



Omstillingspilot til SMV'erne

Den 2. februar 2021
Sagsnr. 2020-1394

Forslag:

Akademikerne foreslår, at der etableres en ny erhvervsstøtteordning målrettet små og mellemstore virksomheder – en ordning til at bistå omstillingen i SMV'erne.

Ordningen skal udformes som en rettighed for små og mellemstore virksomheder og bestå i, at SMV'er kan modtage tilskud til løn til ordinær ansættelse af den første medarbejder med en mellemlang eller lang videregående uddannelse (herefter 'højtuddannet') i forbindelse med virksomhedens omstillingsproces eller uløste udviklingsopgaver. Ordningen har tre spor: 1) grøn omstilling, 2) digitalisering og 3) eksport. Der er vedlagt 3 bilag, der udfolder og eksemplificerer hvert spor.

Forslaget bygger videre på de mange gode erfaringer fra tidligere beslægtede ordninger, der nu er udløbet, blandt andet Isbryderordningen fra 90'erne og Videnpilotordningen fra 0'erne. Forslaget vil styrke SMV'ernes konkurrenceevne og bl.a. gøre dem bedre i stand til at håndtere den grønne og digitale omstilling samt give dem bedre forudsætninger til at fastholde og erobre nye markeder.

Brændende platform:

COVID-19 har givet mange virksomheder et 'wake-up call'; en erkendelse af, at forretningens nuværende kompetencer ikke er tilstrækkelige til at håndtere de markante udfordringer og omstillinger, de står overfor. Der er således et vindue nu, hvor flere SMV'er har behov for at handle anderledes, end de plejer, for at sikre konkurrencekraft og en plads i markedet. Det kalder på nye, og for nogle ukendte, kompetenceprofiler.

Finansiering:

Ordningen er skalerbar, men Akademikerne anbefaler, at der som minimum af afsættes **80 millioner kr. årligt** 3 år frem. Det svarer til, at **ca. 750-800** virksomheder årligt kan benytte sig af ordningen.

Ordningen vil være udgiftsneutral, da effekter fra lignende ordninger viser en betydelig fremgang i ansættelse og omsætningen i de deltagende virksomheder.

Effekter ved lignende ordninger:

De seneste tal for ordningen i projektet *Vækst Via Viden* i Nordjylland viser, at der er skabt 750 match mellem virksomheder og højt uddannede, hvoraf 147 af disse match er lykkedes via en lignende tilskudsordning. Af dem er 78 % fastansætte efter forløb i samme virksomhed, og ca. 90% af går i job efter forløbet. Derudover bliver der på sigt skabt et job mere udover den specifikke højtuddannede i virksomheden, og an-

tallet undgåede fyringer er på 0,20 pr. forløb. Dvs. at der gennemsnitligt skabes/fastholdes ca. to job pr. tilskudsmodtagende virksomhed varigt.

Målgruppen:

Den primære målgruppe er små og mellemstore virksomheder, mens den sekundære er højtuddannede, som ansættes som omstillingspiloter, samt en afledt beskæftigelses- og fastholdelseeffekt for eksisterende medarbejdergrupper.

Om ordningens kriterier – hvad udløser retten til tilskuddet?

Ordningsen skal på baggrund af objektive kriterier understøtte viden- og kompetenceflow til alle SMV'er med op til 50 ansatte og med en omsætning på højst 75 mio., hvor SMV'er kan opnå medfinansiering til løn i 6-12 måneder: SMV'er i yderområder kan få 12 måneders tilskud til ansættelsen, mens virksomheder i bynære områder kan få 6 måneder. Ordningen giver 50% støtte til løn, dog maks. 15.000 kr. pr. måned.

Derudover skal virksomhederne for at opfylde kriterierne udfylde en blanket om de opgaver, der skal løses af den nyansatte medarbejder samt dokumentere nyansættelse af samme.

Ordningsen skal forankres i Erhvervsministeriet og skal varetages i samarbejde med øvrige relevante myndigheder, som kan bistå kontrol-elementet, fx har datakilder til brug for godkendelse af, at virksomheden lever op til kriterierne og/eller mulighed for at bistå med anden kontrol og tilsyn af ordningens brug.

Ordningsens tilgængelighed:

Udover ordningens hjemmeside, som skal bygges brugervenligt op og integreres med øvrige relevante virksomhedssystemer.

Der skal bl.a. kunne vejledes i ordningen i erhvervshuse og lignende. Ligeså skal der på ordningens hjemmeside henvises til faglige organisationer, a-kasser, jobcentre og andre, som kan bistå virksomhederne med at finde relevante højtuddannede profiler til de uløste opgaver.

Baggrund:

Flere analyser peger på, at SMV'erne har behov for en hjælpende hånd i forhold at ansætte de kompetencer de store omstillinger kræver. Og desværre findes der ikke en national ordning, som understøtter dette.

Behovet skyldes manglende information hos både SMV'ere og højtuddannede: SMV'erne har svært ved at se, hvordan de skal komme i gang med omstillingsprocessen, og de højtuddannede har svært ved at se, hvordan de kan kick starte denne omstilling og se karrieremulighederne i SMV'erne, ofte fordi sprog og kultur er ret forskellig.

SMV'erne har derfor svære vilkår ift. at tiltrække og fastholde højtuddannet kvalificeret arbejdskraft, og mange ledige højtuddannede får ikke øjnene op for mulighederne i SMV'er i hele landet. Det råder denne ordning bod på.

Udfoldelse af SMV-pilot til grøn omstilling - viden gavner bundlinjen

Innovation og fornyelse blandt små og mellemstore virksomheder (SMV'er) spiller en central rolle i forhold til regeringens målsætning om at skabe konkurrencedygtig vækst og beskæftigelse. Det kræver, at gængse tænkemåder og praksis udfordres, og at ny viden finder vej til virksomhederne.

Grøn og bæredygtig omstilling bliver et afgørende konkurrenceparameter for mange virksomheder de kommende år. Kunderne vil have vished for, at materialer og produktionsprocesser er i orden. En optimering af produktionen og besparelse af ressourcer ved at genanvende og/eller skabe nye produkter kan være vejen til nye markeder og flere ordrer.

Men det kan være svært for SMV'erne, som udgør over 90 pct. af alle danske virksomheder at komme i gang med en grøn og bæredygtig omstilling. Virksomheder har typisk deres primære fokus på driften af kerneydelsen og mangler kompetencer og kapacitetsopbygning for at kunne gennemføre den omstilling, der kan få afgørende betydning for deres forretning i morgen.

Bæredygtighed og grøn omstilling kræver adgang til den fornødne og kvalificerede arbejdskraft, der kan være med til at bane vejen og give virksomheder konkret bistand til at komme i gang med omstillingsopgaverne, som kan være alt fra udvikling af koncepter for udlejning af værktøj og maskiner, udvikling af ny bæredygtig emballage, systemer for returnering og genbrug af flyttekasser.

Mange fag kan komme i spil og bidrage til at få gang i den grønne og bæredygtige omstilling i SMV'er. Et centralt element i denne fornyelsesproces kan være ansættelse af nye medarbejdere, der kan bidrage med nye kompetencer til virksomheden, sætte spørgsmålstejn ved virksomhedens rutiner og strategier og hjælpe med at identificere, hvor og hvordan den grønne omstilling kan sættes i gang på den konkrete virksomhed.

Eksempler på efterspurgte kompetencer til grøn omstilling i SMV'erne:

- Certificering, miljømærkningsordninger
- Kvalitetssikring af arbejdsprocesser – dokumentation og godkendelser
- Markedsføring og kommunikation for at nå de rette kunder/markeder
- Kundekendskab og -segmentering
- Bæredygtige materialer i hele værdikæden
- CO2 regnskab i byggeprojekter – miljøledelse
- Energieffektivisering (el, lys, varme og vand m.v.)
- Bæredygtig og klimavenlig forretningsudvikling og koncepter

Case:

Aguardio har samarbejdet med antropologer for at udvikle deres produkt og spare på vandet. Løsningen er en lille sensorboks, der monteres i brusenichen, hvor den registrerer vores bademønstre. Sensoren er kombineret med et display, der fortæller, hvor lang tid man står under en tændt bruser. Ideen er at 'nudge' os til at tage kortere bade og dermed sænke vores vandforbrug eks. under badning.

Budskabet fra CEO Thomas Munch Laursen lyder: *"En ting er, at man som ingeniør synes, at teknologi er fantastisk. Noget andet er, om kunderne forstår det produkt, de møder. Vi fandt hurtigt ud af, at hvis vi skulle lykkes med produktet, så er det vigtigt, at vi forstår, hvordan*

brugerne interagerer med produktet. Den her verificering af de bløde værdier er essentiel. Det må man slet ikke undervurdere, og det tror jeg, at der er mange andre produkter, der også kunne have behov for".

Udfoldelse af den digitale omstillingspilot

Bilag SMV-pilot 'Onepager'.

Den 29. september 2020
Sagsnr. S-2018-376
Dok.nr. D-2020-26372
hth/

Fra økonomisk nedgang til digital frontløber

Digitale teknologier udvikler sig eksponentielt og åbner nye muligheder for at skabe nye tjenester, services og produkter og samtidig minimere klimaaftrykket. Derudover er den digitale transformation en af de vigtigste nøgler til hurtigt at genoprette dansk økonomi og accelerere virksomheder ind i en grøn og digital fremtid.

Men indførelsen af teknologi kræver nye processer og forandringer i virksomheden og den daglige organisation. Derfor er de menneskelige aspekter og udfordringer i implementering af ny teknologi essentiel for at udnytte teknologierne bedst muligt.

Mange mindre industrivirksomheder er ved at udvikle sig til et B-hold. De klarer sig markant dårligere end de store virksomheder. Ordrebøgerne er ved at være tomme, og vejen ud af krisen er meget svær, viser en særkørsel, som Danmarks Statistik har udført. Det er afgørende, at virksomhederne får mulighed for at rekruttere kandidater, der er uddannede til at koble digitalisering og forretning.

Højtuddannede spiller en afgørende rolle, når det handler om automatisering, systemintegration, kunstig intelligens samt dataanalyse og -anvendelse og for at koble forretning, adfærd, systemer og strategi i den digitale omstilling.

Højtuddannede kan komme til at være digitale integratorer i SMV'er¹, der står for at binde ny digital teknologi sammen med udvikling af nye produkter, koncepter og forretningsudvikling, og hvor områdeviden og specialistkompetencer kombineres med digitale kompetencer.

Eksempler på kompetencebehov indenfor digitalisering i SMV'er:

- IT-sikkerhed, GDPR og dataetik
- Online forretningsudvikling, online salg og markedsføring, online kundeservice og SoMe
- Automatisering og robotisering
- Brug af data (science, mining, databaser og Big Data)

Case:

Da VVS-virksomheden N.A.T. skulle lave en hjemmeside, overvejede de at købe ekstern konsulenthjælp til opgaven. Men så fik firmaet tilbudt at få en ledig akademiker i fire ugers gratis virksomhedspraktik.

¹ Højbjerg Brauer Schultz, Virksomheders behov for digitale kompetencer 2006

- Vi sagde ja tak og bad om at få én, der kunne hjælpe os med hjemmesiden. Og så fik vi Nikitas C.V. og opdagede, at hun kunne meget mere end det, fortæller salgsschef Henning Jacobsen Shabtai.

Ud over erfaring med formidling på web havde Nikita nemlig en bred erhvervsøkonomisk indsigt. Fx havde hun stor viden om eksport, og det var relevant for N.A.T., som puslede med en ny afdeling, der bl.a. skulle sælge ventilationsbrandsikring til udlandet.

- Nikita er endt med at være lidt PR-ansvarlig, lidt markedsstrateg, lidt telefondame, lidt revisor og egentlig bare en effektiv trykaflaster, hvor der er brug for det, konstaterer salgsschefen.

Udfoldelse af Eksport SMV-pilot: Viden gavner bundlinjen

Bilag til Omstillingspilot til SMV'er (SMV pilot) – 'Onepager'

Innovation og fornyelse blandt små og mellemstore virksomheder (SMV'er) spiller en central rolle i forhold til regeringens målsætning om at skabe konkurrencedygtig vækst og beskæftigelse. Den største vækstmotor for dansk økonomi har gennem de seneste år været eksporten, der udgør omkring 1000 mia. kr. på årsbasis og dermed omkring halvdelen af det danske BNP. Danmark er en åben økonomi med et lille hjemmemarked, hvorfor vi er dybt afhængige af at kunne handle nemt og gnidningsfrit med udlandet¹.

Hos erhvervshusene kan virksomheder få gratis sparring til identificering af virksomheders eksportpotentiale, herunder klargøring af aktuelle udfordringer og muligheder, men denne gratis bistand vil typisk være begrænset til afklaring og planlægning fremfor den mere tids- og ressourcekrævende gennemførelsesdel.

Desuden er den største offentlige eksportbistand til virksomheder forankret i Udenrigsministeriets Eksportråd. Eksportrådet er imidlertid underlagt et indtjeningskrav, der har ført til et fokus på kortsigtede fakturerbare opgaver. Da SMV'er har begrænsede ressourcer og kapacitet til rådighed, vil de have svært ved at gøre brug af Eksportrådets bistand. Selv om der er eksempler på gratis hjælp til opstart af en virksomheds internationaliseringsstrategi, så vil udmøntningen af en sådan strategi kræve ressourcer bl.a. til at opsøge og udvikle kontakt til udenlandske kunder og skabe et distributionsnetværk mv. Et stykke arbejde, som skal foregå i den enkelte virksomhed.

En stor dansk undersøgelse af eksportfremmeydelser viser, at effekten er størst for de mindste virksomheder med op til 20 ansatte². Det betyder, at der er god samfundsøkonomisk ræson i at hjælpe særligt små virksomheder ud på eksportmarkederne. Vi bør derfor hjælpe med internationaliseringen af små og mellemstore virksomheder med vækstpotentiale.

I corona-hjælpepakken fra den 18. april 2020 blev der ekstraordinært afsat særlige midler til en ny eksport- og investeringspakke i 2020 og 2021 (100 mio.kr. i 2020 og 125 mio.kr. i 2021). Det er vigtigt, at dette initiativ også omfatter og målrettes SMV'erne. Midlerne bør derfor ikke alene anvendes til rådgivning og vejledning via Eksportrådet og Erhvervshusene men også anvendes til en omstillingspilotordning, som hjælper SMV'erne med at opbygge den fornødne eksekveringskapacitet i virksomheden. Det er afgørende, at eksportthjælpen ikke udløber med udgangen af 2021, men får samme tidsramme som den grønne omstillingspilot og digitaliseringspiloten, da det er centralt for dansk økonomi, at vi får SMV'erne godt med i eksporten også på en længere bane.

Eksempler på efterspurgte eksport-kompetencer i SMV'erne:

- Opbygning af relationer til nye kunder
- Sprog-kompetencer
- Markedsanalyse, dvs. identificering af hvilket marked, som passer til virksomhedens produkter, dvs. identificering af kundesegment (samme kundesegment som i DK eller et andet kundesegment)

¹ Dansk Erhverv og Dansk Byggeri – Fremme af vækst via international samhandel, 2016

² Jacob Roland Munch, Eksportfremme batter – især for SMV'er, Børsen den 8. juni 2018, Effekter af eksportfremme for danske virksomheder, [Jakob Roland Munch](#), Københavns universitet.

- Kendskab til kultur, regionale forskelle, nationale told og skatte/momsregler
- Krav til standardisering (især vigtigt inden for sundhed, og hvis der er tale om B2B leverancer til store virksomheder), dokumentation, godkendelser, normer og specifikationer på det pågældende marked
- Udvikling af web og online handel o.a. salgskanaler

Case:

Hansen flødeis producerer is med en rod og historie i stolte familietraditioner tilbage til 1922. I dag drives Hansen Flødeis af fjerde generation brødrene Anders, der er uddannet designer, og Rasmus, der har haft eget reklamebureau. De valgte at ansætte en cand.merc.int. i sprog og erhvervsøkonomi. Det har givet bedre mulighed for at dokumentere kvaliteten og producere i større mængder til større kunder, og det bidrog til, at Hansen is kunne slå døren ind til det svenske og tyske marked.