelse på erhvervsudviklingsstrategien **og** på dens realisering (eller implementering). Sidstnævnte ønske er uddybet ved, at 42 pct. af de deltagende virksomheder i høj grad – og 35 pct. i nogen grad - vil påtage sig et medansvar for, at den regionale erhvervsudviklingsstrategi bliver ført ud i livet.

Denne vilje til et stort engagement kendetegner især "kan OG vil"-virksomhederne, men der er også et potentiale at bygge på blandt de øvrige virksomheder, jf. Bilagstabel 5.

Hvor langt dette engagement rækker, kan vi ikke sige noget definitivt om ud fra spørgeskemaundersøgelsen. Ud fra interviewene med virksomhedslederne er der flere, der gerne vil involvere sig i de politiske processer og i udviklingen af dele af rammebetingelserne for erhvervsudvikling (fx uddannelse eller rådgivning). Det er vanskeligt at vurdere, hvor aktivt virksomhederne vil gå ind i udviklingen af spirende erhvervsudviklingsområder. Et er jo at deltage i projektudvikling og projektstyregrupper, noget andet er også at skulle påtage sig et egentligt ledelsesmæssigt og økonomiske ansvar.

Endelig viser interviewene med virksomhedslederne, at flere især større virksomheder har en interesse i at bidrage til udvikling af det regionale erhvervsmiljø og -klima og med den motivation engagerer sig i den regionale i erhvervspolitik. Jensen og Beck Pack er eksempler på virksomheder, der deltager i det generelle (delvis offentlige) erhvervsudviklingsarbejde. Østkraft, Rederiet Færgen og Ocean Prawns A/S er andre virksomheder, der har aktiviteter og et engagement i mere specifikke erhvervsudviklingstiltag på Bornholm. Rederiet Færgen er via et tæt samarbejde med Destination Bornholm med til at finansiere en række initiativer til gavn for den samlede turistsektor på Bornholm. Ledelsen i Østkraft vil gerne i yderligere omfang involveres i udviklingsprojekter inden for grøn energi og håber på denne måde på en endnu bedre koordinering mellem Østkrafts og det øvrige Bornholms forskellige miljøinitiativer. Ocean Prawns A/S er en virksomhed, hvor den primære økonomiske aktivitet (produktion og salg) finder sted uden for Bornholm, men hvor virksomheden har en strategi om at ville investere i og på anden måde finansiere projekter til gavn for den økonomiske udvikling på Østbornholm.

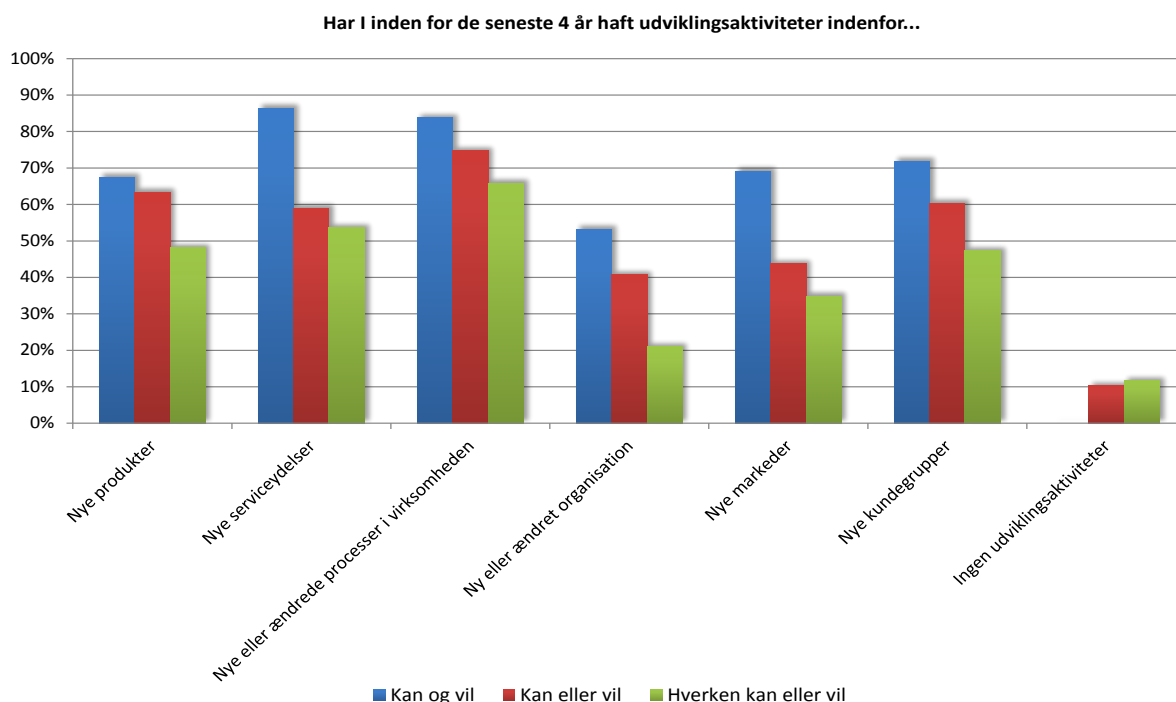
6. Erhvervsøkonomisk vækst på Bornholm

Det bornholmske erhvervsliv fokuserer på innovation. De ressourcestærke kan OG vil" virksomheder er de mest innovationsaktive, og det er tillige de virksomheder, som har den største vækst målt på antal ansatte og omsætning. Iværksætteraktiviteten har ligget nogenlunde stabil over de seneste 10 år. Faktisk er halvdelen af de eksisterende virksomheder på Bornholm etableret inden for de seneste 10 år. De bornholmske virksomheder er imidlertid udfordret på en styrkelse af produktivitet. Produktivitetstilbageslaget som følge af krisen har været kraftigere på Bornholm, og de bornholmske virksomheder har været læn- gere tid om at komme i gang igen sammenlignet med virksomheder i resten af landet. Fra 2004 til 2008 steg de bornholmske virksomheder eksport kraftig, og selvom eksporten efterfølgende er faldet noget tilbage, så har de bornholmske virksomheder faktisk klaret sig ganske hæderligt på dette område.

6.1. Vækst gennem innovation

En første indikation, på at de bornholmske virksomheder ønsker at udvikle sig – og i sidste ende fastholde deres konkurrenceevne og videre måske skabe vækst – er, om de igangsætter udviklingsaktiviteter. Det overordnede billede er, at 9 ud af 10 virksomheder har igangsat en eller anden form for udviklingsaktivitet, jf. Figur 6.1⁹.

Figur 6.1: Andelen af virksomheder som inden for de seneste 4 år har igangsat udviklingsaktiviteter (Antal virksomheder i undersøgelsen; N; Kan OG vil: 30, Kan ELLER vil: 92 og HVERKEN kan ELLER vil: 80).



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

⁹ Andre undersøgelser spørger ofte, om virksomhederne har introduceret nye produkter mv. på markedet som et output-mål for innovation. Her er der spurgt til, om "der er igangsat udviklingsaktiviteter" som et mål for innovationsaktivitet, hvilket ikke er et udtryk for succesfuld innovation.

Det er først og fremmest "kan OG vil"-virksomhederne, som igangsætter udviklingsaktiviteter og endda over en bred kam. Dvs. både inden for produkt-, proces-, organisations- og markedsinnovation. De øvrige virksomheder – "kan ELLER vil" og "HVERKEN kan ELLER vil" igangsætter færre udviklingsaktiviteter.

I første omgang er det en klar indikation på, at der blandt de bornholmske virksomheder er en vilje og en lyst til at igangsætte udviklingsaktiviteter – også blandt virksomheder med svagere forudsætninger. Så selv om ikke alle virksomheder har vækstambitioner, så har de fleste dog et ønske om at forny sig. Samlet set er der således et potentiale for at styrke den erhvervsmæssige udvikling på Bornholm.

Det er ikke muligt at sige noget om kvaliteten af disse udviklingsaktiviteter forstået som muligheder og perspektiver for markedsfølsom succes. Set i lyset af virksomhedernes forudsætninger og evner til at løse udviklingsproblemer, synes der fortsat at være et behov for en indsats for at realisere mulighederne i de igangsatte udviklingsaktiviteter.

Uden at udviklingen i antal fuldtidsbeskæftigede kan føres direkte tilbage til bestemte initiativer eller udviklingsaktiviteter, tegner der sig alligevel et billede af en beskæftigelsesmæssig udvikling, jf. Tabel 6.1. Samlet set er antal fuldtidsansatte faldet blandt alle eksisterende virksomheder. Men dette fald opvejes af job i nytilkomne virksomheder.

For de tre grupper af "kan OG vil"-virksomheder er der en meget forskellig udvikling. De eksisterende "kan OG vil"-virksomheder skaber i alt 26 job (fuldtidsansatte) eller ca. godt et job mere end gennemsnittet. Og "HVERKEN kan ELLER vil"-virksomheder har også en svag vækst – i gennemsnit 0,3 nye fuldtidsjob pr. virksomhed.

Mere kritisk ser det ud for "kan ELLER vil"-virksomheder, som mister 62 fuldtidsstillinger i perioden 2009 frem 2013 – i gennemsnit 0,7 fuldtidsstilling. Der er øjensynlig en særlig udfordring for virksomheder, der ikke går den hele vej med både høje ambitioner og forudsætninger for vækst.

Tabel 6.1: Vækst i antal fuldtidsbeskæftigede fra 2009 til i dag (Antal virksomheder i undersøgelsen; N=186).

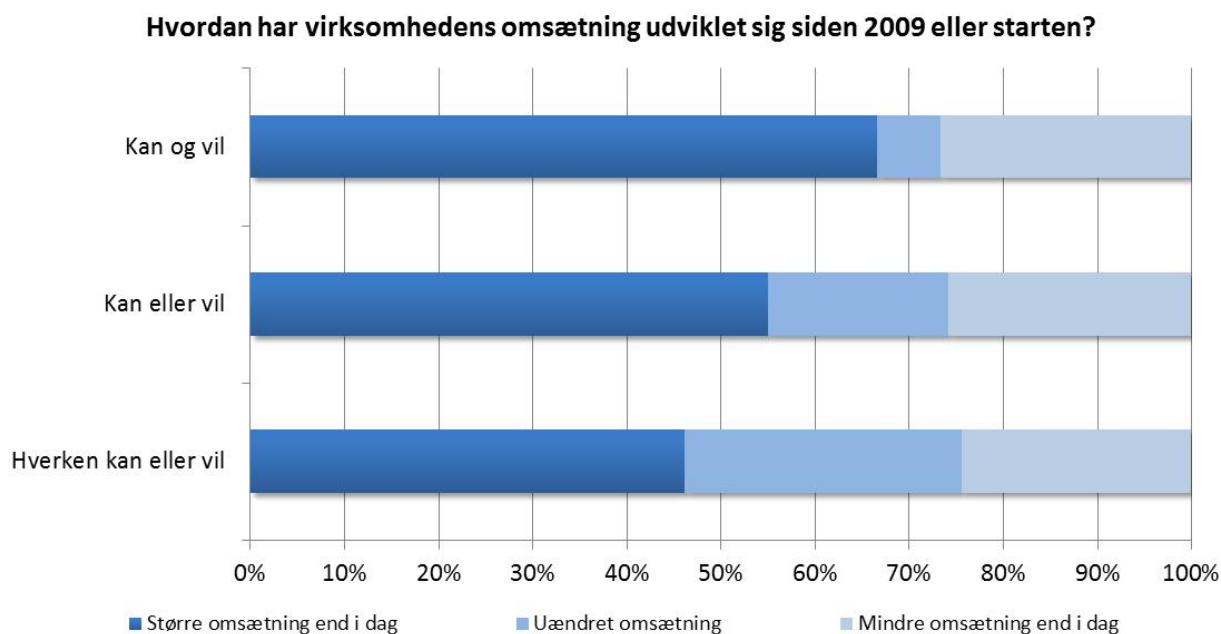
	2009	I dag (2013)		Vækst	
		I eksisterende virksomheder	I tilkomne virksomheder	I eksisterende virksomheder	I alt
Kan og vil	1320	1347	19	26	46
Kan eller vil	1452	1390	10	-62	-52
Hverken kan eller vil	521	535	14	14	27
Total	3294	3272	43	-22	21

Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Ændringerne i omsætning fra 2009 og frem til i dag (2013) giver imidlertid et noget tydeligere billede, jf. Figur 6.2, ved, at det især er "kan OG vil"-virksomhederne, som har haft en stigning i omsætningen. Når denne stigning ikke har givet anledning til flere job, kan det hænge sammen med, at det er et resultat af produktivitetstigninger – mere effektiv produktion – som ikke bliver omsat i flere job. Dette fænomen iagttages også blandt mellemstore succesfulde industrivirksomheder (Teknologisk Institut, 2013).

Omvendt er der færre af de øvrige virksomheder, som har haft en stigende omsætning og færrest af "HVERKEN kan ELLER vil"-virksomhederne.

Figur 6.2: Udvikling i den samlede omsætning fra 2009 til i dag (2013) (Antal virksomheder i undersøgelsen; N; Kan OG vil: 30, Kan ELLER vil: 92 og HVERKEN kan ELLER vil: 80).



Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

6.2. Vækst gennem nye virksomheder

Iværksætteraktiviteten i Danmark er fortsat præget af den økonomiske krise, der har lagt en dæmper på efterspørgslen både herhjemme og i landene omkring os. Men siden 2009 har iværksætteraktiviteten i Danmark trods alt været stigende. Iværksætteri er nødvendig for den fortsatte udvikling af erhvervene. En stor del af både vækst og beskæftigelse ligger i de nyetablerede firmaer.

En høj etableringsrate er derfor ikke i sig selv nødvendigvis ensbetydende med højere vækst og velstand. Det væsentlige er, at nye virksomheder formår at overleve og ikke mindst at skabe værdi og beskæftigelse. Kun på den måde kan nye virksomheder bidrage til dynamik, skærpet konkurrenceevne og højere produktivitet.

Derfor vil vi i det følgende se på tilkomsten af "reelt nye" virksomheder på Bornholm i perioden fra 2002 til 2011. Opgørelsen tager udgangspunkt i Danmarks Statistiks Generelle Firmastatistik. Den Generelle Firmastatistik dækker "reelt aktive" firmaer¹⁰ i alle brancher med oplysninger om antal firmaer og deres beskæftigelse. "Reelt nye" virksomheder er operationaliseret ved, at det pågældende firma ikke tidligere må have været økonomisk aktivt. De to afgrænsninger "reelt aktive" og "reelt nye" betyder, at de mere

¹⁰ Reelt aktive firmaer omfatter kun de firmaer, som har løntimer for ansatte lønmodtagere (baseret på elndkomstRegistret) svarende til mindst 0,5 årsværk og/eller har haft en beregnet indtjening af en vis størrelse.

hobbybetonede virksomheder og virksomheder med begrænset og lejlighedsvis aktivitet ikke indgår i opgørelsen.

Som gennemsnit for perioden 2002 til 2011 er der årligt blevet etableret 183 firmaer på Bornholm. Dette omfatter både private og offentlige firmaer. En stor del af disse firmaer er imidlertid allerede forsvundet igen. Som det fremgår af Tabel 6.2, er det kun 1.042 (57 pct.) af de virksomheder, der er blevet etableret i 10-året fra 2002 til 2011, der stadig eksisterer i 2011. Endvidere fremgår det af tabellen, at der i 2011 findes 2.098 firmaer på Bornholm. De nyetablerede udgør således ca. 50 pct. af det samlede antal firmaer på øen.

Tabel 6.2: Iværksætterdynamik

	Eksisterede før 2002	Etableret 2002-2011	I alt
Lukket inden 2011	1.015	795	1.810
Eksisterer i 2011	1.056	1.042	2.098
I alt	2.071	1.837	3.908

Kilder: Danmarks Statistik, firmastatistik. Specialudtræk via CRT.

I Tabel 6.3 er der en opgørelse af de nye firmaers fordeling på etableringsår. Oversigten omfatter kun de virksomheder, der stadig er aktive i 2011. Desto yngre en virksomhed er, desto større overlevelsessandsynlighed, da der jo ganske simpelt ikke har været så mange år, hvor det har kunnet gå galt. Gennemsnitligt er der således blevet etableret 100 levedygtige virksomheder pr. år.

Tabel 6.3: Iværksætteres overlevelse

År	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Antal	109	63	108	94	96	92	148	89	87	157
Antal, akkum.	109	172	280	374	470	562	709	798	885	1042

Kilder: Danmarks Statistik, firmastatistik. Specialudtræk via CRT.

Af de 1042 nyetablerede virksomheder ligger de 907 virksomheder (minus energiforsyning, undervisning, sundhed og socialvæsen samt kultur og fritid) inden for de typiske private brancher, jf. Tabel 6.4

Sammenlagt beskæftiger de 1042 nye firmaer 3.381 personer i 2011. Den samlede registerbaserede beskæftigelse på Bornholm var i 2011 på 17.434 personer. Dette svarer til, at de nyetablerede virksomheder står for 19 pct. af den bornholmske beskæftigelse (selvom de nyetablerede som tidligere nævnt udgør 50 pct. af samtlige firmaer på øen). De nyetablerede er med andre ord betydelig mindre end de ældre virksomheder, hvilket der jo heller ikke er noget overraskende i. I gennemsnit beskæftiger de nyetablerede virksomheder 3,2 pr. virksomhed.

Tabel 6.4: Nye virksomheder fordelt på branche

Branche	Beskæftigede 2006	Beskæftigede 2011	Virksomheder 2011	Beskæftigelse pr. virksomhed 2011
Landbrug, skovbrug og fiskeri	108	245	157	1,6
Industri	189	289	75	3,9
Energiforsyning	56	105	5	21,0
Bygge og anlæg	252	468	127	3,7
Handel	461	760	146	5,2
Transport	94	137	21	6,5
Hoteller og restauranter	210	343	104	3,3
Information og kommunikation	15	51	27	1,9
Finansiering og forsikring	8	16	7	2,3
Ejendomshandel og udlejning	58	111	53	2,1
Videnservice	71	191	73	2,6
Rejsebureauer, rengøring og anden operationel service	62	129	63	2,0
Undervisning	59	97	20	4,9
Sundhed og socialvæsen	123	284	89	3,2
Kultur og fritid	22	63	21	3,0
Andre serviceydelser mv.	40	92	54	1,7
Beskæftigede	1828	3381	1042	3,2
Virksomheder	470	1042		
I de typisk private brancher	1568	2832	907	3,1

Kilder: CRT Egene beregninger på basis af DST Firmastatistik og RAS.

Det er interessant at bemærke, hvorledes nyetableringerne finder sted inden for en lang række forskellige brancher – også inden for brancher, der overordnet er i beskæftigelsesmæssig tilbagegang. Eksempelvis er der etableret 157 virksomheder med 245 beskæftigede inden for landbrug mv. De brancher, hvor der via nyetableringer er blevet skabt mest beskæftigelse, er Handel samt Bygge og Anlæg. Her er der skabt hhv. 760 og 468 arbejdspladser. En tredje branche, hvor der skabes mange arbejdspladser via nyetableringer, er Hoteller og restauranter.

Hvis man ser lidt nærmere på iværksætternes baggrund, så fremgår det, at gennemsnitsalderen for en iværksætter ligger på godt 42 år. De yngste iværksættere finder man inden for Hotel- og restaurationsbranchen (35 år) og den ældste inden for Finansiering og forsikring (58 år). De fleste iværksættere er mænd (64 pct.), men der er stor forskel på kønsfordelingen fra branche til branche. Inden for Bygge og anlæg er 94 pct. af iværksætterne mænd, mens det kun er tilfældet for 24 pct. af iværksætterne inden for Social og sundhed.

62 pct. af iværksætterne har en kompetencegivende uddannelse, hvilket omvendt vil sige, at 38 pct. er ufaglærte eller højst har en gymnasial uddannelse. Også her er der stor forskel på brancherne. Inden for Hotel og restauration er 62 pct. af iværksætterne uden en kompetencegivende uddannelse. Inden for Social og sundhedsvæsenet samt

inden for Andre serviceydelser er omkring 20 pct. af iværksætterne uden en kompetencegivende uddannelse.

Nedenfor i Tabel 6.5 ses en oversigt over antallet af nyetableringer på Bornholm og i de to sammenligningskommuner Lolland og Tønder i perioden. Iværksætterraten er højest i Tønder, og iværksætterne er ældst og med flere kvindelige iværksættere på Bornholm. Der er dog kun marginale forskelle på de tre kommuner.

Tabel 6.5: Ny virksomheder i perioden 2002 til 2011, Bornholm, Lolland og Tønder

	Antal nye virksomheder pr. år 2002-2011	Befolkning 2011	Iværk- sætterrata 2002-2011	Alder ved etablering	Andel mandlige iværksættere
Bornholm	104,3	41.303	0,25%	42 år	64%
Lolland	96,9	46.111	0,21%	41 år	66%
Tønder	106,5	39.464	0,27%	41 år	65%

Kilder: CRT Egene beregninger på basis af DST Firmastatistik og RAS.

6.3. Erhvervsøkonomisk vækst på Bornholm

Ovenstående har fokus på, hvad den enkelte virksomhed gør (fx innovation og markedsorientering) for at skabe vækst. Den økonomiske effekt af alle virksomheders indsats kan også opgøres ved at se på den samlede værditilvækst og produktivitet for hele erhvervslevet.

Analyserne i dette afsnit baseres på det regionaliserede nationalregnskab, hvorved der fås et korrekt, men også mindre aktuelt udtryk for værdiskabelsen og produktivitetsudviklingen inden for de forskellige dele af det bornholmske erhvervsliv. Endvidere muliggør nationalregnskabsdata en konsistent sammenligning med andre områder i Danmark.

Den økonomiske værdi, der skabes i erhvervet (værditilvæksten) opgøres ved at sætte værdiskabelse i forhold til arbejdsindsatsen, hvorved det er muligt at beregne produktiviteten i de forskellige grene af det bornholmske erhvervsliv¹¹.

6.3.1. Produktivitetsudvikling

Sammenlignet med både landsniveau og de to udvalgte sammenligningskommuner (Lolland og Tønder) har Bornholm en relativ lav produktivitet. Den gennemsnitlige bornholmske produktivitet nåede i 2012 op på 420.000 kr., hvilket betyder, at Bornholm i gennemsnit skaber værdier for 420.000 kr. pr. beskæftiget. På landsplan lå den gennemsnitlige produktivitet i 2012 på 557.000 kr. pr. beskæftiget. Den bornholmske produktivitet ligger således på 75 pct. af landsgennemsnittet. Som det fremgår af Figur 6.3, har Bornholm også problemer med at følge den nationale produktivitetsudvikling, og afstanden til landsgennemsnittet er til og med øget over årene. Finanskrisen i 2008 gik i første om-

¹¹ Mere præcist er der således tale om beregning af den såkaldte arbejdsproduktivitet. I de gennemførte analyser er der foretaget en regionalisering efter arbejdssted, hvilket betyder, at områdernes bidrag til den samlede værdiskabelse i samfundet ikke påvirkes af, hvor virksomhedernes hovedsæder tilfældigvis er lokaliseret, eller hvor arbejdstagerne har valgt at bosætte sig, men udelukkende måler de værdier, der rent faktisk skabes på de bornholmske arbejdspladser.

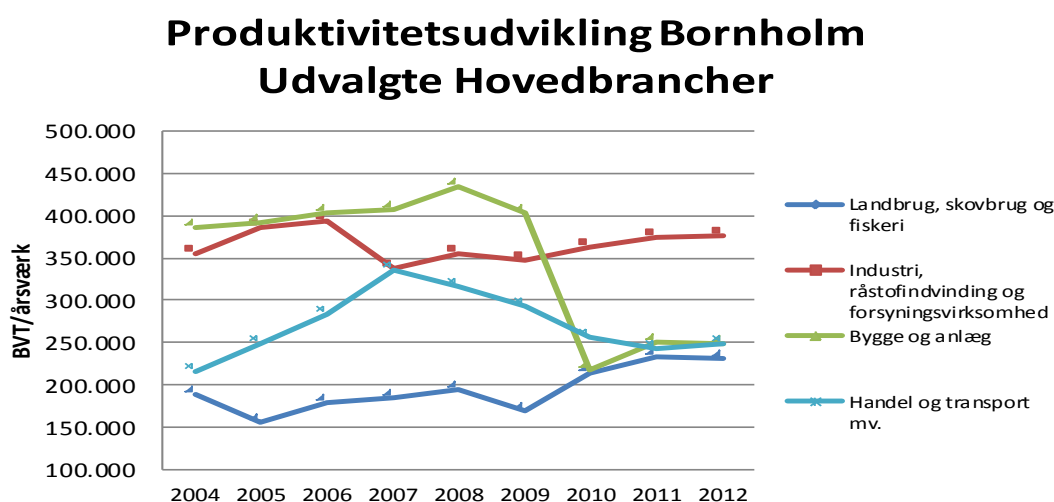
gang ud over produktiviteten, men nedskæringer og rationaliseringer har efterfølgende fået produktiviteten op igen. Som det fremgår af figuren, har Bornholm – i modsætning til både landsgennemsnittet og Tønder – været langsommere til at komme i gang igen oven på krisen. Til gengæld er der – i modsætning til situationen på Lolland – i de seneste par år igen kommet gang i den bornholmske produktivitetsudvikling.

Figur 6.3: Produktivitetsudvikling i udvalgte kommuner 2004-2012



Kilde: Danmarks Statistik, Det Regionale Nationalregnskab samt Den Regionale Overvågningsmodel.

Figur 6.4: Produktivitetsudvikling, udvalgte hovedbrancher



Kilde: Danmarks Statistik; Det regionale nationalregnskab.

I Figur 6.4 er der sat fokus på produktivitetsudviklingen inden for fire af de beskæftigelsesmæssigt tunge private hovedbrancher. For så vidt angår bygge- og anlægsbranchen, er det tydeligt at se denne branches konjunkturfølsomhed. Op til 2008 havde bygge- og anlægsbranchen en ganske høj produktivitet, men fra 2008 til 2010 faldt produktiviteten drastisk (med godt 40 pct.) – primært på grund af et stort fald i aktiviteten. Hovedbran-

chen Handel og transport er også ganske påvirket af faldet i den økonomiske aktivitet oven på finanskrisen. Produktiviteten i alle hovedbrancher blev imidlertid påvirket af krisen, men slet ikke i samme omfang. Her skal der peges på, at industrien mv. har været bedst til at tilpasse sig nye konkurrencevilkår ved at have fokus på produktivitetsudviklingen. Efterfølgende er produktiviteten – primært via rationaliseringer og indskrænkninger – igen på vej op i alle hovedbrancher.

I Tabel 6.6 sættes den bornholmske produktivitetsudvikling i udvalgte private brancher i forhold til den landsdækkende produktivitetsudvikling i samme branche. De private brancher er udvalgt ud fra det kriterium, at der i 2012 skal være en samlet beskæftigelse på mindst 100 personer inden for den pågældende branche.

Tabel 6.6: Bornholmsk produktivitet på brancher i forhold til landgennemsnittet, private hovedbrancher

Branche	Beskæftigelse 2012	Produktivet i forhold landsgennemsnit			Ændring fra 2004 til 2012
		2004	2008	2012	
Landbrug, skovbrug og fiskeri	920	66%	100%	76%	10%
Føde-, drikke- og tobaksvarerindustri	621	55%	34%	48%	-8%
Plast-, glas- og betonindustri	181	94%	53%	18%	-76%
Maskinindustri	462	79%	70%	91%	12%
Møbel og anden industri	109	72%	91%	81%	9%
Bygge og anlæg	1.172	94%	94%	55%	-39%
Handel	2.254	80%	101%	63%	-17%
Transport	951	21%	53%	39%	19%
Hoteller og restauranter	651	114%	84%	115%	2%
Forlag, tv og radio	395	97%	64%	56%	-40%
Finansiering og forsikring	203	96%	85%	83%	-13%
Rådgivning mv.	325	73%	73%	79%	7%
Rejsebureauer, rengøring og anden operationel service	775	57%	44%	50%	-8%

Kilde: Danmarks Statistik; Det regionale nationalregnskab.

Som det fremgår af Tabel 6.6, ligger den samlede bornholmske produktivitet på 75-80 pct. af den landsdækkende produktivitet. Den finansielle krise har udvidet forskellen mellem Bornholm og resten af landet, da Bornholm har været længere tid om at få gang i produktivitetsudviklingen igen. I Tabel 6.6 ses det, hvorledes produktiviteten har udviklet sig inden for de beskæftigelsesmæssigt tunge private brancher på Bornholm.

Tabellen skal læses på følgende måde: Tilbage i 2004 udgjorde den bornholmske produktivitet inden for Føde-, drikke-, og tobaksvarerindustrien 55 pct. af den landsdækkende produktivitet inden for denne branche. Denne andel er i 2012 reduceret til 48 pct., og den pågældende bornholmske branche har således tabt konkurrenceevne i forhold til konkurrenter i samme branche i den øvrige del af landet. Det er inden for stort set alle dele af det private erhvervsliv, at den bornholmske konkurrenceevne er blevet forringet i den betragtede periode, dog ikke inden for "Maskinindustri".

De bornholmske brancher, der har den laveste produktivitet i 2012 i forhold til deres kollegaer i samme branche i resten af landet, er "Plast-, glas- og betonindustrien" samt "Transport".

De bornholmske brancher, der i perioden har haft det største relative tab i produktivitet, er "Plast-, glas- og betonindustrien" samt "Forlag, TV og Radio".

De bornholmske virksomheder inden for Hotel- og restaurationsbranchen har både i starten og i slutningen af perioden en højere produktivitet end deres kollegaer i den øvrige del af landet. I den forbindelse skal det erindres, at der er tale om en branche, hvor produktiviteten generelt er lav. Lidt populært kan man sige, at det inden for branchen blot står lidt værre til i den øvrige del af landet end på Bornholm.

6.3.2. Eksportudvikling

Eksporten fra de bornholmske virksomheder kan opgøres enten med udgangspunkt i det regionaliserede nationalregnskab eller med udgangspunkt i virksomhedernes regnskabsstatistik. Der er fordele og ulemper forbundet med begge metoder. Vi har valgt at opgøre den bornholmske eksportudvikling med udgangspunkt i det regionaliserede nationalregnskab. Herved benyttes det samme grundlæggende princip som ved opgørelse af produktiviteten (bruttoværditilvækst i forhold til arbejdsindsats) i de forskellige brancher på Bornholm. Opgørelsen for 2010 og 2012 er baseret på det foreløbige nationalregnskab.

I nationalregnskabet henføres produktionsværdien til den producerende branche. I virksomhedernes regnskabsstatistik opgøres eksportværdien i modsætning hertil i forhold til den eksporterende branche. Det betyder eksempelvis, at værdien af landbrugets eksport i regnskabsstatistikken henføres til engrosbranchen, der varetager eksporten. I nationalregnskabet optræder eksportværdien under landbruget. En ulempe ved det regionaliserede nationalregnskab er helt klart den usikkerhed, der opstår, når regionaliseringen gennemføres helt ned på kommuneniveau.

Den samlede værdi af den bornholmske produktion er steget fra 13,3 mia. i 2004 til 17,2 mia. i 2012, jf. Tabel 6.7.

Tabel 6.7: Den samlede eksport fra Bornholm, 2004- 2012, mio. kr., løbende priser

Bornholm	2004	2006	2008	2010	2012
Produktion - løbende priser (mio.kr)	13.358	15.264	16.708	16.379	17.250
Eksport til udlandet - løbende priser (mio. kr.)	2.924	3.692	5.271	3.899	4.571
Eksportandel	21,9%	24,2%	31,5%	23,8%	26,5%
Indeks, Eksportudvikling, hele landet	100	128	144	133	150
Indeks, Eksportudvikling Bornholm	100	126	180	133	156
Indeks, eksportudvikling, Tønder	100	116	122	122	149
Indeks, eksportudvikling, Lolland	100	125	122	111	120

Kilde: Den Regionale overvågningsmodel, CRT samt Danmarks Statistik.

I samme periode er eksportværdien øget fra 2,9 til 4,6 mia. kr. Eksportandelen toppede umiddelbart før krisen. I perioden fra 2004 til 2008 steg eksporten fra Bornholm i et højere tempo end på landplan, og selvom eksporten fra Bornholm til udlandet efterfølgende er faldet noget tilbage, så ligger eksporten i 2012 56 pct. over niveauet i 2004. Selvom den bornholmske eksport faldt tilbage i krisen, så har de bornholmske virksomheder trods alt klaret sig ganske hæderligt igennem krisen – både sammenlignet med landsniveau og sammenlignet med de to andre yderkommuner Tønder og Lolland.

7. Erhvervsudviklingsstrategi 2011-2014

Erhvervsstrategien 2011-2014 har et klart udgangspunkt i særlige bornholmske potentialer. Der ganske få aktører, der står for at implementere strategien gennem projekter støttet af Vækstforum. Den virksomhedsrettede erhvervsfremme har fortrinsvis haft karakter af overordnede programmer målrettet indirekte virksomhedsudvikling.

Med Kommunalreformen i 2007 og dannelsen af de nye regioner blev erhvervsfremme-strukturen samtidig ændret til et system bestående af regionale vækstfora og parallelt dannelse af regionale væksthuse, der varetager den offentlige erhvervsfremmeindsats. Vækstforaene er en ny organisering, som skal:

- Skabe bedre rammer for udviklingen af de lokale og regionale vækstvilkår.
- Give kommunerne, virksomhederne og arbejdsmarkedets parter adgang til at deltage i prioriteringen af de lokale investeringer i vækstvilkårene, som skulle medfinansieres med EU's strukturfondsmidler.
- Styrke samspillet mellem forskellige erhvervsudviklingsinitiativer gennem en samtidig indflydelse på anvendelsen af EU's strukturfondsmidler og nationale midler til erhvervsudvikling – herunder særligt regionale erhvervsudviklingsmidler.
- Sikre en sammenhængende regional og lokal erhvervsudviklingsindsats inden for den nationale og europæiske vækststrategi¹².

Grundet særlige behov har Bornholm som den eneste kommune i Danmark sit eget vækstforum. I praksis betyder det, at Vækstforums erhvervsstrategi erstatter en kommunal erhvervsstrategi, samtidig med at Bornholm gennem Vækstforum får indstillingsretten til projekter, der støttes af EU's Regional- og Socialfond samt regionale erhvervsudviklingsudviklingsmidler. Bornholm har således – sammenlignet med andre kommuner – et gunstigt udgangspunkt. 40 pct. af de danske kommuner fører en erhvervsstrategi, der først og fremmest tager udgangspunkt i kommunale mål og i mindre grad understøttes af en regional erhvervsstrategi¹³. Dette er ikke tilfældet på Bornholm.

Derudover kan det tilføjes, at med denne bornholmske særordning, er Bornholm underlagt rammer for erhvervsfremmeindsatsen, som er designet til at danne rammen for erhvervsfremmeindsatsen i regioner med et betydeligt større befolkningsunderlag, et stort antal kommuner samt egne regionale viden- og universitetsmiljøer. På den ene side har Bornholm de bedste forudsætninger for at skabe sammenhæng mellem kommune og erhvervsstrategi. Men på den anden side er øen underlagt rammer, der er udstykket af den nationale og EU's vækststrategi, som i udgangspunktet retter sig mod regioner med helt andre forudsætninger end Bornholm. Vækstforums tre primære opgaver er således:

- At udarbejde en erhvervsudviklingsstrategi.
- At overvåge de regionale og lokale vækstvilkår.
- At afgive indstilling til projekter til medfinansiering.

¹²http://www.regioner.dk/~media/Mediebibliotek_2011/Om%20regionerne/Evaluering%20af%20kommunalreformen%20040313.ashx side 225

7.1. Ressourcer og rammer for Bornholms Vækstforum

De økonomiske ressourcer, Bornholms Vækstforum har haft til rådighed, har været EU's strukturfondsmidler og nationale regionale udviklingsmidler til medfinansiering til EU-fondene. Tildeling af EU's strukturfondsmidler gives som en samlet ramme for strukturfondsperioden 2007-2013 og strækker sig dermed over de to erhvervsstrategiperioder. Den samlede ramme til rådighed for hele perioden har været på ca. 180 millioner kroner, jf. Tabel 7.1.

Tabel 7.1: Økonomiske ressourcer til rådighed for realisering er den regionale erhvervsudviklingsstrategi 2007- 2013, kr.

	Indstillet	Ramme 2007 -2013
Regionale udviklingsmidler	68.097.009	67.432.465
Regionalfonden	52.828.789	55.757.125
Socialfonden	59.913.024	59.757.125
Sum	180.838.822	182.946.715

Kilde: Sekretariatet for Bornholms vækstforum.

Overordnet kan ressourcerne fordeles på fire indsatsområder, der tager afsæt i de fire vækstkilder udpeget af OECD:

- Udvikling af menneskelige ressourcer
- Innovation, videndeling og videnopbygning
- Anvendelse af ny teknologi
- Etablering og udvikling af nye virksomheder.

Rammerne for udmøntningen af strategiarbejdet sættes af EU-strukturfondsmidlerne og de regionale udviklingsmidler, jf. Lov om erhvervsfremme. Dette omfatter også de administrative procedurer omkring EU-projekter samt en præcisering af, hvad der kan gives støtte til.

7.2. Vækstforums arbejde – hvordan er opgaven løst?

Opgaven kan på det helt overordnede plan beskrives som at skabe vækst og udvikling på Bornholm med midler og rammer designet til danske regioner, men her målrettet en dansk yderkommune, som kan karakteriseres som et landdistrikt.

Opgaven på Bornholm adskiller sig hermed væsentligt fra opgaven i andre danske vækstfora. Opgaven ligger i et spændingsfelt mellem regional erhvervs politik – med vægt på rammebetingelser og vidensøkonomi – og landdistrikts politik. OECD lancerede i 2006 det nye landdistriktsparadigme (OECD, 2006). Det nye paradigme lægger afstand til den traditionelle ensrettede landbrugspolitik og fokuserer på det enkelte steds særlige muligheder og lægger op til at skabe udvikling på baggrund af samarbejde mellem myndigheder, borgere, virksomheder, foreninger og frivillige organisationer i lokalområderne.

Bornholms Vækstforum skal således definere Bornholms særlige ressourcer og virksomhedernes væsentligste udfordringer og rammebetingelser og med dette udgangspunkt udarbejde strategier og handlingsplaner og implementere handlinger, der skaber forudsætninger for eller fremmer virksomhedernes vækst og udvikling.

Rapporten "Trods dårlige Odds" (Realdania, 2010) viser en række meget forskellige vest-europæiske eksempler på, hvordan yderområder opfatter, organiserer og løser regionale udviklingsopgaver. I lande, der søger at skabe lokal udvikling med udgangspunkt i stedets særlige forudsætninger, er der store forskelle på, hvor den viden, der skal danne grundlag for at vælge den rette strategi og de rette projekter, er placeret organisatorisk.

I Tyskland har det ansvarlige ministerium i forbindelse med projektet Regionen Aktiv eksempelvis omdefineret sin rolle fra at være donor og kontrollør til en mere proaktiv rolle som rådgiver. I Skotland er landdistriktsudviklingen lagt i hænderne på to udviklingselskaber, der inden for politisk udstukne retningslinjer har fået mandat til at støtte projekter, som, selskaberne vurderer, er strategisk fornuftige at iværksætte for den pågældende regions udvikling.

I den danske model er det op til de enkelte vækstfora at involvere og engagere ikke bare sin egen organisation, men også en bred kreds af erhvervsfremmeaktører, videninstitutioner, erhvervslivet og arbejdsmarkedets parter.

Afslutningsvis vil det blive diskuteret, hvordan Bornholm har håndteret at skabe erhvervsfremme med udgangspunkt i en model, der er designet til erhvervsfremme i danske regioner, der er betydeligt større end Bornholm.

7.2.1. Organisering af indsatsen

Bornholms Vækstforum er i princippet sammensat som de øvrige vækstfora, hvor sammensætningen afspejler idegrundlaget "trippel helix-modellen" med repræsentanter fra vidensmiljøer, myndigheder, arbejdsmarkedets organisationer og erhvervsliv. I en erkendelse af at Bornholm er en lille region og med fraværet af store vidensmiljøer har udenørs ressourcepersoner og videninstitutioner fået plads i det bornholmske Vækstforum.

Vækstforum har som sagt til opgave at udforme en erhvervsstrategi, der udmøntes i konkrete handlingsplaner, der danner rammen for vurderingen af projektansøgninger og det konkrete indhold i de opgaver, som operatørerne udfører for vækstforum. Det bornholmske vækstforums operatører er primært Business Center Bornholm (BCB), Destinations Bornholm samt Bornholms Akademi.

Bornholms Vækstforum serviceres af et sekretariat, som i princippet har samme opgaveportefølje som andre danske vækstforas sekretariater – nemlig at forberede møder, udarbejde strategi- og handlingsplaner, varetage kontakten til Vækstforums operatører, rådgive i forbindelse med projektudvikling og udarbejde sagsfremstilling for Vækstforum mv. Andre danske vækstforumsekretariater er betydeligt større end det bornholmske. Til sammenligning kan nævnes, at enheden for Regional Udvikling i Region Midtjylland beskæftiger 122 årsværk. Heraf udgør vækstforumsekretariatet 66 årsværk og er opdelt i faglige miljøer for kompetence og virksomhedsudvikling, oplevelsesøkonomi osv. Det bornholmske vækstforumsekretariat arbejder i princippet med lige så mange fagligheder som de øvrige regionale vækstfora, men består af ca. 6 årsværk – heraf tre årsværk, der – som generalister – arbejder med de faglige indsatsfelter.

7.2.2. Opfattelsen af udfordringen og mulighederne

Erhvervsstrategien 2011-2014 er Vækstforums anden erhvervsstrategi og bygger videre på erfaringer og resultater, der er opnået i første strategiperiode. En væsentlig kilde til problemopfattelsen er Vækstforums overvågning af de regionale og lokale vækstvilkår, som blandt andet omfatter analyser af den økonomiske udvikling på Bornholm dokumenteret i tre notater, der er udarbejdet af Center for Regional- og Turismeforskning og sekretariatet for Bornholms Vækstforum.

Helt overordnet peger notaterne på en række lokaløkonomiske udfordringer som fraflytning af unge, faldende arbejdsstyrke og en fremtidig stor mangel på kompetencer på det bornholmske arbejdsmarked mv. uden dog at pege på, hvilke strategiske handlinger der kan imødegå disse udfordringer.

En spørgeskemaundersøgelse giver et interessant tidsbillede af, hvordan bornholmske virksomheder opfattede finanskrisen. Men som input til en erhvervsstrategi er det mest interessante, at et stort flertal af de deltagende virksomheder angiver, at de ønsker rådgivning om fx IT og E-handel og erfaringsudveksling med virksomheder og videninstitutioner.

Det første Vækstforum udarbejdede en "stafet", som giver en status på opnåede resultater og sammenfatter erfaringer og gode råd fra den første periode. Råd, som i høj grad har bidraget til indholdet i den nuværende erhvervsstrategi.

Stafetten afspejler et ændret syn på Bornholms særlige forudsætninger sammenlignet med den gamle erhvervsstrategiplan. Bornholms erhvervsmuligheder sættes nu i relation til den globale miljøudfordring. Fokus er ikke kun på generelle muligheder, men i lige så høj grad på de særlige strategiske muligheder på Bornholm. Fx er fokus på den særlige geografi, som en ø udgør som et lukket energisystem og et helt samfund, hvorved Bornholm kan tjene som et samfundslaboratorium for ny grøn teknologi.

Det anbefales samtidig i stafetten, at antallet af indsatsområder reduceres, og at indsatsområderne profileres skarpere. Der peges på uddannelse, innovation og erhvervs-service som de væsentligste rammebetingelser og på test inden for grøn teknologi og på oplevelsesproduktion som de væsentligste potentielle spirende erhvervsområder. Indsatsområderne foreslås samtidig udmøntet i nogle få fyrtårne.

Iværksættelsen af "Kompetenceforum Bornholm" og "Uddannelse til Alle"-projekterne, som begge er store flerårige rammeprojekter med et mangefacetteret projektprogram, er måske et udtryk for, at det første Vækstforum i slutningen af sin funktionsperiode allerede havde taget denne strategiske orientering til sig.

Samlet set kan det konstateres, at problemopfattelsen i slutningen af den første programperiode fortrinsvis lå på det helt overordnede niveau, som også blev genstand for målsætningerne i 2007-2010-strategien. Input til indhold og form i den nye strategi kommer primært gennem det gamle vækstforums erfaringer og gennem den erfaring og viden, der er opbygget af erhvervsfremmeaktører og projektgennemførelsen.

7.3. Den Regionale Erhvervsudviklingsstrategi *Bright Green Island*

Strategien tager tydeligt afsæt i det "gamle" Vækstforums arbejde og erfaringer, og helt overordnet er strategien et udtryk for en fokusering på Bornholms særlige geografi kædet sammen med en global klimaudfordring og en national Clean Tech-erhvervsindsats.

Realiseringen af visionen forklares også som en proces, hvor uddannelse/tiltrækning af en kvalificeret arbejdsstyrke vil føre til innovation og værdiskabelse, som i sidste ende øger udbuddet af job og skaber "grøn vækst". I en fortolket udgave må det betyde, at strategiens udfoldelse skal føre til, at eksisterende bornholmske virksomheder eller ny-etablerede virksomheder – med afsæt i Bornholms mulighed for at fungere som fuldskala-testlab – kan sælge eller være underleverandører til produkter eller serviceydelser, der er konkurrencedygtige på verdensmarkedet for miljøteknologier.

Indirekte peges der dermed også på, hvilke væsentlige rammebetingelser strategien skal arbejde med og påvirke for at realisere visionen – nemlig arbejdsstyrken, kompetencer, uddannelsessystemet samt ledelse og strategisk netværk.

Det konstateres samtidig, at der er væsentlige rammebetingelser, som vækstforum ikke har direkte indflydelse på og kun kan påvirke politisk eller indirekte. Dette gælder:

- Færgeforbindelse: Priser for gods og personer samt forbindelse til Polen og Tyskland.
- Højhastighedsbånd.
- Etablering af Campus samt finansieringsordning tilpasset ø-forhold.
- Etablering af nye uddannelser med tilknytning til kulturinstitutioner og nye uddannelsesmuligheder, der matcher erhvervslivets behov.
- Forsat sikring af adgang til strukturfondsmidler.

7.4. Realiseringen af strategien

Bornholms Vækstforum har udmøntet strategien gennem overordnede handlingsplaner, kontrakter og handlingsplaner med operatører og har indstillet en række projekter til medfinansiering. I dette afsnit vil projektporteføljen blive delt på baggrund af deres mål-sætninger og projektejskab, og efterfølgende vil aktiviteterne i erhvervsstrategiens fire indsatsområder blive kortlagt.

Konsulentfirmaet LB analyse har evalueret den samlede projektportefølje for alle regionale strukturfonds-programmer og har i den forbindelse udarbejdet en evalueringsmodel (LB Analyse, 2012). Overordnet skelner LB analyse mellem:

- **Efterspørgselsstimulering:** Projektet skaber effekt ved at påvirke markedet – øge efterspørgslen efter varer eller ydelser fra danske virksomheder (markedsføring, investeringsfremme...).
- **Direkte virksomhedsudvikling:** Projektet skaber effekt ved direkte at påvirke virksomhedernes forudsætninger for udvikling og/eller effektiv drift (vejledning af virksomhedsledelsen, tilskud til køb af rådgivning, efteruddannelse af medarbejdere...).
- **Indirekte virksomhedsudvikling:** Projektet skaber effekt ved at give deltagerne forudsætninger for selv efterfølgende at kunne skabe udvikling og/eller en bed-

re drift af virksomhederne (matchmaking, klyngeudvikling, innovationssamarbejder...).

- **Forbedring af rammevilkår:** Projektet skaber effekt ved at give deltagerne forudsætninger for selv efterfølgende at kunne give andre forudsætninger for selv at kunne skabe effekt (iværksætter i uddannelsessystemet, etablering af nye uddannelser, uddannelse af klyngefacilitatorer...).

Sigtet med vækstanalysen er ikke en evaluering af projekter, men at give Vækstforum en mulighed for at vurdere fordelingen af ressourcer, ligesom det vil være væsentligt at vurdere, hvordan ressourcerne er fordelt på nye potentielle spirende erhvervsområder og på forbedring af vilkårene for det nuværende erhvervsliv gennem både direkte eller indirekte virksomhedsstøtte. Derfor tilføjes der endnu en projektkategori "Spirende erhvervsområder". "Spirende erhvervsområder" defineres som projekter, der med afsæt i stedets – dvs. Bornholms – særlige forudsætninger og muligheder, har til sigte at opdyrke nye erhvervsområder. Fordelingen af projekterne på projektyper kan ses i Tabel 7.2.

Tabel 7.2: Fordeling af medfinansiering indstillet af Bornholms vækstforum 2010 – sommer 2013, kr.

	Erhvervs-Ø	Oplevelses-Ø	Grøn test - Ø	Uddannelses-Ø	Samlet
Udvikling af rammevilkår				5.978.425	5.978.425
Indirekte Virksomhedsudvikling	30.786.650	13.472.323		1.790.674	46.049.647
Direkte virksomhedsudvikling	5.575.248				5.575.248
Efterspørgsels stimulering		16.733.278			16.733.278
Spirende Erhvervsområder			25.179.302		25.179.302
Samlet	36.361.898	30.205.601	25.179.302	7.769.099	99.515.900

Kilde: Projektdata stillet til rådighed af Sekretariatet for Bornholms Vækstforum.

Fordelingen af projekter på erhvervsfremmeværktøjer fremgår af det følgende afsnit, der giver en oversigt over hvilke projekter, vækstforum har indstillet til medfinansiering. "Udvikling af rammebetingelser" har fået en tilsyneladende lille medfinansiering og omfatter udelukkende projekter under "Bornholm som Uddannelses-Ø". Det forholdsvis lille beløb skal ses i lyset af, at Vækstforum i den tidligere strategiperiode iværksatte "Kompetenceforum Bornholm" og "Uddannelse til Alle" med en samlet medfinansiering på godt 28 millioner kr.

Summen, som er givet til medfinansiering af "Direkte virksomhedsudvikling", er forholdsvis beskeden og består fortrinsvis af projekter, der er ansøgt af private virksomheder. Den indirekte virksomhedsstøtte er først og fremmest givet til programindsatser. Det vil sige projekter, som har et overordnet udviklingsmål, som ligger over virksomhedsniveauet, men hvor virksomheder kan deltage og derigennem ændre eller udvikle virksomhedens produktionsforudsætninger.

Spørgeskemaundersøgelsen blandt de bornholmske virksomheder viser, at der er forholdsvis få virksomheder, der "Kan OG vil". På denne baggrund kan det virke rimeligt, at der er allokeret forholdsvis store ressourcer til virksomhedsudvikling.

Fordelingen af projekter på støttemodtagere kan give et billede af, hvem der definerer indholdet (og brug af virkemidler) i de konkrete projekter, som skal skabe koblingen mellem Bornholms særlige forudsætninger og udfordringer, jf. Tabel 7.3.

Tabel 7.3: De største støttemodtagere 2010-2013, kr.

Ansøger	Vækstforum støtte
Bussiness Center Bornholm	25.588.193
Bright Green Solution House	15.938.220
Væksthus Hovedstaden	15.530.213
Destination Bornholm	15.010.872
Bornholms Museum	3.674.174
Bornholms Akademi	3.287.000
Bornholms Kunstmuseum	2.563.820
Tingsted Savværk	1.596.153
Fish Pro Denmark	1.324.500
BRK	1.000.000
LittleSmartThings	790.600
DTU	700.000
Campus Bornholm	691.425
Bornstek	608.345
Bornholms Middelaldercenter	500.000
Buildadvisor	442.500
Hallegaard Pølsemakeri	433.650
Ole Almeborg A/S	379.500
Dansk Handicap Idrætsforbund	350.000
Kongelig Dansk Yachtklub	300.000
ACAB	240.000
Wonderfestiwall & Hammershus Fairtrade	240.000
I alt	91.189.165

Kilde: Sekretariatet for Bornholms vækstforum.

Samlet set har de fire største ansøgere modtaget op mod 80 pct. af den tildelte støtte. Andre 18 ansøgere tegner sig for op mod 20 pct. af midlerne. Med andre ord er det først og fremmest de bornholmske erhvervsfremmeaktører, der med udgangspunkt i Vækstforums overordnede prioriteringer i strategi og handlingsplaner har haft til opgave at definere indholdet i og tage initiativ til langt de fleste projektaktiviteter – eller med andre ord omsætte strategi til konkret handling. Det må antages, at erhvervsfremmeaktørerne har et indgående kendskab til de bornholmske virksomheders udfordring og kan koble dette til den nyeste viden om markedsmuligheder og vækstredskaber. I evalueringen af væksthusene i 2009 konstateres det, at: "*effekten af rådgivningsforløbene er størst, når virksomhederne deltager i regionale udviklingsprogrammer (EU-programmer). Deltagelse i programmer sikrer større sammenhæng med regionale satsninger og muliggør samspil med private rådgivningsforløb, der indgår i programmerne*" (Pluss Leadership A/S, 2009).

Programmer og indirekte virksomhedsudvikling kan være en effektiv rådgivningsform, men forudsætter, at de deltagende virksomheder har forudsætninger og kompetencer til at sikre en vækst, samt at de deltagende virksomheder kan koble programmålene til virksomhedsperspektivet.

En vurdering af fordelingen mellem støtte til spirende nye områder og rammebetingelser forudsætter, at vi ser på fordelingen af midlerne inden for indsatsområderne.

7.4.1. Bornholm som Erhvervs-Ø

Indsatsfeltet omfatter fortrinsvis virksomhedsstøtte og erhvervsfremme rettet mod det eksisterende erhvervsliv. Udfordringen beskrives i strategien som en meget diversificeret erhvervsstruktur med mange små virksomheder og et kommende generationsskifteproblem i et stort antal virksomheder.

Tilsammen har Vækstforum bevilget medfinansiering for godt 36 mio. kr. under dette indsatsfelt. Hovedparten af medfinansieringen på ca. 31 mio. kr. er givet som indirekte virksomhedsstøtte til projekter og realiseringen af handlingsplaner i regi af BCB eller Væksthuset, jf. Tabel 7.4. BCB er operatør for Vækstforum med Bornholm som Erhvervs-Ø og Grøn test-Ø som sine primære indsats- og operatørområder, men deltager også i de andre initiativer, hvis der er snitflader til det bornholmske erhvervsliv. BCB modtager årligt et tilskud på 3,62 mio. kr. i perioden 2011-2014, og for denne ydelse varetager BCB en række basisaktiviteter – primært rådgivning af private virksomheder samt understøttende og projektudviklende aktiviteter.

Tabel 7.4: Ressourcer allokeret efter projekttyper, kr.

Bornholm som Erhvervs-Ø			
IndsatsFelt	ProjektTitel	FondsNavn	Beløb
Direkte virksomhedsudvikling	LittleSmartThings	Regionalfonden	790600
	Buildadvisor	Regionalfonden	442500
	Tingsted Savværk & Skæreri	Regionalfonden	1596152,95
	Bortek Industri: Vækst via ny teknologi	Regionalfonden	608345
	Ole Almeborg A/S - Investering i robotteknologi	Regionalfonden	379500
	Fish Pro Denmark - ny teknologi	Regionalfonden	1324500
	Hallegaard Pølsemageri	Regionalfonden	433650
			5575247,95
Indirekte virksomhedsudvikling	Udviklingskontrakt med Business Center Bornholm 2009-2011	Regionale Udviklingsmidler	7565328
	Business Center Bornholm - Udviklingskontrakt 2012-2014	Regionale Udviklingsmidler	10541083
	Klyngeudvikling på Bornholm	Socialfonden & Regionale Udviklingsmidler	5854360
	Vækstfabrikken	Regionalfonden & Regionale Udviklingsmidler	3403140
	Iværksætterfabrikken	Socialfonden	3422739
			30786650

Kilde: Sekretariatet for Bornholms vækstforum.

Gennemgangen af Vækstforums handlingsplaner viser, at Vækstforum medfinansierer en række projekter og initiativer som svar på de udfordringer, der er skitseret under indsatsområdet. Den diversificerede virksomhedsstruktur og mange små virksomheder og følgende manglende innovationsevne er søgt løst gennem rådgivning, og der er gennem klyngeprojektet arbejdet med at udvikle bornholmske klynger og dermed udvikle viden- deling mellem virksomheder og koble dem til nationale innovationssystemer. Nyetablering af vækstvirksomheder er søgt fremmet med etablering af vækstfabrikker i Nexø og Rønne. Initiativer, der i princippet er åbne for alle bornholmske virksomheder. BCB varetager en del af disse opgaver gennem resultatkontrakter og større projekter.

Der er i strategiperioden givet direkte støtte til syv enkeltvirksomheder for tilsammen ca. 5.6 mio. kr. Denne støtte er fortrinsvis gået til ny teknologi i eksisterende virksomheder, men også til to nye virksomheder – Little Smart Things og Buildadvisor. Det er virksomheder, der begge er innovative og tilhører brancher, der er nye i en bornholmsk sammenhæng. I strategien fremhæves velfærdsteknologier som et område, man gerne så fremmet. Umiddelbart ser det ikke ud til, at der har været projekter inden for dette område.

7.4.2. Bornholm som Grøn test-Ø

Udviklingen af tankerne om dette indsatsområde begyndte allerede i den forrige strategiperiode og resulterede i 2008 i lanceringen af "Bright Green Island"-brandingstrategien. Udviklingsprocessen førte til flere projektideer, herunder etableringen af et "Grønt konferencecenter", "Energy tours", "Erhvervsturismesekretariat" mv. En række projekter, der iværksættes i den forrige strategiperiode, har været rammesættende for projekter, der er finansieret i 2011-2014-strategiperioden. Eksempelvis et af de udpegede fyrtårne, Green Solution House, der påbegyndes i efteråret 2013, samt projekter, der skal føre til en mulig kommerialisering af "test-Ø"-konceptet. Derudover Bright Green Test Island (BGTI)-projektet samt Powerlab-projektet, der efterfølgende er fulgt op med dannelsen af den erhvervsdrivende forening Energiudvikling Bornholm (EUB), der foreløbig består af Østkraft Holding A/S, Rønne Vand og Varme a.m.b.a., RVV, den kommunale virksomhed Bornholms Affaldsbehandling, BOFA og Business Center Bornholm, BCB.

Derudover er der givet medfinansiering til grøn efteruddannelse af bornholmske håndværkere. En efteruddannelse, der skal gøre det muligt for bornholmske håndværkere at medvirke i opførelsen af Green Solution House samt give håndværkere et generelt løft, der kan medvirke til, at den bornholmske bygningsmasse som helhed udvikles i en mere miljørigtig retning¹⁴.

Tabel 7.5: Ressourcer allokeret efter projekttyper, kr.

Grøn test-Ø			
Indsatsfelt	Projekttitel	FondsNavn	Beløb
Spirende erhvervsområder	Etablering af Green Solution House	Regionalfonden	15.938.220,00
	Grønt Byggeri og uddannelse	Socialfonden	5.691.108,00
	Bright Green Test Island BGTI-modelleringsprojekt	Regionalfonden & Regi. udviklingsmidler	2.849.974,20
	PowerLabDk	Regionale Udviklingsmidler	700.000,00

Kilde: Sekretariatet for Bornholms vækstforum.

7.4.3. Bornholm som Oplevelses-Ø

Potentialerne for Bornholm i oplevelsesøkonomien beskrives i strategien som værende store med afsæt i Bornholms unikke kultur, natur og udvikling på det gastronomiske område. Mulighederne beskrives i erhvervsstrategien først og fremmest som Bornholms turismepotentialer og tager afsæt i den daværende turismestrategi "Bornholm I/S". Derudover kædes potentialerne sammen med Grøn test-Ø-strategien og muligheder inden for erhvervsturisme. Der peges endvidere specifikt på, at der skal arbejdes på at hæve kompetenceniveauet i turismebranchen og på at skabe økonomisk bæredygtige helårsattraktioner gennem støtte til udvikling af moderne servicefaciliteter og anvendelse af ny teknologi.

¹⁴ Grønt Byggeri og Uddannelse kan ses som et direkte virksomhedsrettet projekt, men er medtaget under Spirende erhvervsområder, da projektet sættes i snæver forbindelse med Bornholm som test-Ø og etableringen af Green Solution House.

Indsatsområdet "Bornholm som Oplevelses-Ø" indeholder både finansiering til operatørkontrakten med Destination Bornholm samt til en række mindre projekter, hvor langt de fleste penge går til at skabe events eller attraktioner – primært organiseret af NGO'er.

Opgaverne, som Destination Bornholm løser for Vækstforum, er beskrevet i årlige handlingsplaner. Turisterhvervet har store berøringsflader til både den offentlige og andre private sektorer, og en stor del af Destination Bornholms opgaver er at varetage turismens interesser og stå for koordinering i forhold til andre aktører. Herunder deltagelse i klyngearbejdet, videreformidling af viden og markedsføring af Bornholms turisme. Destination Bornholm har lige vedtaget en ny strategi, og opgaveporteføljen for Vækstforum er under forandring med en større vægt på kundeanalyser og markedskendskab – med sigte på at skabe et grundlag for at udvikle turistsektoren.

Medfinansieringen i dette indsatsområde kan deles i to hovedgrupper:

1. Medfinansiering til udvikling af produktet – først og fremmest attraktioner og events. Her er der givet medfinansiering til udvikling af Bornholms middelaldercenter, til udvikling af Melstedsgård samt til et projekt med sigte mod udvikling af nye tema- og events-produkter. Tilsammen er der i denne projektgruppe givet medfinansiering for 5.250.608 kr.
2. Tilskud til udvikling og afholdelse af events består af en række mindre projekter som sejlerstævner, Wonderfestiwall/Fair Trade og Folkemøder. Tilsammen er der til denne gruppe af projekter givet medfinansiering på 3.720.000 kr.

Tabel 7.6: Ressourcer allokeret efter projekttyper, kr.

Bornholm som Oplevelses-Ø			
Indsatsfelt	Projektitel	FondsNavn	Beløb
Indirekte Virksomhedsudvikling	Destination Bornholm - Udviklingskontrakt 2013-2015	Regionale Udviklingsmidler	6.250.000
	Destination Bornholm - Midlertidig handlingsplan 2013	Regionale Udviklingsmidler	572.500
	Destination Bornholm - Udviklingskontrakt 2007-2012	Regionale Udviklingsmidler	6.649.823
			13.472.323
Efterspørgsels stimulering	Den grønne ring -	Vejdirektoratet/kommune/LAG/natur og Miljø/natyrstyrelsen	5.458.850
	ACAB - Kunsthåndværk på nethinden	Regionale Udviklingsmidler	240.000
	Melstedgaard - Bornholms Mødekulturhus (Anlæg)	Regionalfonden	3.674.174
	Sejlerstævnet Royal Ocean Cup - Bornholm 2013	Regionale Udviklingsmidler	300.000
	Udvikling af Bornholms Kulturuge i bæredygtig retning 2012-2015	Regionale Udviklingsmidler	1.030.000
	Bornholms Kulturuge 2011	Regionale Udviklingsmidler	300.000
	Projektering af Historama, Fase 1 på Bornholms Middelaldercenter	Regionale Udviklingsmidler	500.000
	Wonderfestiwall & Hammershus Fairtrade Concert 2012-2015	Regionale Udviklingsmidler	240.000
	Folkemødesekretariatet 2012 og 2013	Regionale Udviklingsmidler	1.000.000
	European Glass Context 2012 / Bornholms Biennials	Regionale Udviklingsmidler	500.000
	Europamesterskab 2012 i golf for handicappede	Regionale Udviklingsmidler	350.000
	Udvikling af nye tema- eller eventbaserede turisme produkter	Regionalfonden/regionale udviklingsmidler	1.076.434
	IKT-plattform til Kulturvækst på Bornholm	Regionalfonden/regionale udviklingsmidler	2.063.820
			16.733.278

Kilde: Sekretariatet for Bornholms vækstforum.

Med forholdsvis små beløb – 240.000 kr. til Wonderfestiwall/ Fair Trade og 1.000.000 kr. til Folkemødet – har Vækstforum medvirket til at skabe events, der viser en stadig positiv udvikling og tiltrækker et betydeligt publikum på begge sider af højsæsonen. Endelig er der givet medfinansiering til udvikling af IT, markedsføring af kunsthåndværkere og udvikling af kulturinstitutioners IT-plattform.

Samlet set, har Vækstforum fulgt op på målene gennem at medfinansiere projekter inden for de udpegede målsætninger. Tilbud om kompetenceudvikling til bornholmske turisme-

virksomheder findes i projektet Comfortness Bornholm under indsatsområdet Bornholm som Uddannelses-Ø.

7.4.4. Bornholm som Uddannelses-Ø

Som det fremgår af kapitel 3, Den bornholmske erhvervsstruktur og arbejdsmarked, har Bornholm store udfordringer med at løfte det fremtidige kompetencebehov på det bornholmsk arbejdsmarked. Samtidig er der på uddannelsesområdet udstukket nationale mål om, at 95 pct. af en ungdomsårgang skal gennemføre en ungdomsuddannelse, og 50 pct. skal 12 år efter afsluttet ungdomsuddannelse have gennemført et videregående uddannelsesforløb. Dette er ikke nye mål eller udfordringer, og det "gamle" Vækstforum igangsatte i den forudgående strategiperiode "Kompetenceforum Bornholm" samt projektet "Uddannelse Til Alle". Begge projekter var aktive ved strategiperiodens start, og "Uddannelse til Alle"-projektet løber til udgangen af 2014. Specielt Kompetenceforum Bornholm har været virksomhedsrettet og har sigtet mod at give bornholmske virksomheder redskaber til og en øget bevidsthed om kompetenceplanlægning. Der er ifølge evalueringen gennemført ca. 1600 kurser og kompetenceforløb, og projektet har været i kontakt med ca. 200 virksomheder.

I erhvervsstrategien udpeges fire indsatsområder for Bornholm som Uddannelses-Ø:

- Det generelle uddannelsesniveau.
- Livslang læring – systematisk efteruddannelse til allerede beskæftigede.
- Opkvalificering af ufaglærte og ledige.
- Uddannelse som erhverv.

De to første indsatsområder løftes primært af projekterne "Kompetenceforum Bornholm" og "Uddannelse til alle". Vækstforums medfinansierede projekter i strategiperioden fordeles sig mellem medfinansiering af Bornholms Akademis opgaver som operatør på uddannelsesområdet for Vækstforum og Comfortness-projektet. Comfortness-projektet er et mindre udviklingsprojekt, der gennem afprøvning af kursus- og kompetenceudviklingsforløb skal finde en model for kompetenceudvikling, der er målrettet turistvirksomheder. Endelig er der givet medfinansiering til et projekt, der supplerer medfinansieringen af et madkulturhus ved Melstedgård.

Bornholms Akademi skal løfte "Uddannelse som erhverv"-satsningen. En satsning, der både skal udvikle uddannelsesmulighederne på Bornholm og skabe arbejdspladser inden for uddannelsessektoren. Bornholms Akademi har i den forbindelse medvirket til, at der tilbydes:

- Diplomuddannelse i Ledelse.
- Diplomuddannelse i offentlig forvaltning og administration.
- HD-uddannelsen på CBS, men med mulighed for at støtte med *blended learning* fra Bornholms Akademi.
- Master i Public Management.

Uddannelser, der udbydes af nationale uddannelsesinstitutioner – enten som en helt eller delvist udlagt uddannelse eller via E læring – har ikke bidraget væsentligt til, at uddannelsesproduktion kan betragtes som et bornholmsk erhverv.

Bornholms Akademi har indtil videre først og fremmest kunnet medvirke til at løse den offentlige sektors videre- og efteruddannelsesbehov på det videregående område ved at identificere behovet og tage forbindelse til den udbydende institution. Uddannelses- og kompetencebehov på det private område har Bornholms Akademi fortrinsvis deltaget i som partnere i de store uddannelsesprojekter som Kompetenceforum Bornholm og Uddannelse til Alle. Derudover er der planer om en række mulige kommende uddannelser – herunder en turismeuddannelse på bachelorniveau.

Tabel 7.7: Ressourcer allokeret efter projekttyper, kr.

Uddannelses-ø			
Indsatsfelt	Projektitel	FondsNavn	Beløb
Virksomheders rammebetingelser			
	Bright Green Campus	Regionale Udviklingsmidler	691.425,00
	Bornholms Akademi - Udviklingskontrakt 2011-2013	Regionale Udviklingsmidler	2.250.000,00
	Bornholms Akademi - Udviklingskontrakt 2009-2010	Regionale Udviklingsmidler	1.037.000,00
	Melstedgaard - Bornholms Mødekulturhus (Udvikling)	Grøn Vækst -LAG/Natur og Miljø ordninger	2.000.000,00
		Grøn Vækst - Natur og Miljø ordning	5.978.425,00
Indirekte Virksomhedsudvikling			
	Udviklingsprojekt Comfortness Koncept Bornholm	Socialfonden	1.790.674,00
			1.790.674,00

Kilde: Sekretariatet for Bornholms vækstforum.

7.5. Hvad er der indtil videre kommet ud af indsatsen?

Bornholms Vækstforums virke har været delt i to strategiperioder. Første periode satte i høj grad rammerne for den overordnede vision og søsatte en række større projekter, der har fået karakter af fyrtårne. Dette gælder Uddannelse til Alle, Kompetenceforum Bornholm, klyngeprojekterne og Green Solutions House-satsningen. Processen, der førte til udviklingen af Strategi 2011–2014, tog primært udgangspunkt i vækstforums arbejde og erfaringer fra første periode, og der blev ikke iværksat analyser, der systematisk fokuserede på, hvordan de bornholmske virksomheder opfatter barrierer og potentialer for vækst. Der har været en god overensstemmelse mellem de projekter og planer, man iværksatte allerede i første periode, og en god overensstemmelse mellem strategi og handlinger. Men implementeringen har i overvejende grad været varetaget af et meget begrænset antal operatører.

Det politiske niveau "Bornholms Vækstforum" har udarbejdet en strategi, der udstikker de overordnede rammer og mål, der både tager udgangspunkt i de helt overordnede strukturelle udfordringer, som Bornholm og andre yderområder er underlagt, og samtidig udpeger nogle helt overordnede særlige stedbundne kvaliteter, der potentielt kan danne grundlag for nye erhvervsområder. Udfyldelsen af disse rammer i konkrete projekters metoder og handlinger er fortrinsvis varetaget af operatørerne, der arbejder for Vækstforum. Det bliver i denne model i høj grad operatørerne, der forener Bornholms særlige forudsætninger og muligheder med ekstern viden om markedsmuligheder og erhvervsfremmemetoder. Dette er ikke udelukkende en bornholmsk problemstilling. Det konstateres i evalueringen af kommunalreformen, at der i de regionale vækstfora er "for ringe konkurrence om konkurrencemidlerne, og der er fare for, at projekterne kommer til at virke som driftslignende tilskud. Ud over institutionaliseringen af operatørerne skyldes den ringe konkurrence særlige udfordringer på områderne turisme og yderområder, hvor konkurrencen er svag på grund af for få og for små aktører. Det fører til, at sagsbehand-

ling og projektmodning tager lang tid. Endelig er regelsættet vedrørende anvendelsen af regionalfonds- og socialfondsmidler kompleks”¹⁵.

Sammenligner vi denne model med den tyske eller den skotske måde at organisere udvælgelse og kvalitetssikring af indhold i de gennemførte projekter, ligger denne funktion i den bornholmske model i Vækstforum og i Vækstforums sekretariat. Et vækstforumsekretariat der er underlagt økonomiske rammer, der betyder en meget begrænset mulighed for at opbygge en faglig specialisering, hvilket er en forudsætning for at være drivende og rammesættende i processen fra strategi til indholdet i konkrete handlinger og en faglig modvægt til erhvervsfremmeaktørernes faglighed. En styrkelse af vækstforumsekretariatet kunne give mulighed for – i lighed med andre vækstfora – at arbejde med årlige programmer inden for indsatsområderne, der udbydes på et "frit" marked, som er åbne for alle, der vil og kan formulere projekter, der følger op på målsætningerne. Dette kunne skabe en konkurrencesituation, hvor de bedste projekter vinder, og det åbner op for, at f.eks. grupper af virksomheder byder ind med fælles projekter, der tager udgangspunkt i virksomhedernes problemopfattelse.

¹⁵ Evaluering af kommunalreformen marts 2013

8. Hvor marked og politik mødes

De overordnede nøgletal for erhvervs- og arbejdsmarkedsudviklingen på Bornholm peger på en stadig mere kritisk økonomisk situation, som kort kan opsummeres, som følger:

- En forstærket befolkningsafvikling – ikke mindst blandt unge, der søger bort for at få bedre uddannelses- og jobmuligheder andre steder.
- Et potentielt arbejdskraftproblem – for nærværende forekommer der arbejdsløshed, men flere virksomheder melder om problemer med at rekruttere især medarbejdere med mere specialiserede kompetencer. En fremskrivning af arbejdskraftbalancen peger tillige på arbejdskraftunderskud inden for en lang række uddannelsesområder.
- Lav og faldende produktivitet – sammenlignet med tilsvarende virksomheder i landet som helhed er produktiviteten lav, og den har tilmed været faldende de seneste 10 år.

Alt i alt peger dette i retning af, at det økonomiske fundament, som Bornholm står på, gradvist bliver eroderet bort.

”Vækstanalyse Bornholm” peger på en række af de udfordringer, som det bornholmske erhvervsliv står overfor. Fokus har især været på de forudsætninger og vilkår, der er i de bornholmske virksomheder for kunne udvikle sig og i sidste ende skabe vækst. Mange virksomheder har svage forudsætninger for udvikling og vækst. Dels ved at de har svage ressourcer for at skabe udvikling, dels ved at de mangler et ”drive” for vækst – eller kort sagt har svage vækstambitioner.

Andre virksomheder har stærkere ressourcer og vækstambitioner. Og disse virksomheder klarer sig gennemgående bedre end andre virksomheder. En del af disse virksomheders succes kan givetvis henføres til deres evne til at tage hånd om egne problemer og udfordringer. Dette indbefatter også at hente ny viden til virksomheden og herunder også at bruge den eller at være en del af de initiativer, der tilbydes eller igangsættes inden for erhvervsfremme- og virksomhedsudvikling. Og det er her, at de politiske ambitioner om en solid økonomisk vækst på Bornholm møder virksomhedernes sammenfaldende ambitioner.

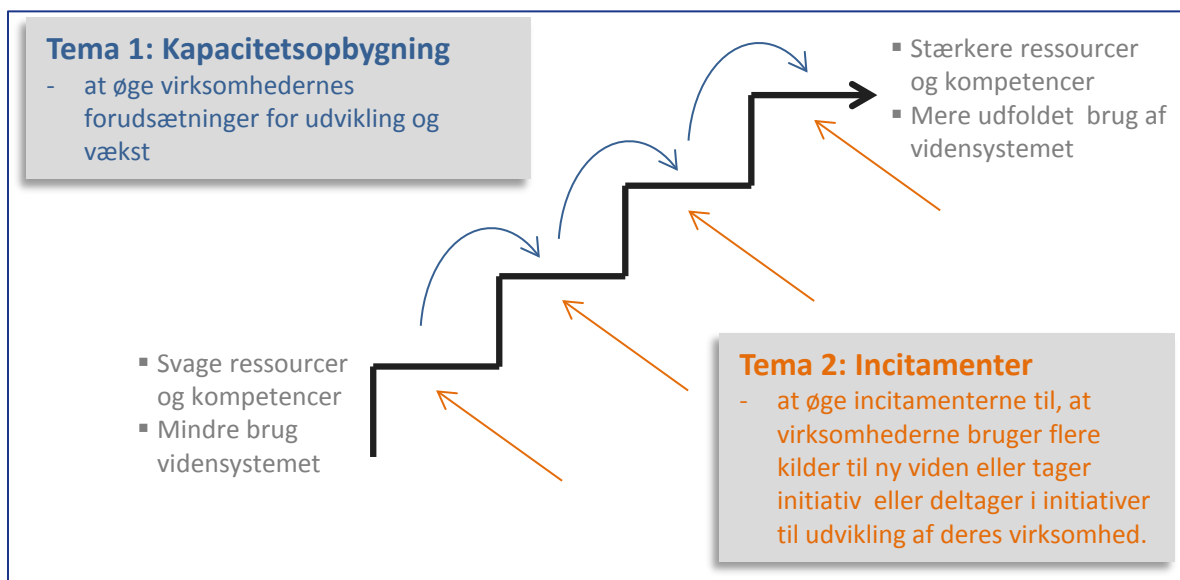
I det følgende vil vi sætte fokus på dette krydsfelt mellem det virksomhederne gør, og det erhvervsfremmesystemet gør – kort og godt på der, hvor marked og politik mødes. Med dette afsæt vil der blive sat fokus på følgende temaer¹⁶:

1. Kapacitetsopbygning af virksomheder – virksomhedernes ressourcer og kompetencer (indirekte virksomhedsudvikling).
2. Incitamentter til udvikling af virksomheder – af erhvervs- og teknologiområder (direkte virksomhedsudvikling).
3. Samspelet mellem privat og offentlig – eller udvikling af det offentlige som drivkraft (fx gennem fremme af spirende erhvervsområder).

¹⁶ De tre temaer er en videreudvikling og forenkling af den anvendte gruppering af projekterne i kapitel 7.

De to førstnævnte temaer relaterer sig til to forskellige veje til at bidrage til udvikling af virksomheder, jf. Figur 8.1.

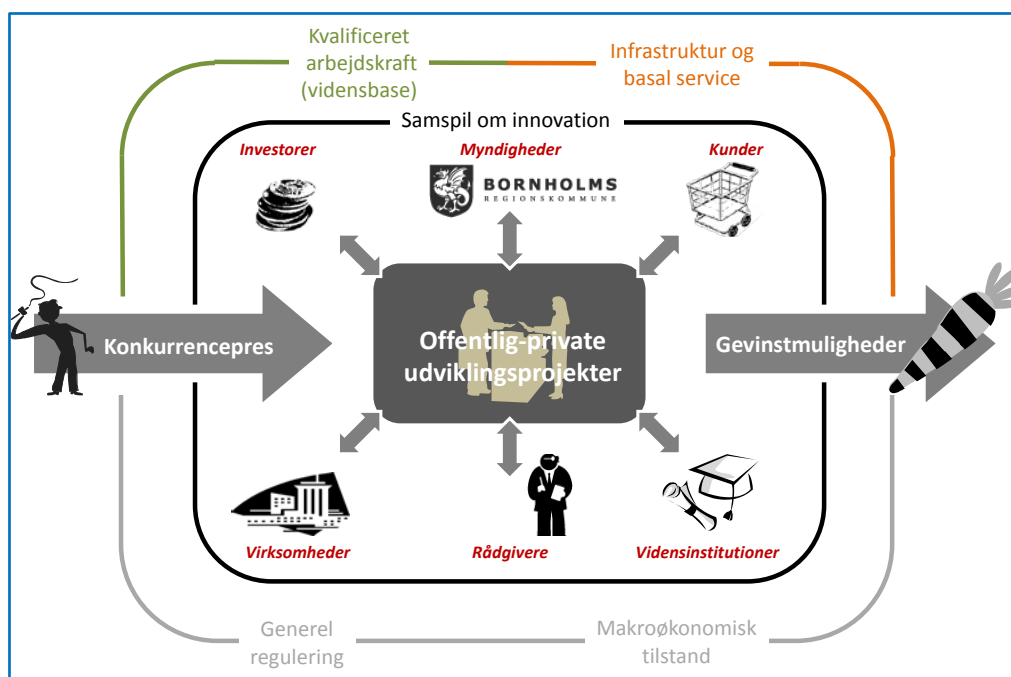
Figur 8.1: Veje til at fremme udvikling og vækstvirksomheder



Kilde: Tilpasset efter (Teknologisk Institut, 2011).

Det tredje tema kan udfolde sig i et samspil og samarbejde mellem mange forskellige aktører inden for regional erhvervs- og virksomhedsudvikling, som illustreret i Figur 8.2. I de konkrete projekter og initiativer vil der dog sjældent være aktører med fra alle aktørgrupper.

Figur 8.2: Mulige samarbejdspartnere på en arena for fælles initiativer inden for erhvervs- og virksomhedsudvikling



Kilde: Tilpasset efter (Teknologisk Institut, 2011)

Ovenstående illustrerer forskellige tilgange til at fremme regional virksomheds- og erhvervsudvikling, som i det følgende vil blive projiceret ind på de muligheder og udfordringer, som Bornholms Vækstforum står overfor ved at vælge en eller flere af disse udviklingsveje.

8.1. Kapacitetsopbygning af virksomheder

Tema 1 handler om at styrke virksomhedernes forudsætninger for at udvikle deres virksomhed eller igangsætte udviklingsprojekter (innovation) – bl.a. ved også at efterspørge viden eller assistance udefra. For det første vil dette løfte virksomhedernes vilje og evne til at trække viden ind i virksomheden og for det andet til at arbejde målrettet med udvikling af egen organisation. Af mulige erhvervspolitiske instrumenter kan der peges på:

- Styrkelse af ledelseskompetencerne i virksomhederne – rådgivning, uddannelse eller mentorordning;
- etablering af en professionel bestyrelse;
- (efter)uddannelse;
- Tilskyndelse til ansættelse nye medarbejdere med nye og bedre kompetencer.

Endelig kan man under dette tema også forestille sig initiativer, der har til formål at se på virksomhedernes holdninger eller ambitioner med deres egen virksomhed. Dette kunne fx adressere det såkaldte "BMV-syndrom", hvor økonomisk tilfredsstillelse af egne økonomiske behov bliver et vigtigt formål frem for vækst.

Set i lyset af Vækstanalyse Bornholm, kan der peges på særlige udfordringer og dilemmaer for den bornholmske erhvervsfremmeindsats:

Indsats	Dilemma eller udfordring
Mere virksomhedsrettet – mindre projektorienteret	Selv flere af de virksomheder, der jævnligt er i kontakt med erhvervsfremmesystemet, nævner, at de ofte føler sig kørt over. At erhvervskonsulenterne i højere grad har travlt med at få virksomhederne med i allerede planlagte projekter "som statister" frem for – som ønsket af virksomhederne – at tage udgangspunkt i virksomhedernes behov.
Regional kontra national kompetenceudvikling	På den ene side er det for mange virksomheder/medarbejdere af stor betydning, at der findes et lokalt uddannelsesudbud. Ellers bliver der ingen efteruddannelse. På den anden side giver mange virksomheder udtryk for, at de lokale institutioner har manglende muligheder for at specialisere sig, og at det faglige niveau derved bliver for lavt. Færre virksomheder, en faldende befolkning og mindre ungdomsårgange gør det også stadig vanskeligere at opretholde det nuværende lokale udbud.
Vægtning mellem generel erhvervsfremme og specifik erhvervsfremme rettet direkte mod virksomheder	En meget stor del (ca. 70 pct.) af de regionale erhvervsfremmemidler bliver kanaliseret gennem generelle erhvervsfremmeaktører med det formål at forbedre de generelle rammebetingelser. Samtidig hermed giver en relativ stor andel af interview-virksomhederne udtryk for, at de har svært ved at få lokal erhvervsrådgivning på et tilstrækkeligt højt niveau, og at de finder den lokale erhvervsservice for usynlig. Når det kommer til generel virksomhedsrådgivning (herunder virksomhedsetablering), er der dog stor tilfredshed med den lokale erhvervsservice.

Indsats	Dilemma eller udfordring
Strategisk fokusering af erhvervsfremmeindsatsen	<p>Man kan vælge en faglig fokusering af erhvervsfremmeindsatsen som man på Bornholm har gjort ved at sige, at man vil satse på Bright Green – spørgsmålet er blot om man i tilstrækkelig grad har lagt et konkret initiativ ind i denne indsats? Man kunne gennemføre en fokusering ved at blive klar på, hvordan man vil udføre erhvervsfremmeindsatsen. Eksempelvis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • At man vil forsøge at trække nye virksomheder til Bornholm. • At man vil forsøge at hjælpe virksomhederne med at trække medarbejdere til øen med de nødvendige kompetencer. • At man vil forsøge at hjælpe virksomhederne med at skaffe kapital/finansiering af deres projekter. Evt. en slags udvidelse af Bornholms Erhvervsfond? • At man vil hjælpe virksomheder, der har et konkret efteruddannelsesbehov, med at finde ud af, hvor i verden denne kompetenceudvikling kan finde sted (fokus på virksomhed frem for på kursusudbyder). <p>Altså mere fokus på forudsætningerne for erhvervsudvikling - hvordan vil man hjælpe, frem for hvem vil man hjælpe?</p>

8.2. Incitamentter til udvikling af virksomheder

Det andet tema retter fokus mod at skabe incitamentter for udvikling og vækst i virksomhederne. Dette kan ske efter "principper" om pisk som gulerod. Øget konkurrencepres kan være en form for "pisk", som presser virksomheder til at tænke nyt. Offentlige myndigheder kan også skabe en sådan situation gennem konkurrencepolitik – herunder gennem regler, standarder og afgifter – fx inden for en politisk ambition om at skabe et mere miljøvenligt samfund. Bornholms Vækstforum har begrænsede muligheder her.

Andledes ses det ud, når det drejer om at tilskynde til udvikling. Bornholms Vækstforum kan her yde tilskud – skrue op for tilskuddene – til ordninger eller initiativer, som kan assistere virksomheder med at udvikle deres virksomheder eller gennemføre **udviklingsaktiviteter/projekter** (innovation). Det kan også dreje sig om **adgang til rådgivere (innovationsagenter, chef-til-leje el.lign.)**. Det bagvedliggende rationale er bl.a. her, at prisen er en afgørende faktor for brug af rådgivere. Spørgsmålet er imidlertid, om prisrelationen i sig selv er afgørende. Eksempelvis kan en lav pris signalere lav kvalitet. Og anden rådgivning bliver slet ikke direkte prisfast, da den er en del af private-professionelle netværk (kollegaer, leverandører mv.) eller er en sidegevinst ved køb af anden rådgivning/service. Eksempelvis når revisorer bliver spurgt til råds om andet end revision.

I forlængelse heraf kan der fx også igangsættes initiativer, der fremmer **opbygning af relationer eller netværk**.

Af udfordringer og dilemmaer for den bornholmske erhvervsfremmeindsats kan der peges på:

Indsats	Dilemma eller udfordring
Implementering af ny viden i det lokale erhvervsliv	Erhvervsfremmesystemet har en top-down-tilgang til diffusion af viden. Ny HighTech-viden antages at komme fra universiteter og teknologiske videncentre via konsulenterne og videre ud i virksomhederne.

	<p>Praksisnær viden om ny teknologi og produktionsprocesser kommer i virkeligheden oftest via brancheorganisationer og producenter/leverandører af ny teknologi.</p> <p>Løbende og tæt kundekontakt er også meget væsentlig for de bornholmske virksomheder.</p>
Udvikling gennem klynger	<p>En af de bornholmske satsninger igennem de to seneste vækstforumperioder har været klyngeudvikling. Flere af casevirksomhederne har været involveret i klyngeprojekter, men det er ikke det, der har givet anledning til vækst og udvikling i virksomhederne. Den primære kilde til vækst og innovation er tæt kontakt til markedet (kunder og leverandører) Der er herigennem, at virksomhederne henter deres primære impulser.</p> <p>Ingen af casevirksomhederne har imidlertid givet udtryk for et konkret udbytte af den bornholmske klyngeudsatsning.</p> <p>Blandt de adspurgte virksomheder i spørgeskemaundersøgelsen er der dog en betydelig del, der siger, at samarbejde og netværksdannelse er en farbar vej for ny forretningsudvikling.</p>
Specialisering kontra differentiering	<p>Bornholm ER specialiseret inden for adskillige erhvervsområder (bl.a. landbrug, fødevarerproduktion, turisme og maskinindustri). Spørgsmålet er, om erhvervsfremmeindsatsen skal målrettes erhverv, hvor der er en erhvervsstruktur på plads, eller om der skal sættes på erhverv, der vurderes som potentielle væksterhverv (eksempelvis grønne virksomheder).</p>
Er handelsområdet forsømt eller uden erhvervspolitisk potentiale?	<p>"Vi kan ikke leve af at klippe hinanden, eller vi bliver i hvert fald ikke rigere af det". Dette er mantraet i den nationale erhvervsfremmepolitik. Derfor satsningen på de eksportorienterede virksomheder, som skaffer indtjening og beskæftigelse til landet. Men giver det mening på regionalt niveau? På Bornholm døjer handelsbranchen med faldende konkurrenceevne (en trussel), og samtidig tyder analyser på mange jobåbninger inden for branchen i de kommende år. Flytning af handel til internetbutikker udgør en reel trussel om flytning af arbejdspladser bort fra Bornholm, så det er ikke længere kun et spørgsmål om "at flytte rundt på osten" set i et bornholmsk perspektiv.</p>

8.3. Offentlig-privat samspil – det offentlige også som drivkraft

Det tredje tema rækker ud over de først omtalte temaer og har sine rødder i temaet "smart specialisering" (OECD, 2011) (Teknologisk Institut, 2012). "Smart specialisering" er i høj grad knyttet til styrkelse af innovation, men en helt parallel diskussion finder også sted om udviklingen af yderområder (Realdania, 2010) (OECD, 2006). I korthed handler det om at **udvikle et områdes konkurrenceevne gennem udnyttelse af de regionale ressourcer og kompetencer**, således at det fører frem til innovation. En sådan indsats kan både **omfatte flere forskellige sektorer/brancher, ligesom forskellige politikområder (myndighedsopgaver) som uddannelse, erhvervsfremme, offentlig service mv. kan være en del heraf.**

Det tredje tema har således i høj grad afsæt i de regionale ressourcer, som gennem et samspil skal skabe nye eller styrke eksisterende erhvervsområder. Nogle af udfordrin-

gerne ved denne tilgang er, at den ofte bygger på involvering af de ressourcestærke på bekostning af de mindre ressourcestærke. Dette dilemma forstærkes ved, at ambitionen med sådanne initiativer er, at de skal skabes og være forankret regionalt (høj grad af selvstyre), samtidig med at der ofte vil være behov for ressourcestærke partnere, som har en mindre lokal tilknytning – måske endda næsten ingen. For en bevilgende programmyndighed rummer dette tillige et dilemma mellem et ønske om kontrol og uddelegering af ansvar og initiativ.

I forhold til den bornholmske erhvervsfremmeindsats kan dette uddybes med særlige udfordringer og dilemmaer som:

Indsats	Dilemma eller udfordring
Sikring af en mere dagsordensættende rolle for Vækstforum	<p>Bornholms Vækstforum udarbejder 4-årige strategier og årlige handlingsplaner. Men i de store regioner sikres de regionale vækstfora en større indflydelse på dagsordenen via udbud af programmer, som virksomheder og organisationer derefter kan byde ind på. Derved spredes erhvervsfremmemidlerne ud på flere aktører. Fordelen er større indflydelse til Vækstforum samt mere direkte virksomhedsinvolvering.</p> <p>Ulempen er ringere opbygning af projektstyringskompetencer, da man må formode, at kanaliseringen af erhvervsfremmemidler gennem relativt få operatører sikrer opbygning af projektstyringskompetencer.</p>
Lokal erhvervsfremmepolitik er ikke udelukkende støtte via Vækstforum	<p>Adgang til finansiering påskønnes af det lokale erhvervsliv, men en række virksomheder efterspørger en mere aktiv erhvervsfremmepolitik inden for andre dele af kommunens politikområder (indkøbspolitik med <i>mulighed</i> for bud fra lokale, inddragelse af det lokale erhvervsliv i udviklingsprojekter samt en mere erhvervsvenlig politik på planområdet). Der efterlyses også en tydelig satsning på det lokale erhvervsliv, når kommunens egne satsninger på miljøområdet skal implementeres.</p>
Bright Green Island-indsatsen	<p>Det erklærede formål er at få Bornholm inkluderet i den danske Green Tech-satsning og at udvikle salgbare produkter på området. Umiddelbart synes det at være problematisk, at Bornholm i udgangspunktet har meget få virksomheder, der opererer på miljøområdet.</p> <p>Kan et nationalt satsningsområde umiddelbart implementeres regionalt og uden hensyntagen til den lokale erhvervsstruktur?</p>

Litteraturliste

- Bornholms Vækstforum . (2011). *Erhvervsudviklingsstrategi 2011-2014. Bright Green Island. Bornholm – en grøn vækst-ø.*
- Center for Regional og Turismeforskning. (2011). *Analyse af kommende kompetencebehov på Bornholm.*
- Center for Regional og Turismeforskning. (2012). *Bornholm. Produktion og beskæftigelse.*
- Center for Regional og Turismeforskning. (2013). *RTSA Bornholm 2011.*
- European Commission. (2008). *The concept of clusters and cluster policies and their role for competitiveness and innovation. Main Statistical results and lessons learned.*
- IDA. (2012). *Højtuddannede styrker virksomhederne værdi - en analyse af højtuddannede bidrag til virksomhedernes værdiskabelse og vækst .*
- LB Analyse. (2012). *Hvordan har den danske strukturfondsindsats bidraget til at skabe vækst?*
- LB Analyse. (20xx). *Hvordan har den danske strukturfondsindsats bidraget til at skabe vækst? .*
- OECD. (2006). *The new Rural Paradigme - Policies and Governance. OECD (2006:15).*
- OECD. (2011). *Regions and Innovation Policy .*
- Pluss Leadership A/S. (2009). *Evaluering af Væksthusene og dertil knyttede initiativer . Erhvervs- og Byggestyrelsen.*
- Realdania. (2010). *Trods dårlige odds. International inspiration til danske yderområder.*
- Teknologisk Institut. (2011). *Danske virksomheders efterspørgsel efter viden og rådgivning - arbejdsrapport til Regeringens hurtigtarbejdende ekspertgruppe om videnspredning . Udarbejdet for Forsknings- og Innovationsstyrelsen.*
- Teknologisk Institut. (2012). *Erhvervslivets forskning, udvikling og innovation i Danmark 2012 . Styrelsen for Forskning og Innovation.*
- Teknologisk Institut. (2012). *Regionale styrkepositioner - En ny regional indsats. LO.*
- Teknologisk Institut. (2013). *De skjulte helte - Produktivitetssuccer i dansk industri. Styrelsen for Forskning og Innovation.*

Bilag 1: Metode

"Vækstanalyse Bornholm" bygger på ny dataindsamling gennem en spørgeskemaundersøgelse og interview med udvalgte virksomhedsledere. Nedenfor er der en uddybning af metoden for disse to kilder til ny viden.

Spørgeskemaundersøgelse

Population: Undersøgelsespopulationen er defineret som alle private virksomheder med mere end to ansatte og udtrukket fra databasen Experian. I alt er der identificeret 406 virksomheder.

Spørgeskema: Der er udarbejdet et spørgeskema bestående primært af lukkede spørgsmål (prædefinerede svar). Skemaet er testet blandt respondenterne.

Dataindsamling: Dataindsamlingen er gennemført som telefoninterview med en person fra ledelsen i virksomheden. Alle telefoninterview er gennemført ved hjælp af SOPHI – et CATI-system udviklet af Jysk Analyse, in-house hos Jysk Analyse, med egne uddannede interviewere.

Dataindsamlingen er foregået i perioden 4.-18. juni 2013 i tidsrummet 8-16. Der er foretaget indtil 12 opkald til virksomhederne. Der er opnået kontakt til 326 af de oplyste virksomheder. En mindre del viste sig ikke at være relevante/ikke kontaktbare, eller kontaktpersonen kunne ikke træffes i interviewperioden. Der blev i alt gennemført 209 interview.

Vejning: Efter dataindsamlingen er afsluttet, har vi undersøgt, i hvilket omfang stikprøven er repræsentativ for populationen. Der er en lille underrepræsentation inden for bygge og anlæg. For at opveje denne er der tilføjet en korrigerende vægt i datasættet.

Resultater: Resultaterne fra undersøgelsen er leveret som SPSS-datafil. Ud over undersøgelsesspørgsmål er der tilføjet udvalgte branchevariable.

Interview med virksomhedsledere

For at få et mere nuanceret information om erhvervsmæssige muligheder og barrierer for vækst er der gennemført 20 interview med udvalgte virksomhedsledere.

Virksomheder er udvalgt ud fra kontakt til erhvervsaktører på Bornholm og ved at foretage opfølgende interview ud fra de svar, virksomhederne har givet i spørgeskemaundersøgelsen. I datasættet indgår en variabel, som kan anvendes til identifikation af de virksomheder, der har givet samtykke til efterfølgende kontakt.

En eventuel konkret omtale af enkeltvirksomheder i rapporten er godkendt af hver enkelt virksomhedsleder.

Følgende virksomheder er interviewet:

Beck Pack System A/S
Danske Færger A/S
Hotel Friheden/Hotel Abildgaard
Jens Borup - Rest. Pakhuset/Bryghuset/Brazz
Jensen Denmark A/S
JF Kontor & Data ApS
JL-Energy Aps
Laundry Logics ApS
Lehnsgaard Rapsolie
LittleSmartThings
Madam Stoltz
Niveau2 ApS
Ocean Prawns A/S
PHBYG A/S
Sct. Clemens (Bornholms Andelsmejeri)
SJ Bornholm ApS
Team Bornholm
Østkraft

Bilag 2: Specialiseringsindeks

For at få et bedre indtryk af den erhvervsmæssige regionale specialisering er der nedenfor beregnet et specialiseringsindeks for Bornholm, jf. nedenstående Tabel. Indekset angiver, om Bornholm er mere (værdier over 1) eller mindre (værdier under 1) specialiseret i forhold til gennemsnittet for hele landet målt på antallet af job inden for en bestemt branche. Et indeks på 1 betyder altså, at beskæftigelsen inden for den pågældende branche ligger på niveau med den landsdækkende beskæftigelse i samme branche.

I nedenstående tabel er den branchemæssige regionale specialisering markeret med fed skrift. Her fremgår det således hvilke brancher, der er specialiserede inden for tre udvalgte yderkommuner.

Hvis der udelukkende fokuseres på de private erhvervssektorer, har Bornholm den mest udprægede specialisering inden for (1) landbrug mv., (2) føde- og drikkevareindustri samt (3) maskinindustri. For så vidt angår brancherne Energiforsyning, Vandforsyning og renovation samt Forlag, tv og radio, er disse præget af flere store halvoffentlige virksomheder (Østkraft, Bornholms Forsyning samt TV2 og DR), hvorfor disse brancher ikke er umiddelbart inddraget i målgruppen for den regionale erhvervsfremmeindsats. Den bornholmske maskinindustri bør fremhæves som potentiel interessant, fordi der både er tale om en specialiseret bornholmsk branche, samtidig med at denne branche muligvis har haft beskæftigelsesfremgang over en længere periode.

Ved sammenligning mellem de tre udvalgte kommuner ses det, at især Tønder har en meget specialiseret erhvervsstruktur med kraftig specialisering inden for maskinindustri og træ- og papirindustri. I modsætning hertil har Lolland en erhvervsstruktur, der i højere grad minder om den bornholmske. Alle tre yderområder har en forholdsvis høj specialisering inden for landbrug/skovbrug (hvilket selvfølgelig ikke er overraskende) samt inden for fødevarefremstilling, hvilket ligeledes er karakteristisk for en række af landets yderområder.

Tabel: Specialiseringsindeks efter hovedbrancher

Realtiv specialiseringsindeks (RAS 2012)	Bornholm	Lolland	Tønder
Landbrug, skovbrug og fiskeri	2,08	2,62	3,99
Føde-, drikke- og tobaksvareindustri	1,80	1,11	1,55
Forlag, tv og radio	1,79	0,71	0,32
Energiforsyning	1,52	0,85	2,07
Offentlig administration, forsvar og politi	1,35	0,86	0,95
Vandforsyning og renovation	1,34	1,15	0,34
Maskinindustri	1,30	1,36	0,09
Sociale institutioner	1,22	1,61	1,03
Ukendt erhverv	1,22	1,23	1,42
Hoteller og restauranter	1,18	0,70	1,21
Sundhedsvæsen	1,17	0,40	0,41
Bygge og anlæg	1,16	0,98	1,06
Transport	1,15	1,38	0,58
Plast-, glas- og betonindustri	1,09	1,25	0,69
Kultur og fritid	1,03	0,66	0,71
Rejsebureauer, rengøring & anden operationel service	0,96	0,84	0,82
Ejendomshandel og udlejning	0,95	2,21	1,15
Andre serviceydelser	0,95	1,25	1,06
Undervisning	0,93	0,97	0,96
Handel	0,85	0,95	1,07
Råstofudvinding	0,73	0,06	0,36
Træ- og papirindustri, trykkerier	0,61	0,22	4,53
Møbel og anden industri	0,54	1,15	0,83
Tekstil- og læderindustri	0,53	0,14	0,24
Rådgivning mv.	0,51	0,52	0,48
Telekommunikation	0,48	0,08	0,18
Videnservice	0,45	0,38	0,53
Finansiering og forsikring	0,38	0,53	0,42
Transportmiddelindustri	0,34	0,11	3,99
Metalindustri	0,29	1,10	4,33
Fremst. af elektrisk udstyr	0,09	0,49	0,27
IT- og informationstjenester	0,08	0,09	0,12
Kemisk industri	0,05	0,06	0,10
Elektronikindustri	0,03	0,55	0,13
Forskning og udvikling	0,02	0,13	0,01
Alle erhverv	1,00	1,00	1,00

Kilde: Danmarks Statistik; RAS-beskæftigelsen.

Bornholm er specialiseret i 15 (heraf 7 private) brancher ud af 37 mulige. Ikke overraskende er den kraftigste specialisering inden for landbrug og fødevarerfremstilling, og den ringeste specialisering er inden for forskning og udvikling samt elektronikindustri.

Bilag 3: Supplerende tabeller

Bilagstabel 1: Bornholmske virksomheder efter størrelse og vækstambitioner og organisatoriske ressourcer

Antal ansatte	Kan og vil	Kan eller vil	Hverken kan eller vil	I alt
2 til 4	26%	34%	54%	41%
5 til 9	30%	34%	32%	33%
10 og derover	44%	32%	13%	27%
I alt	100%	100%	100%	100%
N	27	77	68	172

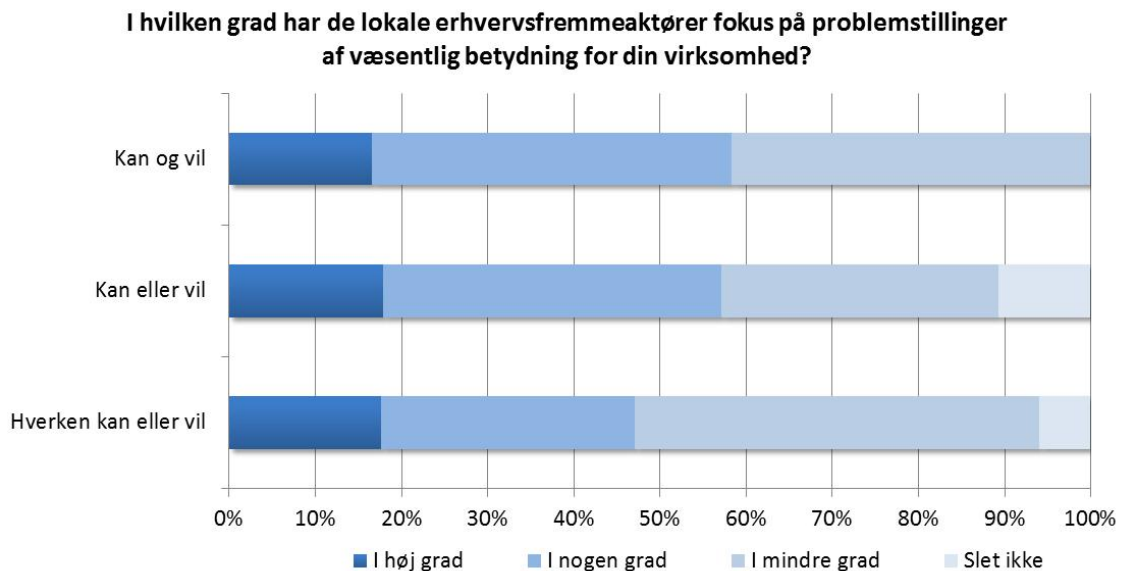
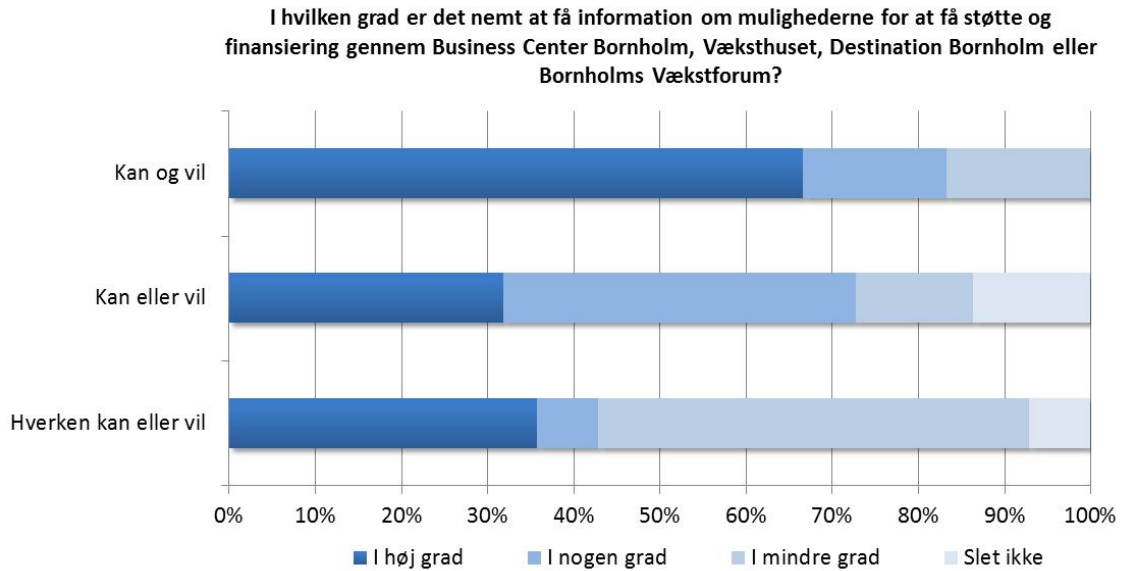
Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

Bilagstabel 2: Bornholmske virksomheder efter branche og vækstambitioner og organisatoriske ressourcer

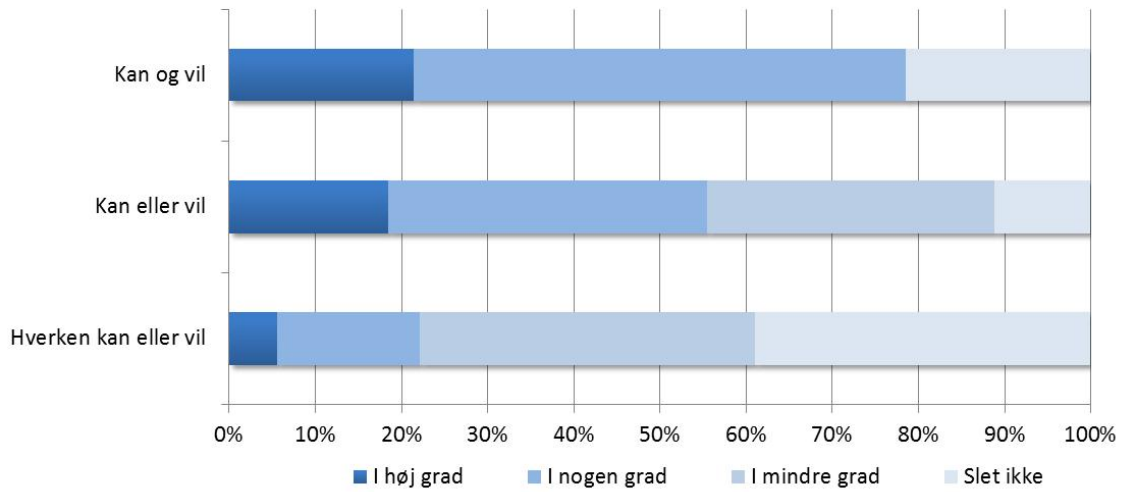
	Kan og vil	Kan eller vil	Hverken kan eller vil	I alt
Landbrug, fiskeri og råstofudvinding	10%	9%	20%	13%
Industri	27%	7%	11%	11%
Bygge og anlæg	13%	14%	16%	15%
Handel, hotel og restauration	17%	41%	30%	33%
Transport, post og tele	7%	5%	4%	5%
Service	13%	9%	4%	7%
Ikke oplyst	13%	15%	15%	15%
Total	100%	100%	100%	100%
N	30	91	80	201

Kilder: TI/CTR: Spørgeskemaundersøgelse "Vækstanalyse Bornholm".

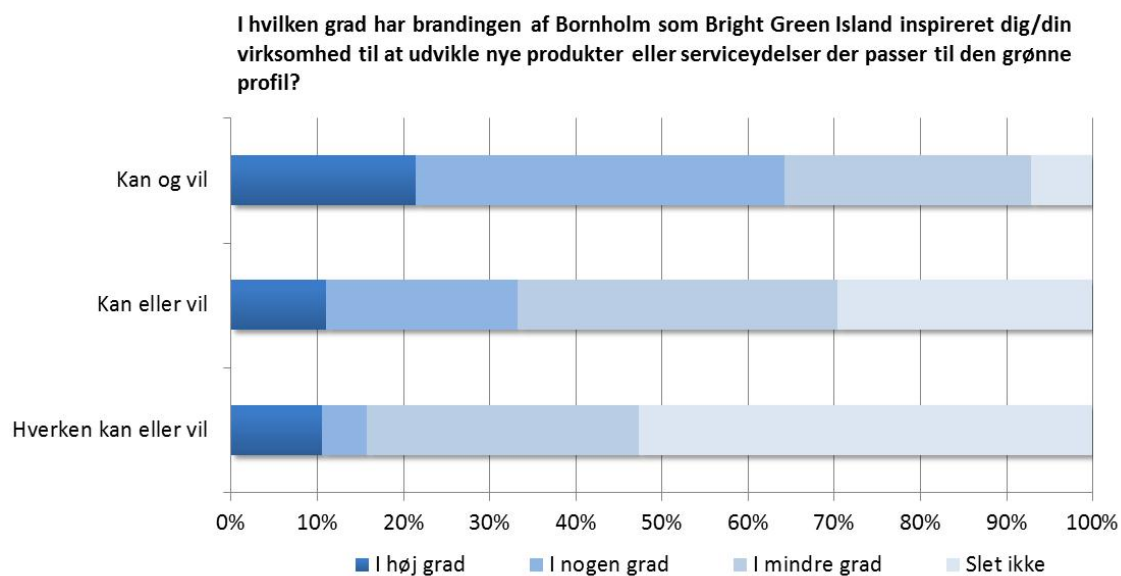
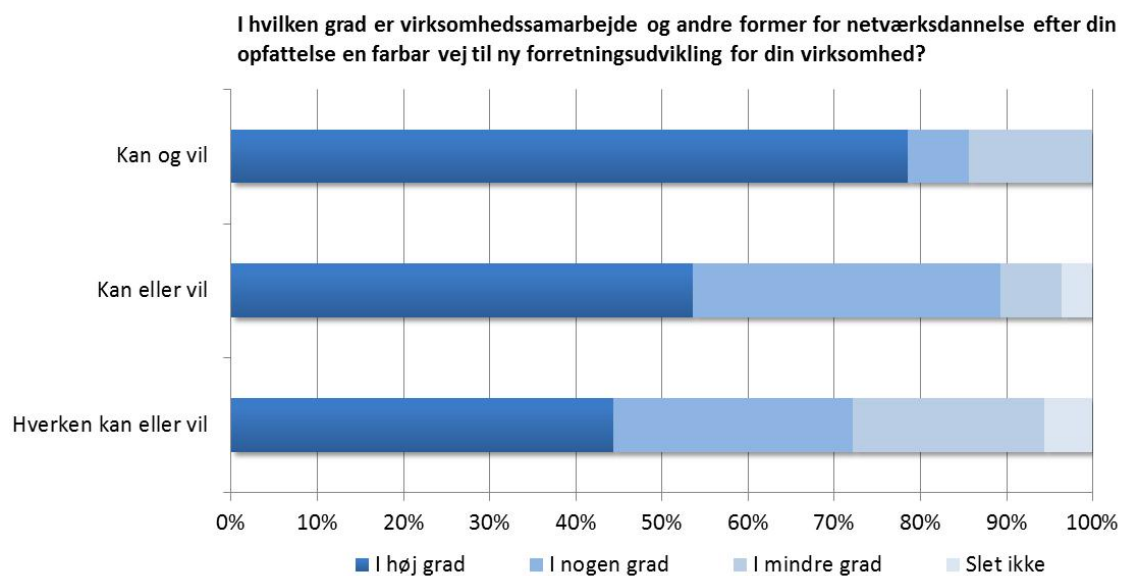
Bilagstabel 3: De deltagende virksomheders vurdering af de eksisterende initiativer inden for erhvervs- og virksomhedsudvikling grupperet efter "kan OG vil"-virksomhedstyper



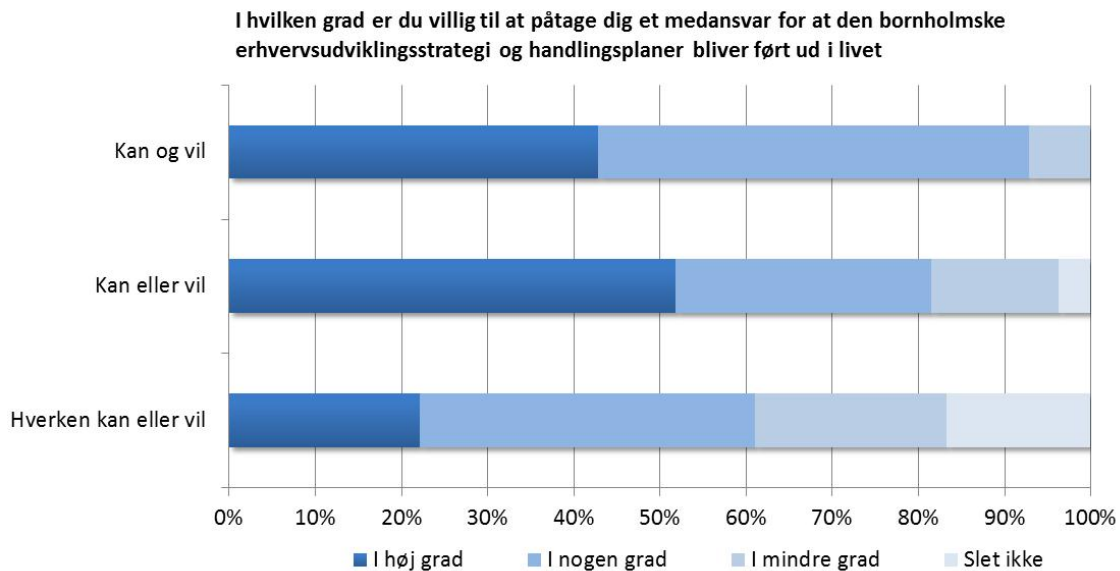
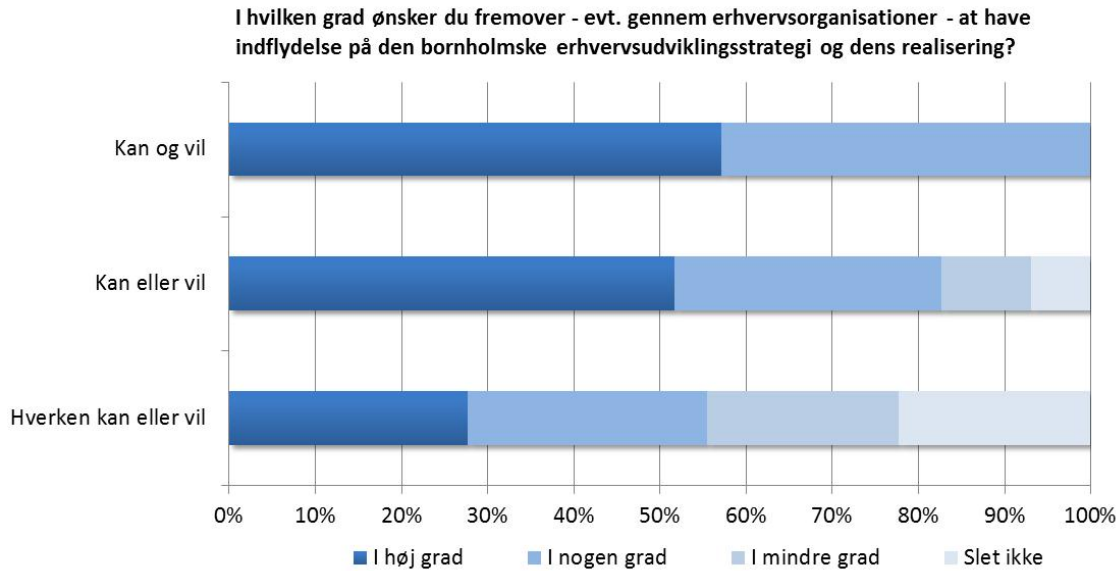
Har deltagelse i et eller flere af disse initiativer bidraget til udvikling af din virksomhed?



Bilagstabel 4: Nyten af forskellige måder at tilrettelægge initiativer inden for erhvervs- og virksomhedsudvikling grupperet efter "kan OG vil"-virksomhedstyper



Bilagstabel 5: De deltagende virksomheders fremtidige brug af erhvervs- og virksomhedsudviklingsinitiativer samt deres fremtidige engagement i den bornholmske erhvervsudvikling grupperet efter "kan OG vil"-virksomhedstyper



I hvilken grad vil du fremover gøre brug af disse initiativer eller tilbud?

