

## NOTAT

22. juni 2005

/pea

Sag

### Redegørelse for forløbet omkring Firmastartpakken

Økonomi- og erhvervsministeren har bedt Erhvervs- og Selskabsstyrelsen (E&S) redegøre for en række forhold i forbindelse med produktion og distribution af en CD-rom med en digital firmastartpakke.

Redegørelsen er bestilt i forlængelse af ministerens besvarelse af henholdsvis spørgsmål 1247 (2.samling) stillet af Morten Østergaard (RV):

”Er det Økonomi- og Erhvervsministeriets opgave og politik at bestyrke visse kommercielle produkters og leverandørers markedsposition gennem ministeriets aktiviteter, som det er sket i forbindelse med firmastartpakken fra Erhvervs- og Selskabsstyrelsen, hvor Microsofts ERP-program C5 distribueres til 40.000 nystartede virksomheder i ministeriets navn?”

Og spørgsmål 1236 (2. samling) fra Per Clausen (EL):

”Vil ministeren redegøre for, hvorfor det kun er Microsoft, som har fået mulighed for at markedsføre sit økonomistyringsprogram i Erhvervs- og Selskabsstyrelsens nye firmastartpakke (Computerworlds it-nyheder den 20. april 2005)?”

Konkret har ministeren i forlængelse af spørgsmålene bedt E&S redegøre for følgende to spørgsmål:

1. Hvilken rolle de private partnere præcist har spillet i forbindelse med produktion og distribution af pakken?
2. Hvordan gruppen af private bidragsydere er udvalgt?

Nærværende notat indeholder den af ministeren bestilte redegørelse.

### Baggrund

Firmastart-pakken er en CD-rom med værktøjer og informationer, der hjælper iværksættere og små virksomheder med at drive virksomhed. CD-rommen er opdelt i otte overordnede områder: 1. En god ide? 2. Salg 3. Penge 4. Tryghed 5. Netværk 6. IT og internet 7. Forretningsplan 8. Klar til start?

#### **ERHVERVS- OG SELSKABSSTYRELSEN**

Kampmannsgade 1  
1780 København V

Tlf. 33 30 77 00

Fax 33 30 77 99

CVR-nr 10 15 08 17

eogs@eogs.dk

www.eogs.dk

#### **ØKONOMI- OG ERHVERVS-MINISTERIET**

Indholdet på CD-rommen er primært taget fra Firmastart, der er et univers på erhvervsportalen Virk.dk, der hjælper nye og eksisterende små virksomheder med information og værktøjer til at løse administrative opgaver.

Selve Virk.dk er opstået efter en projektkonkurrence som et offentligt-privat partnerskab mellem Krak og Erhvervs- og Selskabsstyrelsen (E&S), der bygger på, at begge parter har både pligter og rettigheder.

Begge parter bidrager således til udvikling og drift af portalen, og Krak har bl.a. - via det 100 % ejede datterselskab Virk A/S - investeret et større tocifret millionbeløb i udvikling af portalen.

Til gengæld for de indledende investeringer og de løbende bidrag til den daglige drift, har Virk A/S en række rettigheder i forhold til indhold mv. på portalen. Disse rettigheder kan udnyttes til kommercielle formål, da virksomhedens investeringer naturligvis er baseret på en forventning om fremtidig indtjening.

Erhvervs- og Selskabsstyrelsens kontrakt med Virk A/S er en såkaldt ydelseskontrakt, hvor styrelsen ikke ejer portalen i sin helhed, men i stedet mod betaling har ret til en række ydelser på portalen fra den private partner, Virk A/S. F.eks. til at få indhold lagt på, modtage indberetninger mv.

Konstruktionen med et partnerskab mellem offentligt og privat er derfor ikke skabt til Firmastart, men en fortsættelse og udbygning af et igangværende partnerskab om udvikling og drift af en portal, hvor en række private virksomheder allerede spiller en synlig rolle. Halvdelen af forsiden og en del af de øvrige sider er således afsat til privat indhold, så brugerne både kan få offentlige og private værktøjer og informationer til brug ved løsning af administrative opgaver.

E&S' formål med at lave Firmastart CD-rommen har været todelt:

1. Markedsføre Firmastart og Virk.dk generelt overfor målgruppen.
2. Få en række værktøjer og informationer til gavn for iværksættere og små virksomheder bragt direkte ud til de potentielle slutbrugere.

Der har været meget stor interesse for pakken, der er trykt i ca. 40.000 eksemplarer. Samtlige private partnere melder om stor efterspørgsel og tilfredshed med det samlede produkt.

### **Redegørelse for de private partners rolle**

Der kan altid ligge et problem i at samarbejde med private parter, hvor disse naturligt må få deres navn nævnt som del af det endelige budskab.

E&S overvejede problemstillingen i lyset af, at der skulle formidles reel viden om de problemer, iværksættere har i deres hverdag. Overvejelserne førte i den konkrete situation frem til et samarbejde med en række udvalgte indholdsleverandører.

Det er E&S, der har været i dialog med en række potentielle indholdsleverandører og herefter har valgt dem ud, der både havde ressourcerne og ønskede at medvirke. Det kan diskuteres, om dette valg skulle have fulgt efter en offentlig opfordring til at indgå i et samarbejde. Styrelsen fandt det dog hensigtsmæssigt umiddelbart at vælge bidragsyderne ud med henblik på i videst muligt omfang at få CD-rommen til at udgøre og fremstå som et samlet hele.

De private partners bidrag til CD-rommen kan henføres til to typer bidrag:

- A. Direkte omkostninger. Det vil sige penge der er betalt til udvikling, produktion, distribution og markedsføring af projektet.
- B. Indirekte omkostninger. Det vil sige brugt tid samt immaterielle aktiver som eksempelvis den software og rådgivning, der er investeret i projektet.

De samlede bidrag til CD-rommen fremgår af nedenstående skema.

Partner	Direkte omkostninger (kr.)	CD-rommer købt til egen-distribution	Software og værktøjer	Indholdsmæssige bidrag	Øvrige omkostninger/bidrag** (hvis muligt omregnet til kroner)
<b>Arbejdsformidlingen</b>	0	0		Tekst om arbejdsformidlingens tilbud til iværksættere	10 AC timer til koordinering samt 3 AF-konsulenttimer
<b>Krak</b>	2.600	500	Ekstralang prøvelicens til Krak*Outlook og Krak*Kørebog	Tekst om salg og værktøjsunderstøttelse	10.000 kroner til Krak-produkter* og 38 timer af 1000 kr. til materiale, tekster, billeder, korrektur, beskrivelse af proceduren for bestilling af CD-rommen, opfølgning m.v.
<b>Symbolik</b>	0	0	Salgspræsentation i powerpoint	Tekst om værktøj	Værdi af software 70.000 kr. Omkostninger til kommunikationsbureau 15.000 kr
<b>VIRK A/S</b>	0	0		Redaktionelt indhold fra Virk.dk	Koordinering, projektledelse, redaktionel ekspertise og teknisk implementering.
<b>Multidata</b>	83.000	5.000		Tekst om administration og løn	30.000 kr*+ Omkostning internt Multidata kr. 10.000 kr. Omkostninger eksterne samarbejdspartnere 50.000 kr. Omkostning til distribution kr. 10.000 kr.

<b>Microsoft</b>	44.200	8.000	Prøvelicens til OneNote og C5	Tekst til værktøj	Projektstyring, test af komponenter, PR håndtering, online markedsføring, design og godkendelse af tekster til CD, juridiske godkendelser. 138.000 kr. Distribution 10.000 kr. Tastaturer og mus 45.000 kr.* C5 Light licenser 9.000 kr.*
<b>KPMG</b>	46.100	4.000	Forretningsplan, kontoplan og checkliste	Tekster til forretningsplan og skat og moms	18.000 kr.*. Se note***
<b>Ret&amp;Råd</b>	70.900	6.000		Tekster om selskabets form og selskabets fundament	22.500 kr.* Se note***
<b>Nordea</b>	58.850	4.000		Tekster om finansiering og ”gode råd når du går i banken”	Se note***
<b>Dana</b>	125.162	12.000		Tekster om tryghed	12.000 kr.* + konsulenttid 81.000 kr.
<b>I Alt (Partnere)</b>	<b>430.812</b>	<b>39.500</b>			<b>568.500</b>
<b>I alt E&amp;S</b>	<b>319.500</b>	<b>6.500</b>		<b>Film udviklet tidligere i forbindelse med Virk/Firmastart</b>	<b>Projektledelse ca. 70 timer</b>

\*Bidrag til konkurrence \*\* Estimeret af partneren \*\*\* Bidrag til interne omkostninger eks. arbejdstid indgår ikke i udregning, da disse tal ikke er oplyst.

Som det fremgår, har de private partnere på forskellig vis ydet betydelige bidrag til udvikling og/eller distribution af CD-rommen. De samlede private bidrag har en samlet værdi på ca. 1 mio. kr. plus omkostninger til tryk af de CD-rommer, de selv har modtaget (4,5 kr. stykket), mens E&S' bidrag (med en timepris på 500,00 kr.), har en værdi af 354.500,00 kr. plus omkostninger til tryk af de CD-rommer E&S og Arbejdsformidlingen har modtaget til distribution. Selv hvis der var tale om et traditionelt kunde-leverandør forhold, ligger E&S' omkostninger således klart under Finansministeriets grænse for, hvornår der skal afholdes et egentligt udbud.

Partnerne har således – med undtagelse af AF - selv finansieret udvikling af deres indholdsbidrag, herunder udvikling og produktion af film og værktøjer. Partnerne har desuden selv finansieret de eksemplarer af Firmastartpakken, de har anskaffet til videredistribution, samt stået for den egentlige distribution af en stor del af CD-rommerne.

Uden disse betydelige bidrag, var der tre muligheder:

1. Et større offentligt bidrag, hvilket ikke var muligt indenfor de givne bevillinger, eller
2. en indsats på et lavere ambitionsniveau, fx i form af en mere traditionel papirfolder til omdeling på biblioteker, offentlige kontorer mv., eller
3. ingen indsats

På denne baggrund - og på baggrund af en antagelse om, at meget af den viden iværksættere har behov for, bedst findes i private virksomheder - valgte E&S og VIRK A/S at udbygge det partnerskab, der allerede var etableret omkring hovedportalen Virk.dk, med en række andre relevante partnere, der i kraft af deres daglige virke havde informationer og/eller værktøjer, med værdi i forbindelse med start og drift af virksomhed.

Styrelsen var i den forbindelse opmærksom på, at samarbejdet med private partnere indebar, at de private partners logo m.v. ville indgå i pakken, hvilket kunne opfattes som et problem. Set i forhold til ovenstående alternativer om en mindre ambitiøs indsats eller ingen indsats, valgte E&S dog på baggrund af en samlet vurdering at acceptere privat synlighed som prisen for et bedre produkt.

Hensigten med at inddrage private partnere har således ikke på noget tidspunkt været at fremme eller cementere et bestemt privat produkts markedsposition. Skulle dette alligevel være sket, er det utilsigtet og beklageligt. Målet har gennem hele processen været, at skabe en win-win situation til slutbrugerne.

Pakkens afsender er VIRK A/S og de private partnere, der alle står trykt på coveret til CD-rommen. Erhvervs- og Selskabsstyrelsen fremstår ikke som officiel afsender af pakken. Hverken på print uden på selve pakken eller under rubrikken "Hvem står bag?" på CD-rommen. Der er således ikke tale om privat sponsorering af et offentligt produkt, men om et offentligt-privat partnerskab.

Som det fremgår ovenfor, har E&S på flere måder deltaget i udviklingen af pakken. Konkret har E&S bl.a.:

- Koordineret indsamlingen af bidrag fra de private partnere og projektledet udviklingen af CD-rommen.
- Stillet en stor mængde offentlige informationer og værktøjer fra Firmastart på Virk.dk gratis til rådighed.
- Finansieret den tekniske og grafiske tilpasning af indholdet fra Firmastart på Virk.dk til udgivelse på en CD-rom.
- Betalt for tryk af de CD-rommer og de materialer, AF og E&S selv har stået for distributionen af.
- Forestået et pressemøde, hvor pakken blev lanceret.

### **Redegørelse for valget af private partnere**

Selvom E&S ikke juridisk har været forpligtet til at udskrive et egentligt udbud, var E&S fra start opmærksom på, at der kunne ligge to problemer i et for tæt samspil med private partnere:

1. Produktets kvalitet kunne blive dårligere end det, der kunne laves som en ren offentlig løsning, fordi de private partnere ville prioritere salg og markedsføring højere end den saglige kommunikation på et højt fagligt niveau, det var målet at lave.
2. Andre private virksomheder kunne føle sig forbigået.

For at håndtere disse potentielle problemer, blev de private partnere udvalgt efter følgende kriterier:

1. Evne til at distribuere og markedsføre materialet effektivt til målgruppen
2. Værdi af bidrag der stilles til rådighed på CD-rommen – herunder evne til at bidrage med faglig specialviden på et højt niveau indenfor de områder, der er relevante i forbindelse med start og drift af virksomhed

Det første kriterium blev opstillet for at skabe størst mulig rækkevidde i forhold til målgruppen – nuværende eller potentielle iværksættere. Samtidig erfarede E&S, at der skulle en vis størrelse til for at kunne bidrage, da ambitionsniveauet for distribution og udbredelse var meget højt.

En væsentlig del af E&S mål med at lave pakken var at udnytte private ressourcer og viden bedst muligt som løftestang til at formidle mere viden og flere værktøjer af høj kvalitet, end styrelsen ville være i stand til med egne midler. Den faktiske distribution tyder på, at dette er lykkedes, idet antallet af CD-rommer, der konkret er uddelt til potentielle iværksættere, er langt større end E&S ville have haft mulighed for på egen hånd, med de bevillinger der var til rådighed.

Målet med det andet kriterium var at sikre størst mulig brugsværdi for målgruppen. Hensigten var at stille så meget rådgivning, værktøjer og skabeloner til rådighed som overhovedet muligt – uanset om informationer mv. kom fra det offentlige eller respekterede og veletablerede private virksomheder. Målet var at skabe den bedst mulige løsning for slutbrugere.

Der har i dialogen med partnerne været understreget to væsentlige og ufravigelige kriterier fra E&S gennem hele udviklingsforløbet:

1. Kommunikationen skulle foregå på målgruppens præmisser og ikke afsenderens. Derfor er marketingbudskaber redigeret fra, hvis de ikke har klar relevans for slutbrugere.
2. E&S har forbeholdt sig - og også brugt - retten til at redigere alle enkeltbidrag, så tonen blev forståelig for målgruppen og tilpasset det øvrige indhold, således at Firmastartpakken udgør mere end summen af de enkelte dele. Det samlede produkt – der skaber et overblik, ingen af partnerne kunne skabe alene – vare således formentlig kun muligt i kraft af E&S' bidrag som samlende offentlig partner og koordinator.

For at sikre kommunikation på modtagerens præmisser blev de otte emner, der udgør CD-rommens emneinddeling, defineret, inden potentielle partnere blev kontaktet.

Efterfølgende blev der lavet en begrænset liste over potentielle partnere indenfor hvert emneområde. Partnere har ikke haft bemyndigelse til at godkende andre partnere. E&S har heller ikke givet partnerne eksklusivret på CD-rommen.

E&S har bevidst tilstræbt at ramme en balance, hvor der på den ene side var ønsket om at inddrage og drage nytte af de private partnere for at skabe det bedst mulige produkt, og på den anden side ønsket om ikke at fremme bestemte private virksomheders markedsposition disproportionalt.

Konkret blev følgende partnere kontaktet i kronologisk rækkefølge:

**DANA** – Dana blev valgt på baggrund af tidligere dialog i forbindelse med udarbejdelse af Firmastart.dk. DANA var meget opsat på at yde et markant og konstruktivt bidrag til den endelige CD-rom.

**Arbejdsformidlingen** – Arbejdsformidlingen blev engageret primært som en distributionskanal. Målgruppeanalyser pegede på, at en relativt stor andel iværksættere starter egen virksomhed, fordi de ikke kan finde arbejde hos andre, hvorfor de med fordel kan nås via Arbejdsformidlingen. Ligeledes fremstod Arbejdsformidlingen som en god distributionskanal i forhold til mulighederne for at ramme nuværende eller potentielle etniske iværksættere.

**KPMG** – På grund af DANA's samarbejde med KPMG omkring ErhvervsSparring (der tilbyder iværksættere kompetent sparring fra erfarne erhvervsfolk), var det naturligt også at inddrage KPMG. KPMG satser meget på små virksomheder og var meget villige til at dele deres erfaringer på CD-rommen.

**Nordea** – Efter afslag fra Danske Bank indledtes dialog med Nordea. Nordea indvilgede i at stille deres ekstensive filialnet til rådighed samt viden om finansiering for iværksættere.

**Ret&Råd** – Efter afslag fra Kromann Reumert indledtes dialog med Ret&Råd Advokater, der meldte meget positivt tilbage og ydede et stort bidrag til det endelige produkt.

**Microsoft** – Efter længere tids dialog med en anden virksomhed, indledtes dialog med Microsoft. Hensigten var at vurdere, hvorvidt Microsoft kunne tilbyde større værdi til projektet end en eventuel gratis officepakke fra den anden virksomhed. De to partnermuligheder skabte gode forhandlingsvilkår for E&S og VIRK A/S. Den anden virksomhed, der var i betragtning, ønskede imidlertid i sidste ende ikke at deltage i projektet, da de ikke mente, at de kunne supportere initiativet godt nok.

Microsoft kom sideløbende med et meget attraktivt tilbud om gratis prøvelicenser på OneNote og det danske udviklede ERP-system C5, der ik-

ke normalt tilbydes til iværksættere. Samtidig forpligtede Microsoft sig til at promovere Firmastartpakken på deres hjemmeside og distribuere 3.000 eksemplarer af CD-rommen i første omgang, der efterfølgende blev forhøjet. Da der er begrænset plads til rådighed på en CD-rom blev der kun lagt det ene ERP-system på CD-rommen, der samlet blev vurderet som mest attraktivt.

**Symbolik** – Symbolik laver powerpointpræsentationsløsninger til små virksomheder i Danmark. Med henblik på at styrke rådgivning indenfor salgsområdet, blev Symboliks tilbud om at lave et gratis powerpoint-salgsredskab til Firmastartpakken accepteret.

**Krak** – For at styrke salgsområdet yderligere på CD-rommen blev VIRK A/S' modervirksomhed Krak inddraget, da Krak råder over mange interessante værktøjer, der understøtter virksomheders salgsindsats.

**Multidata** – Multidata satser betydeligt på at fremme iværksætteri i Danmark. Multidata afholder bl.a. en messe i Forum for iværksættere. Multidata rettede - få måneder inden udgivelsen af Firmastartpakken – selv henvendelse til Virk.dk, hvilket efterfølgende udviklede sig til en dialog med E&S. Multidatas bidrag blev betragtet som relevante og deres involvering understregede, at Firmastartpakken er et åbent initiativ.

## Konklusioner

I lyset af ovenstående har E&S konkluderet følgende:

1. Der har været meget stor efterspørgsel efter pakken, og alle partnere melder om stor interesse og høj brugertilfredshed
2. Både offentlige og private partnere har ydet betydelige bidrag. De samlede private bidrag overstiger klart de offentlige bidrag
3. E&S har søgt at udvælge private partnere efter deres evne til at bidrage til processen. Der har dog ikke været afholdt et egentligt udbud eller udsendt en åben og offentlig invitation til at komme med bidrag.
4. Såfremt der ikke havde været private bidrag var mulighederne:
  - A: Større offentlige bidrag, eller
  - B: et lavere ambitionsniveau

Da målet var at lave et meget attraktivt produkt med de tilrådighedsstående midler var ingen af de to mulige alternativer acceptable, hvorfor der blev etableret et offentlig-privat partnerskab. Det betød - i sagens natur - at de private partnere fik både plads og opmærksomhed på det endelige produkt. Hensigten med at inddrage private partnere har dog ikke på noget tidspunkt været at fremme eller cementere et eller flere bestemte private produkters markedsposition, men i stedet at skabe en



win-win situation til gavn for slutbrugerne. Skulle dette alligevel være tilfældet, er det utilsigtet og beklageligt.

5. I lyset af den efterfølgende debat i Folketinget og pressen står det klart, at partnerskabet hos nogen er blevet opfattet som et offentligt produkt sponsoreret af private sponsorer. Som anført ovenfor er det ikke tilfældet, og det har heller ikke været hensigten. Desuagtet har E&S på baggrund af, at "Firmastartpakken" kan opfattes som sponsoreret offentlig information, besluttet ikke at fortsætte arbejdet i dette regi. Der vil derfor ikke komme et 2. oplag af "Firmastartpakken".
6. E&S vil i fremtiden være særligt opmærksom på problemstillingen. Ved lignende initiativer vil E&S i fremtiden have forøget og skærpet fokus på, at sikre bedre muligheder for en bred kreds af samarbejdspartnere, eventuelt med en forudgående annoncering, samt i højere grad at sikre en tydelig adskillelse af redaktionel tekst og henvisninger til de private parterne.