



Analys av **stödinsatser för miljöteknikföretag** i några europeiska länder

Danmark och Tyskland ligger långt framme inom miljöteknik och har dessutom initierat ett flertal offentliga stödinsatser för att främja en grön omställning. Denna rapport syftar till att ge en helhetsbild över vad som kännetecknar initiativen och vilka erfarenheterna varit. Fokus ligger på de initiativ som har gett stöd till produkter och utveckling som ligger nära marknaden.

Dnr: 2014/095

Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser
Studentplan 3, 831 40 Östersund
Telefon: 010 447 44 00
Fax: 010 447 44 01
E-post: info@tillvaxtanalys.se
www.tillvaxtanalys.se

För ytterligare information kontakta: Mats Engström
Telefon: 010 447 44 63
E-post: mats.engstrom@tillvaxtanalys.se

Förord

Tillväxtanalys har studerat strategier och åtgärder för att gynna miljöteknik i flera tidigare rapporter. Under våren 2014 har Tillväxtanalys särskilt analyserat offentliga insatser som stärker små och medelstora miljöteknikföretags affärsutveckling på en nationell och/eller internationell marknad. Arbetet har skett på uppdrag av Tillväxtverket och inriktats på länder i Europa, särskilt Danmark och Tyskland.

Konsultföretaget Damvad har skrivit denna rapport som ett underlag för Tillväxtanalys arbete med frågorna. Ett stort antal initiativ i Danmark och Tyskland beskrivs och analyseras. Rapporten beskriver läget i juni 2014.

Många av åtgärderna i Tyskland har funnits under lång tid. Danska initiativ har däremot ofta en relativt kort tidshorisont. Tyska program tenderar att vara ”technology open”, det vill säga inte avgränsade till vissa teknikområden som miljöteknik. I Danmark är man mer inriktat på specifika områden. Tysklands arbete med kluster och Danmarks politiska beslut om prioriterade marknader för internationalisering är andra frågor som rapporten lyfter fram.

Torben B. Vad på Damvad har varit projektledare för uppdraget. Huvuddelen av texten har skrivits av Nethe Veje Laursen, Damvad. På Tillväxtanalys har Mats Engström varit kontaktperson.

Stockholm, november 2014

Enrico Deiacio
Chef för avdelningen Innovation och globala mötesplatser
Tillväxtanalys

Innehåll

Sammanfattning	7
Summary	8
1 Introduktion	9
2 Miljöteknikdefinitioner och sektorns kännetecken	12
2.1 Exportanalys	13
3 Tyskland	15
3.1 Insatser och fokusområden	15
3.1.1 Introduktion	15
3.1.2 KMU innovativ - Ressourcen- und Energieeffizienz	15
3.1.3 Go Efficient	17
3.1.4 Go Cluster	18
3.1.5 Umweltinnovationsprogramm (UIP)	20
3.1.6 Mittelstandsinitiative Energiewende (MIE)	21
3.1.7 Umweltcluster Bayern (Bayern)	23
3.1.8 Go International (Bayern)	25
3.1.9 Servicestelle Umwelttechnologieexport- und CDM-Vorhaben	27
3.1.10 Cluster Umwelttechnologien. NRW	27
3.2 Sammanfattning	29
4 Danmark	31
4.1 Insatser och fokusområden	31
4.1.1 Introduktion	31
4.1.2 Segmentering/metod	32
4.1.3 Markedsmodningsfonden	33
4.1.4 Grøn Omstillingsfond	35
4.1.5 Miljøteknologisk Udviklings- og Demonstrationsprogram (MUDP)	37
4.1.6 Grønne forretningsmodeller (Grøna affärsmodeller)	38
4.1.7 CleanTEKMidt	40
4.1.8 Det Grønne Iværksætterhus	42
4.1.9 Ny dansk exportstrategi	43
4.2 Sammanfattning	43
5 Metod	45
6 Lista över respondenter	46
Bilaga 1 Förteckning över initiativ	47
Bilaga 2 Intervjuguide	59

Sammanfattning

Innovation inom miljöteknik är nyckeln för att uppnå ekonomisk tillväxt samtidigt som man får miljömässiga förbättringar. Utmaningen ligger i det faktum att det inte finns ett effektivt pris på marknaden för föroreningar av klimatet och miljön. Det är därför nödvändigt med stödinsatser som kan främja en grön strukturomvandling.

Denna rapport fokuserar på de stödinsatser som implementerats i Tyskland och Danmark. Båda länderna är specialiserade inom grön teknik och har dessutom initierat ett flertal stödinsatser för att främja en grön omställning. Genom en grundlig desk-research och intervjuer med nyckelpersoner och relevanta aktörer i respektive land, syftar denna rapport till att ge en helhetsbild över vad som kännetecknar initiativen och vilka erfarenheterna varit.

Fokus i denna analys ligger på de initiativ som har gett stöd till produkter och utveckling som ligger nära marknaden – det vill säga inte enbart forsknings-aktiviteter. Marknadsnära stödinsatser kan ta olika form. Det finns de insatser som syftar till att stödja teknikutvecklingen (technology push), och de som stödjer efterfrågan av produkter och tjänster (market pull). Storleken på initiativen varierar också men det är inte helt tydligt om större per automatik är bättre. Det handlar också om vilken del av innovationskedjan som stödet riktas mot. När det gäller internationalisering, är stödet per projekt ofta mindre i storlek medan stöd för förverkligandet av en ny produktionsmodell eller grundandet av en industrisymbios kan vara betydligt större.

Tyskland kännetecknas av att många av initiativen funnits under en längre tid. Detta kan ses som ett tecken på att de fungerat bra och att politikerna inte ser något behov av att drastiskt förändra dessa. Sannolikheten att företagen känner till möjligheterna inom ett program är även högre ju längre programmet funnits. Programmen i Tyskland är ofta ”technology open” – dvs. att de inte enbart satsar på exempelvis grön teknik. Detta står i skarp kontrast med Danmark där man ofta utvecklar specifika områden för stöd som till exempel grön teknik. Tyskland är särskilt framgångsrik på att skapa och utveckla kluster mellan företag men även mellan företag och forskningsinstitutioner. I Danmark är man däremot mer inriktad på att stödja de rätta politiska prioriteringarna. Här finns även en mycket större politisk påverkan på vilka marknader som ska stå i fokus för internationaliseringsfasen.

I genomgången av de danska initiativen visade det sig att initiativen mestadels kompletterar varandra istället för att konkurrera mot varandra. Det framgick även under intervjuerna att man mestadels gör bedömningar av effekten hos enskilda program/initiativ men inte någon bedömning av programmet/initiativet gentemot övriga program/initiativ. Dessutom har initiativen i Danmark ofta en relativt kort tidshorisont. Detta kan bidra till en rad olika negativa konsekvenser för utformningen av initiativen, och det kan skapa en osäkerhet för företagens budgetering och projektetablering. Här får däremot de långsiktiga tyska initiativen en bättre recension.

Under intervjuerna underströks även betydelsen av initiativets/programmets storlek. Det har upplevts vara svårt, om inte omöjligt, att bedöma den optimala ekonomiska ramen för företagsfrämjande. Man poängterade även att programmen ska vara anpassade utifrån vad de faktiskt stödjer, och att det finns en gräns för ett programs storlek varefter effekten blivit mindre.

Summary

Environmental technology innovation is the key to combine economic growth and environmental improvements. The challenge is the lack of an effective market price for negative impacts on climate and the environment. For this reason, it is necessary to take supportive measures in order to encourage green structural change.

This report describes supportive measures implemented in Germany and Denmark. Both countries specialize in green technology and have initiated a number of supportive measures to encourage environmental change. Based on thorough desk-research and interviews with key actors in respective countries, this report aims to give an overall picture of the initiatives and experiences so far.

Focus is on initiatives supporting technologies and products close to the market – that is, not only research activities. There are different types of supportive measures close to the market. Some support technological development (technology push), some support the demand for products and services (market pull). The size of the initiatives varies but it is not completely clear whether bigger automatically means better. It is also a question of towards what part of the innovation chain the support is aimed. When it comes to internationalization, the support per project is often rather small in size, whereas support for the implementation of a new production model or the development of industrial symbiosis can be significantly higher.

Many initiatives in Germany have existed for a long time. This can be seen as a sign that the measures work well and that politicians have not found a need to drastically change them. The likelihood that companies are aware about the possibilities within a program is higher the longer the program has existed. Programs in Germany are often “technology open” – not only aimed at for example green technologies. This is in sharp contrast to Denmark, where support measures are often focused on particular areas such as green technologies. Germany is especially successful in creating and developing clusters between companies and also between companies and research institutions. In Denmark it is more a question of supporting the right political priorities. Political influence on the choice of markets for internationalization is much higher in Denmark.

The analysis of initiatives in Denmark showed that they often supplement each other instead of competing. Another conclusion from the interviews was that the impacts of individual programs and initiatives were assessed, but not how the program or initiative related to other programs or initiatives. Initiatives in Denmark often have a relatively short time horizon. This could contribute to a number of negative consequences for the design of the initiatives, and create uncertainty when it comes to the budgeting and implementation of projects by companies. The assessment of Germany’s initiatives with their longer time horizon is more positive in this regard.

During the interviews, the importance of the size of programs and initiatives was underlined. It was regarded as difficult, although not impossible, to assess the optimal economic size for support to companies. It was also emphasized that programs must be adapted to what they are in fact supporting, and that there is a level for the size of a program over which the effect is reduced.

1 Introduktion

Damvad har fått i uppdrag att undersöka och beskriva olika stödsystem som används för att främja miljöteknik. Detta uppdrag har fokuserat på små- och medelstora företag (SMF) i Tyskland och Danmark.

Innovation inom miljöteknik är nyckeln för att uppnå ekonomisk tillväxt samtidigt som man får miljömässiga förbättringar. Utmaningen ligger i det faktum att det inte finns ett effektivt pris på marknaden för föroreningar av klimatet och miljön. På grund av marknadsmisslyckandet är det allt mer allmänt accepterat och erkänt att en aktiv näringspolitik inom miljöteknikområdet, kan vara ett användbart och legitimt redskap för att skapa de rätta incitamenten för utveckling och spridning av miljöteknik. Samtidigt kläcks det väldigt många innovativa tankar och lösningar av SMF, där det inte finns tillräckliga resurser till att få idéerna ut på marknaden. Inom miljöområdet kan det ofta vara mycket långt från idé till marknad. Att lägga fokus på att stötta innovation av miljöteknik inom SMF är därför helt rimligt, sett ur ett samhällsekonomiskt perspektiv.

Det finns ett antal förhållanden som kan göra det svårt för gröna idéer att ta sig från idéstadiet till fullfjädrade kommersiella produkter och arbetssätt. Generellt är graden av osäkerhet – både rent teknologiskt och på marknaden – högre för gröna företagare än traditionella företagare. Det kan exempelvis finnas utmaningar med att skapa en marknad för produkten eller tjänsten, finansiella begränsningar eller behov av kompetent arbetskraft m.m. Därför är det nödvändigt att ha offentliga system som kan stödja utveckling och implementering av gröna idéer. OECD framhäver att följande prioriteringar kan stödja grön affärsutveckling:

- Stöd till investeringsvillkor
- Uppmärksamma marknads- och systemfel som skapar hinder för gröna företag på etablerade marknader
- Underlätta tillgång till finansiering, humankapital och kompetensmässiga resurser
- Skapa och stödja den gröna marknaden

Både Danmark och Tyskland har erfarenhet av gröna stödinsatser. I denna rapport beskrivs utvalda initiativ med utgångspunkt i grundlig desk research och intervjuer med relevanta personer från respektive initiativ.

Tabell 1.1 Analyserade stödinsatser

Initiativ	Land
KMU Innovativ - Ressourcen- und Energieeffizienz (SMF innovativ – resurs- och energieffektivitet)	GER
Go-Efficient	GER
Go-Cluster	GER
Umweltinnovationsprogramm (UIP) (miljöinnovationsprogram)	GER
Mittelstandsinitiative Energiwende (SMF initiativ "Energivändning")	GER
Umweltcluster Bayern (Bayern) Miljökluster Bayern	GER
Go International (Bayern)	GER
Cluster Umwelttechnologien. NRW	GER
Markedsmodningsfonden (Marknadsmognadsfonden)	DK
Grøn Omstillingsfond (Grön omställningsfond)	DK
MUDP (Miljötekniskt utvecklings- och demonstrationsprogram)	DK
Grønne forretningsmodeller (Gröna affärsmodeller)	DK
CleanTEKMidt	DK
Grønt Iværksætterhus (Grønt entreprenørskapshus)	DK

Källa: Damvad

Intervjuerna genomfördes med hjälp av en semi-strukturerad intervjuguide med huvudsakligen öppna frågeställningar. Intervjuerna utfördes som en dialog med en explorativ metod och tog utgångspunkt i de enskilda initiativen. På så vis kunde relevanta och ingående frågor ställas kring de enskilda initiativen.

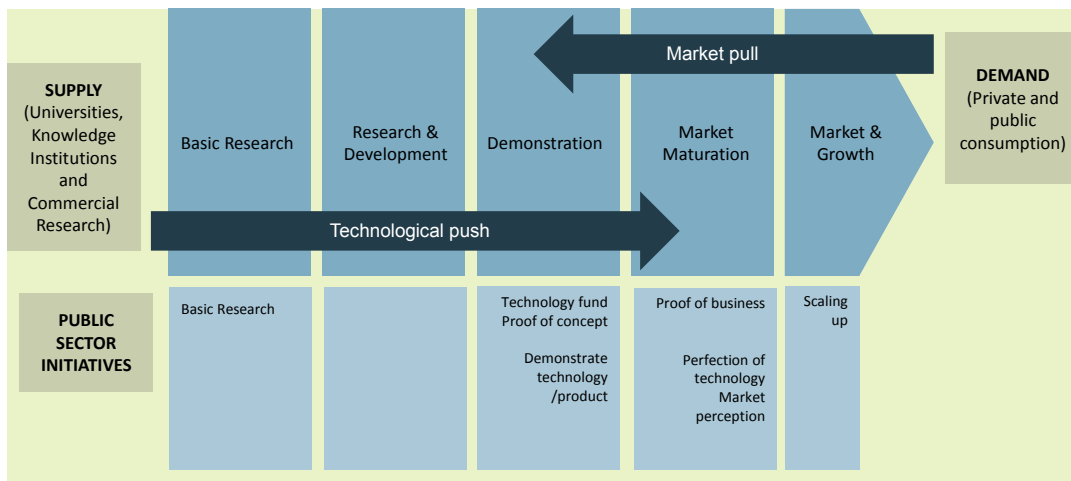
Längden på intervjuerna planerades till 45 minuter, några tog betydligt längre tid men generellt var den avsatta tiden tillräcklig.

Det ska vara en konkurrensfördel för företag att involvera sig i ett initiativ. Men vissa menar att den ekonomiska krisen har försvagat företagets motivation till grön innovation då detta kräver investeringar och innebär en stor marknadsosäkerhet. Andra menar att krisen har använts för att stärka fokus på områden med mest potential bland annat inom det gröna området.

I både Tyskland och Danmark anses miljöteknik vara en av de viktigaste ekonomiska sektorerna med störst tillväxtpotential. Med hjälp av nyskapande miljöpolitik och ett regelverk som sätter standarder, som är mer ambitiösa än många länder, har båda länderna positionerat sig som ledande aktörer på den globala marknaden för gröna produkter och tjänster. Dessutom är det allmänt accepterat i både Tyskland och Danmark, att en grön omställning bidrar till fler gröna innovationer, fler jobb och stärker positionen som exportör av gröna teknologier.

Det finns en mängd olika stödinsatser som riktar sig mot de olika delarna av innovationskedjan, från grundforskning till kommersialisering av produkt. Stödets storlek varierar beroende på målgruppen men också i vilket stadie av innovationskedjan som

projektet befinner sig i. Kluster och entreprenörskaps ”hus” kräver betydligt mindre finansiering än exempelvis utveckling av prototyper (se Figur 1.1).



Figur 1.1 Innovationskedjan

Källa: Erhvervsstrategien 2009 (Näringslivs- och klimatstrategin 2009) och Damvad

2 Miljöteknikdefinitioner och sektorns kännetecken

I följande kapitel beskrivs hur miljötekniksektorn är präglad av en mängd olika definitioner. Detta följs av en exportanalys med syftet att skapa en överblick över den gröna sektorns betydelse i Sverige, Tyskland och Danmark samt i EU27. Här används Eurostats definition av den gröna sektorn (se avsnitt 2.1).

Det finns flera definitioner av miljöteknik och grön utveckling, både inom ett land och inte minst mellan länder. Om ett land inte har en nationell definition kan detta bero på näringslivets struktur eller på en politisk splittring inom landet. Miljöteknik kan definieras smalt, utifrån mer traditionella områden, men ofta använder man en bredare definition som inkluderar både klimatteknik och energiteknik. Detta hänger oftast samman med de nationella politiska prioriteringarna.

Nedan följer exempel på definitioner som används i Sverige, Tyskland och Danmark.

Det tyska ministeriet, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit - BMUB (ministeriet för miljö, naturskydd och kärnkraftsäkerhet) har definierat grön teknik i sin Greentech Atlas Germany. Här anses miljöteknik och resurseffektivitet som en gränsöverskridande industri. Detta innebär att det inte finns en tydlig gräns mellan den gröna sektorn och övriga sektorer. I definitionen från Green Tech Atlas Germany har man valt att utgå från marknader snarare än produkter varvid sex ledande marknader har identifierats¹.

Tyskland

Grön teknik är en mångsidig industri – med både många namn och många definitioner. Green Tech Atlas definierar miljöteknik och resurseffektivitet som marknader istället för produkter. Dessa delas in i följande områden: miljövänlig elproduktion och lagring, energieffektivitet, materialeffektivisering, hållbar mobilitet, avfallshantering och återvinning samt hållbar vattenhantering.

Källa: BMU, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit: GreenTech made in Germany 3.0 – Environmental Technology Atlas for Germany

I Miljøteknologiske Udviklings- og Demonstrationsprogram - MUDP (miljötekniska utvecklings- och demonstrationsprogram) under det danska miljöministeriet, använder man en definition som är i linje med den politiska avgränsningen mellan relevanta ministerier (bland annat energiministeriet, livsmedelsministeriet). Definitionen säkerställer att initiativ som ägs av olika ministerier inte kolliderar. Detta är bakgrunden till att till exempel energi inte förekommer i MUDPs definition av miljöteknik.

¹ GreenTech made in Germany 3.0, Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety (BMUB)

Danmark

Miljöeffektiv teknik omfattar teknik som direkt eller indirekt förbättrar miljön. Det kan både vara reningsteknik, fler miljövänliga produkter, processer och teknologiska system samt en mer effektiv resurshantering.

Exempel på detta kan vara rökgasrensning, vattenrening, enzymer till djurfoder och tvättmedel, energisparande pumpar och miljövänliga alternativ till problematiska kemikalier.

Källa: MUDP

I den svenska Miljöteknikstrategin använder man samma definition som i europeiska ETAP (Environment Technologies Action Plan).

Sverige

Miljöteknik kan definieras som "all teknik som är mindre skadlig för miljön än tillgängliga alternativ".

Källa: Regeringens Miljöteknikstrategin 2011-14

Dessa skillnader i definition bidrar till att de satsningar som görs i de enskilda länderna är olika breda. Detta är särskilt viktigt att belysa när storleken på ett initiativ utvärderas.

I följande genomgång av initiativen görs det ingen skillnad på vilken definition som används utan snarare på vad initiativen själva uttryckt som sitt huvudsakliga fokusområde. Däremot är exportanalysen i följande avsnitt baserat på Eurostats definition av grön produktion.

2.1 Exportanalys

Eurostat definierar grön produktion som produktion med målet att skydda miljön och klimatet. Gröna produkter omfattar således teknik, produkter och tjänster som gäller rening av vattenutsläpp samt förebyggelse, minskning eller eliminering av växthusutsläpp, avfall, jord- och grundvattensföroreningar, luftföroreningar, buller, vibrationer och strålning.

Miljöskydd omfattar även förebyggande och minskning av jorderosion och andra former av ödeläggelse av landskap, bevarande av biologisk mångfald och landskap. Förutom detta ingår även bevakning av växthusgasutsläpp samt kontroll av avfall och miljö kvalitet. Produkter för effektiv resurshantering omfattar teknik, produkter och tjänster för kontroll och/eller skyddande av naturresurser mot exploatering både genom förebyggande och förnyade aktiviteter samt regelbunden övervakning och kontroll av nivån för användandet av naturresurser.

Denna definition är fördelaktig då man vill jämföra flera länder. Det är den standard som används i statistiska sammanhang i EU och som kommer ligga till grund för kommande EU-lagstiftning. Avgränsningen följer således internationell best practice och internationellt erkända metoder på området².

² Se Eurostats Handbook on data collection on Environmental Goods and Services (2009) för närmare förklaring av grön produktion

I Tabell 2.1 presenteras en överblick av den gröna sektorn i Danmark, Tyskland och Sverige samt EU27. I Danmark utgör den gröna andelen av exporten nästan 12 procent av den samlade varuexporten. Detta är en något högre siffra än EU27 som ligger på 7,2 procent. Tyskland ligger också över genomsnittet på nästan 9 procent. Sverige ligger på 6,9 procent vilket är under den genomsnittliga nivån för EU27.

Tabell 2.1 Grön export 2012

	Total	Grøn		Eksport-specialisering
	Mia. EUR	Mia. EUR	Andel	
Danmark	74,3	8,8	11,9%	1,65
Tyskland	1.028,3	91,5	8,9%	1,23
Sverige	127,6	8,8	6,9%	0,96
EU27	4.279,9	308,4	7,2%	1,00

Källa: Damvad beräkningar, data från Eurostat 2012

Tabellen visar att Danmark och även Tyskland har styrkeposition inom grön produktion medan Sverige tenderar att ha en något svagare position³.

Siffrorna är hämtade från Damvads handelsdatabas och är baserade på Eurostats Comext databas. I databasen beräknas varje enskild produkt utifrån en 8-siffrig kod som följer den Kombinerade Nomenklatur (NK). När samtliga europeiska länder beräknar sin export på detta sätt blir det möjligt att genomföra en konsekvent sammanställning av exporten som därmed kan jämföras per land och år.

Det ska även uppmärksammas att det finns ca 10 000 olika produktkoder. Koderna från den officiella sidan är inte beräknade med produkternas slutanvändning i åtanke (det vill säga om den exempelvis ska ingå i ett vindkraftverk eller i en solcellstruktur).

Damvad har, i urvalet av vilka produkter som ska inkluderas, valt att använda sig av ett konservativt tillvägagångssätt där man endast valt produkter, som i övervägande grad kan relateras till den gröna sektorn. Man har därför inte inkluderat underleverantörer till grön teknik som exempelvis tillverkare av muttrar, skruvar och bultar m.m. Anledningen till detta är att dessa produkter kan användas inom flera sektorer och är därmed inte specifika för den gröna sektorn.

Genom detta tillvägagångssätt är det möjligt att säkerställa att exportanalysen gäller den gröna sektorn och att resultaten inte fylls av produkter, vars användningsområde är irrelevant för denna analys.

³ En exportspecialisering större än 1,0 anger ett lands styrkeposition.

3 Tyskland

3.1 Insatser och fokusområden

3.1.1 Introduktion

I detta avsnitt redovisas utvalda centrala insatser och fokusområden i Tyskland. Insatserna är listade i Tabell 3.1 och är indelade utifrån nationella respektive regionala (länder) initiativ.

Övergripande fokus ligger på stöd inom miljöteknik, men ett flertal av initiativen ser sig som ”technology open” och fokuserar därmed inte enbart på ett område. Detta innebär att det inte finns ett specifikt fokus på gröna eller resurseffektiv teknik. Trots detta, finns det enligt respondenterna, en tendens att föredra projekt med en grön profil på grund av det politiska fokus som riktats mot området.

Tyskland har några nationella initiativ men de flesta finns på regional (Länder) nivå. Tyskland är särskilt framgångsrikt inom utveckling av och stöd till kluster.

Tabell 3.1 Utvalda insatser

Geografisk nivå	Initiativ
Nationell	KMU Innovativ - Ressourcen- und Energieeffizienz (SMF innovativ – resurs- och energieffektivitet)
	Go-efficient
	Go-Cluster
	Umweltinnovationsprogramm (UIP) (miljöinnovationsprogram)
	Mittelstandsinitiative Energiewende (SMF initiativ ”Energivändning”)
Regional	Umweltcluster Bayern (Bayern) (Miljökluster Bayern)
	Go International (Bayern)

Källa: Damvad

Tysklands 16 federala stater har initierat ett flertal insatser för att stödja utvecklingen av effektiva kluster. Dessa insatser är utformade efter regionernas förutsättningar och tar hänsyn till de regionala styrkorna inom teknik, företag och innovation.

Nedan följer en ingående genomgång av nationella och regionala insatser. På basis av Damvads dialog med Tillväxtanalys har ytterligare insatser med exportfokus inkluderats: BMUB-Serviceestelle Umwelttechnologieexport- und CDM Vorhaben, och Go International (Bayern).

3.1.2 KMU innovativ - Ressourcen- und Energieeffizienz

KMU- innovativ finansieras av Bundesministerium für Bildung und Forschung – BMBF (Federala ministeriet för Utbildning och Forskning) och är en del av ministeriets program för att uppmuntra ”högteknologi”. Ett område i initiativet är resurs- och energieffektivitet. KMU-innovativ stödjer industriell forskning och projekt som omfattar före-marknads utveckling (pre-market) med syftet att stärka innovationsförmågan hos SMF i Tyskland.

Stödet ges direkt till en tillverkningsprocess eller till ett särskilt maskineri inom avgränsade områden (se Tabell 3.2).

Tabell 3.2 Affärsområden – KMU Innovativ

	Fokus
1	Hållbarhet och klimatskydd i industrin och ekonomin.
2	Utvidgning av användandet av biogena material genom funktionalisering av ytor
3	Energisnåla produktionsmaskiner och byggnader samt deras komponenter
4	Hållbar vattenhantering

Källa: <http://www.bmbf.de/de/10760.php>

Ansökan är begränsad till SMF men när det gäller stöd till nätverksprojekt har även universitet och andra forskningsinstitut möjlighet att ansöka om stöd.

Ansökningsprocessen består av två steg. I det första steget lämnar man in ett utkast på projektet. Projektutkastet utvärderas två gånger per år (april och december) utifrån fasta kriterier och utvärderingen får inte ta längre än två månader. Om projektutkastet får en positiv utvärdering ombeds företaget lämna in en slutgiltig ansökan. KMU-innovativ finns tillgängliga för rådgivning och stöd i ansökningsprocessen och ger en utvärdering av projektets tekniska genomförbarhet och ekonomiska utsikter. Det erbjuds även personliga besök till företagen för att utvärdera projekten på plats.

När den slutgiltiga ansökan har lämnats in genomgår den ytterligare en kontroll. Detta för att säkerställa att projektet är tillräckligt bra. Detta betyder att när man lämnat in ansökan i den andra fasen har man mycket goda chanser att beviljas stöd.

Ekonomiska ramar

Finansieringens storlek beror på kostnaderna för projektet. För SMF kan upp till 50 procent av kostnaderna finansieras genom programmet. Då är det även nödvändigt att ha minst 50 procent i självfinansiering. Tidsperioden för finansiering är normalt två år.

Under intervjuerna framkom det att initiativets storlek har en betydelse för finansieringen men att storleken på finansiering justeras för att matcha syftet med initiativet. Projekten som finns hos KMU-innovativ är generellt inte så stora och därmed kräver de inte någon större mängd finansiering. När det gäller demonstrationsprojekt krävs det däremot oftast mer finansiering.

Effekt och utvärdering

Trots att initiativet är ”technology open” bedömde respondenterna att det ger en högre kvalitet på projektet om projektansökan har ett tydligt fokusområde.

Ett hinder för initiativet är att många företag är rädda för att deras företagshemligheter ska läcka till konkurrenter under programmets gång. För att projektet ska lyckas är det viktigt att företagen litar på de personer som arbetar med initiativet.

Det har även visat sig svårt att mäta effekterna av initiativet. Detta trots obligatorisk rapportering (var sjätte månad) och slutgiltig rapport två år efter projektet har avslutats. Det har visat sig att innehållet i rapporterna inte räcker för en omfattande utvärdering av initiativet. Man ser nu därför över kraven för rapportering för att bättre kunna säkerställa att nyckeltal samlas in och därmed få en bättre bild av initiativets effekt. Det har även

uppmärksammats att det är svårt att mäta hur stor del av företagets vinster som kan härledas till det specifika projektet.

3.1.3 Go Efficient

Initiativet drivs av Materialeffizienzagentur (materialeffektivitetsbyrå), Demea, vid BMWi. Go Efficient är baserat på ett koncept där företag använder innovationskuponger för att betala externa konsultationstjänster. Själva kupongsystemet är taget från Nederländerna och Irland. Det övergripande syftet med initiativet är att minska material-output genom olika typer av metoder. Exempel på dessa redovisas i Tabell 3.3.

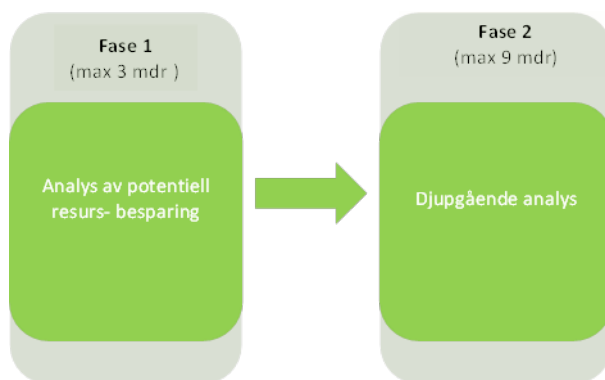
Tabell 3.3 Syfte – Go Efficient

Beskrivning

Öka företagets kännedom kring resurseffektivisering
Motivera företag att integrera resurseffektivisering
Främja identifiering av resurseffektivisering
Främja återvinningsåtgärder

Källa: <http://www.bmw-i-innovationsgutscheine.de>

Stödet är uppbyggt som en tvåstegskonsultation som ges av externa auktoriserade konsulter inom energieffektivisering och materialbesparing. För att säkerställa att konsulterna är kvalificerade måste de vara auktoriserade av Go Efficient. En auktorisering ges utifrån konsultfirmans ekonomiska välmående och dess specifika kompetens. Bedömning och auktorisering av konsultfirman anses vara mycket viktig för ett framgångsrikt genomförande, särskilt då varierande kvalitet varit ett förekommande problem.



Figur 3.1 Projektprocess – Go Efficient

Källa.: Go-efficient

Tvåstegsprocessen består av en initial analys och följs sedan av en mer omfattande analys som bl.a. inkluderar företagsspecifika åtgärder, offentliga finansieringsmöjligheter och stöd till implementeringsfasen. Processen är relativt enkel speciellt då företagen själva väljer en auktoriserad konsult som ska utföra arbetet.

Go Efficient riktar sig främst mot SMF då de större företagen antas ha kunskapen internt. Fokus ges till produktionssektorn och sökande måste ha en produktionsanläggning i Tyskland för att överhuvudtaget vara kvalificerad för stöd.

En ytterligare förutsättning är att man måste vara ett etablerat företag, vilket innebär att stödet inte gäller för start-ups. Anledningen till detta är att man vill minimera risken för deltagare som inte fullföljer programmet.

Ekonomiska ramar

Stödet omfattar 50 procent av kostnaderna för extern konsultation. Maximal finansiering är:

- 17 000 euro för analys av potential
- 80 000 euro för ingående konsultation (minus värdet på kupongen för analys av potentialen)

För en dagskonsultation kan återbetalning ske på kostnader upp till 1,100 euro per dag (täcker upp till 50 procent av kostnaden). Under 2013 uppgick den totala finansieringen till 2 miljoner euro. Summan för initiativen kan variera eftersom alla företag är berättigade till konsulthjälp.

Effekt och utvärdering

Initiativet är utformat på ett sådant sätt att det inte finns någon ansökningsprocess eller utvärdering. Detta gör initiativet relativt lätt att administrera. De auktoriserade konsulterna måste säkerställa att företaget kan definieras som ett SMF och att ämnesområdet täcks av reglerna för finansiering.

Go Efficient bedöms vara en lösning som passar mindre projekt (med mindre finansieringsstorlek) eftersom det är snabbt och utan långa processer och väntetider. Däremot kräver denna typ av utformning tydliga regler och väldefinierade områden för stöd samt en smidig finansieringsstruktur.

Genom intervju med respondenterna framgick det att besparingar som berör sparande av material är underskattade och får relativt lite uppmärksamhet i förhållande till dess betydelse.

Under ett projekt behöver konsulten erhålla information om produktionsprocessen för att kunna utvärdera resurs- och materialeffektivisering. Men, som nämnts i andra initiativ, så är detta inte väl mottaget i tyska företag. Den typiska tyska entreprenören eller småföretagaren vill helst inte ha externa konsulter i företaget. För att initiativet ska fungera behöver företagen känna ett förtroende till programmet och konsulterna.

Man har inte lyckats skapa en bra utvärdering av programmets effektivitet. Detta beror på att det varit omöjligt att estimeras hur många av konsulternas rekommendationer som faktiskt har förverkligats. En djupgående konsultrapport skrivs efter varje projekt men det finns inga rutiner för utbyte av best practice.

Man kan ställa sig frågan om man gjort initiativet mer lättillgängligt för att öka efterfrågan och därmed accepterat att det blivit svårare att följa utvecklingen och mäta dess effekter.

3.1.4 Go Cluster

Denna nationella insats syftar till att samla alla regionala och lokala kluster under ett och samma program, för att öka dess effekt och internationella synlighet. Initiativet inkluderar 91 klusterprogram där 12 av dessa är kluster inom miljöteknik och 13 är kluster inom energiteknik.

Go Cluster skapades då man ansåg att klustren löper risk för att hamna i ett stadie där det blir svårt att vidareutvecklas, speciellt på internationell nivå. Go Cluster fokuserar på att göra dessa kluster ännu bättre och att de ska representera de goda tyska exemplen utomlands.

Syftet med Go-cluster programmen är att:

- Stärka utvecklingen av tyska cluster och få dessa att bli mer effektiva internationella kluster.
- Genomföra regelbundna analyser av trender i internationell Klusterpolitik med syftet att ge rekommendationer för utvecklingen av tysk klusterpolitik.
- Delvis bidra med stöd till utveckling och implementering av nyskapande kluster-tjänster. Detta för att skapa incitament till att skapa nya innovativa tjänster.

De medlemmar som tillhör Go-Cluster och som anses vara bra kluster, måste uppfylla flera kriterier (se Tabell 3.4).

Tabell 3.4 Kriterier för medlemskap

Struktur	Styrning
Minst 30 medlemmar	"Good management"
Minst 50 procent av medlemmarna måste vara företag (hälften av dessa måste vara SMF)	Hållbar finansiering
Regionalt fokus	God intern och extern kommunikation

Källa: <http://www.go-cluster.de/de/aufnahme>

Finansiellt stöd till nya cluster-tjänster

Det finns möjlighet för medlemmarna hos Go-Cluster (till exempel ledningen av individuella medlemskluster) att få finansiellt stöd för innovativa tjänstekoncept. Särskilt fokus ligger på att möjliggöra för företag att ägna sig åt mer finansiellt riskfyllda projekt. Efter att man utvecklat en enastående lösning blir den tillgänglig som ett best-practice exempel för alla kluster-medlemmar.

Projektet stöds med upp till 25 000 euro per projekt och nästan 50 procent av kostnaderna täcks av stödet. Tidsperioden sträcker sig som längst 6 månader. Ansökningsprocessen består av två steg. I det första steget utvärderas projekten och de projekt som godkänns får sedan lämna in en formell ansökan.

För att få stöd för utveckling av kluster-tjänster måste projekten uppfylla följande kriterier:

Projektet ska

- vara nytt (det får inte vara använd av andra medlemmar)
- vara fördelaktig för SMF
- kunna överleva när finansieringen upphör (vara kostnadseffektivt)

I nuläget får cirka 25 projekt finansiering genom initiativet med 25 000 euro per projekt.

Effekt och utvärdering

Grunden till initiativet är det resultat som framkom från tidigare utvärdering av klustren, där det visades att ju fler tjänster ett kluster kan erbjuda desto bättre bedöms det vara. Förhoppningen är således att utveckla nya typer av tjänster som genererar ytterligare värde för medlemmarna och därmed främjar hela klustret.

Eftersom programmet fortfarande är relativt nytt har man ännu inte gjort någon utvärdering. Däremot verkar det finnas en generell trend i Tyskland att skapa paraplykluster som syftar till att göra klustren mer tillgängliga och sprida information.

3.1.5 Umweltinnovationsprogramm (UIP)

UIP lanserades 1979 och har endast genomgått ett fåtal förändringar genom åren. Detta kan ses som en indikation på att programmen har fungerat bra. Initiativet upprätthålls av BMUB (federala ministeriet för miljö, naturskydd, byggnad och kärnkraftssäkerhet) och KfW-banken.

För att projekt ska vara berättigade till ekonomiskt stöd måste de vara innovativa och storskaligt tekniska. De måste även vara pilotprojekt som inte kan hittas på marknaden. Projekten förväntas demonstrera hur nya tekniska metoder kan användas för miljöskydd och bör medföra en multiplikatoreffekt (spridning av teknik till andra företag och industrier). FoU-projekt är inte berättigade till finansiering.

Tabell 3.5 UIP Fokusområden

Resurseffektivisering
Rening av avloppsvatten
Avfallshantering
Marskydd
Luftskydd
Minskning av buller
Klimatskydd
Miljövänliga energivillkor och distribution

Källa: <http://www.umweltinnovationsprogramm.de/>

Bland mottagarna av stödet finns både nationella och utländska företag, som planerar att investera i Tyskland. Utöver detta kan stöd även ges till privatpersoner, kommunala verksamheter och kooperativ.

Programmet är öppet för olika typer av organisationer men det finns en tendens till att prioritera SMF. Under programmets gång har SMF tilldelats 30 procent av det totala stödet medan större företag tilldelats 20 procent. Man har inte angivit någon särskild preferens för vilken sektor som företagen ska vara verksamma inom.

Ansökningsprocessen består av två steg.

1. Företagen lämnar in ett projektutkast (5–10 sidor) där man ger en teknisk förklaring av projektet inklusive en business-case kalkyl.
2. I de fall där utkastet accepteras ska en formell ansökan lämnas in – denna har cirka 95 procents chans att bli godkänd.

Utformningen innebär att det är relativt billigt för företag att genomgå första steget. Detta första steg fungerar som en screening före den ”riktiga” ansökan genomförs. Oftast

accepteras mer än hälften av projektutkastet. Avslag ges till projekt som inte är tillräckligt innovativa och/eller där risken är för liten.

Stöd ges till investeringar (till exempel maskiner, utrustning, byggnader), kostnad för implementering och för att mäta projektets framgång.

Det finns även så kallade fyrprojekt, som ska ha en effekt på miljövänlig produktion i hela Tyskland. Den miljövänliga påverkan ska vara stor antingen på grund av betydelsen av en enskild applicering eller genom multiplikation. Samtliga projekt ska vara potentiella fyrprojekt.

Ekonomiska ramar

Stödet består av direkt finansiellt stöd (upp till 30 procent av projektets omkostnad) eller indirekt genom reduktion av räntan på krediten som ges av KfW (krediten kan täcka upp 70 procent av projektkostnaden). Det sistnämnda stödet används inte ofta för tillfället på grund av den låga räntenivån.

Finansieringen används som reduktion av räntan eller som direktfinansiering från BMUBs budget. Företagen anger vilket stöd de föredrar i ansökan. KfW bedömer ansökan med hänsyn till administration och finansiering. Det slutgiltiga beslutet tas sedan av ministeriet.

Effekt och utvärdering

Ett kriterium för UIP är att projekten som ansöker om stöd inte vore genomförbara utan finansieringsstödet (krav om additionalitet). Om finansieringen är för liten innebär det att många av projekten inte kommer genomföras. Men om finansieringen är för hög, leder detta till att allt för många projekt får finansiering och därmed ett ineffektivt resursanvändande. Erfarenheterna från initiativet visar att en procentsats på 20–30 procent är en bra proportion för finansiering.

Den allmänna bedömningen är att initiativet är framgångsrikt – vilket stöds av den långa period som initiativet bedrivits. Det finns en hög grad av projekt som fullföljs och det är väldigt sällsynt att projekt stoppas. Det finns även tillfällen där projekten har visats sig vara ogenomförbara men där finansieringen fortsatt. Detta då på grund av att det i kontraktet står att företagen måste bevisa att de verkligen försökt att genomföra projektet.

Utbyte av erfarenhet och best practice uppmuntras och spill over-effekt är önskvärd men kontrolleras inte.

Respondenterna bedömde att den viktigaste framgångsfaktorn är att ha en personlig kontakt med företagen och skapa en förtroendeingivande relation. För att detta ska ske behövs det ett bra informationsflöde och att båda sidorna försöker hitta konstruktiva lösningar utifall problem uppstår. Det gäller även att företagets ansvar är tydligt definierat.

Eventuella teknikaliteter måste beskrivas på ett tydligt sätt till företag (till exempel särskilda frågor relaterade till offentlig finansiering och ministeriets budget).

3.1.6 Mittelstandsinitiative Energiewende (MIE)

Detta initiativ lanserades i samband med Tysklands ”Energiewende” (energiomställning) och markerar det politiska skiftet då man bestämde sig för att ändra sin energiförsörjning från kärnkraft och fossila bränslen till förnybara energikällor. Energieffektivisering är ett av nyckelorden i denna process. Både för det politiska skiftets framgång och företagets

konkurrenskraft. Initiativet ger stöd till tyska SMF att implementera åtgärder för energieffektivisering och för att minska energikonsumtionen.

MIE är ett gemensamt projekt mellan DIHK, Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH – förening för tyska hantverkare.), BMWi, och BMUB. Det finansieras av Nationale Klimaschutzinitiative (nationella klimatinitiativet).

Initiativet planeras vara på plats från 2012 till 2015 med möjlighet till förlängning beroende på dess framgång.

Initiativet bedrivs genom lokala handelskammare (IHK) men medlemskap i IHK är frivilligt. Att inkludera IHK kan ses som en fördel då det är ett bra sätt att nå ut till företag som redan har förtroende och är lokala. Däremot kan det ses som en nackdel då initiativen måste övertala både företagen och handelskammarna att delta.

MIE bistår med personlig hjälp (via telefon eller e-post) till företag i frågor som gäller ekonomiskt stöd samt hjälper företag att identifiera lokala kontaktpersoner. Mittelstandsinitiativet analyserar företagsnätverk, nätverk för energieffektivisering samt utvecklar standarder. Initiativet syftar till att sprida idéer och motivation till energieffektivisering genom best-practice exempel.

MIEs huvudsakliga aktiviteter är indelade i moduler som framgår av Tabell 3.6.

Tabell 3.6 MIE – Moduler för industri och företag

Modul	Beskrivning
Azubi Energy Scout program (Azubi energi scoutprogram)	En av de anställda på företaget tränas i att bli en Energi scout och får lära sig hur man kan spara energi i dagliga aktiviteter samt får ett visst ansvar för resurseffektiviseringen i företaget.
Roadshow	Hör organiseras event, seminarier och andra möten samt organisera nationella event för att nå en bredare publik och sprida tankar kring åtgärderna för energieffektivisering
Anwenderclub Netzwerke	De flesta IHK är engagerade i någon typ av nätverksaktivitet men varje kammare har sitt eget format och ser väldigt olika ut. Genom initiativet hoppas man kunna få fram standarder för nätverken.
Hemmnis- und Umsetzungsanalyse	Många företag använder KfW för att få konsultation inom resurseffektivisering men få av förändringarna som föreslås implementeras. En studie pågår för tillfället för att ta reda på vad det beror på och hur man kan hantera detta i framtiden.

Källa: <http://www.mittelstand-energiewende.de/mie-vor-ort/>

Man har dessutom utvecklat en hemsida som fungerar som en central plattform för att samla information.

Ekonomiska ramar

Finansieringen kommer från ministerier (BMUB, BMWi) och initiativet har tilldelats 2 miljoner euro. Detta inkluderar inte personal- och tidskostnader som handelskamrarna måste stå för.

Storleken på finansieringen bedöms inte vara tillräcklig för att ge handelskamrarna incitament till att delta. Detta innebär att det måste finnas ett genuint intresse från handelskamrarnas sida då detta är en extra kostnad för dem.

Erfarenheten är den att finansiering kommer att ha en positiv inverkan på graden av framgång och hur mycket som kan göras. Det finns även andra faktorer som kan påverka framgången, till exempel, programmets innovativa karaktär; initiativen måste ha en innovativ utformning som är attraktiv för företagen – i synnerhet de som erbjuder hög finansiering. Ett exempel som blivit framgångsrikt bland företag är att en anställd tränas till att bli en ”energy-scout”.

Ett annat program som uppmärksammats är Klimaschutzunternehmen där man samlat en grupp av företag som är exceptionellt bra inom energieffektivisering. Denna idé om att skapa en grupp där endast de bästa kan delta har fungerat bra.

Marknadsföring är av betydelse då det är viktigt att rätt företag känner till initiativen. För att kunna attrahera företag måste fördelarna vara självklara och kostnaderna låga, speciellt för de mindre företagen.

Effekt och utvärdering

En anledning till att inte använda rekommendationerna från konsultstödet är den stora skillnaden i kvalitén. Respondenternas erfarenhet är att det är ytterst svårt att veta om konsulten är bra då det inte finns några generella standarder eller allmänna krav för att få kalla sig konsult inom resurseffektivisering. Många företag använder sig av erbjudandet för att få konsultation men det har visats sig att många rekommendationer aldrig implementeras och att företagen inte ser resultat. För tillfället pågår en undersökning för att ta reda på varför situationen ser ut på detta sätt med målet att bättre kunna hantera liknande situation i framtiden.

Genom intervjuerna framkom det även att många upplever att konsultstödet ges under en allt för kort tidsperiod. Många företag behöver långsiktigt stöd vilket inte inkluderas i det nuvarandekonsultationsupplägget. I många fall innebär detta att företag lämnas på egen hand under själva implementeringsfasen men att det finns ett behov för program som kontrollerar och bistår vid implementeringen.

Det finns hopp om spill-over effekter inom nätverken men man förväntar sig inte någon effekt på aktörer utanför nätverket.

3.1.7 Umweltcluster Bayern (Bayern)

Umweltcluster Bayern grundades 2006 av de bayerska handelskamrarna med syftet att aktivt främja innovation och internationalisering. Det är en del av det nationella initiativet Go-Cluster och kluster Offensiv Bayern. Initiativet syftar framför allt till att öka innovationsförmågan och konkurrenskraften i SMF.

Umweltcluster Bayerns marknadsfokus ses i Tabell 3.7:

Tabell 3.7 Fokusområde

Marknadsfokus
Avfall och återvinning
Alternativ energiproduktion
Kontroll av Luftförorening
Resurseffektivitet och Mass Flow Management
Vatten och avloppsvatten

Källa: <http://www.umweltcluster.net>

Umweltcluster Bayern omfattar följande aktiviteter och tjänster:

- Aktivt främja ett nära samarbete mellan ekonomi och forskning.
- Ge industrin kunskap om den senaste marknadsinformationen
- Stödja internationaliseringen av industrin
- Initiera samarbete för att utveckla nya produkter
- Organisation av regionala och nationella evenemang
- Bistå med kontakter inom företag och offentliga myndigheter.

De flesta medlemmarna utgörs av SMF men även större företag finns representerade. Alla företagen är verksamma inom områden grön teknik.

Umweltcluster Bayern faciliterar arbetsgrupper och arrangerar individuella konsultationer (huvudsakligen information om teknikutveckling i andra länder, senaste forskning och assistans i sökandet efter samarbetspartners).

Umweltcluster Bayern hjälper även till att informera företag om möjligheterna för att etablera sig utomlands. Exempelvis genom landinformation, information om landets mentalitet, marknadssituation och direktkontakt med lokala myndigheter och affärspartners samt anordnar entreprenörsresor till företag och institutioner.

Internationalisering

Många företag känner redan av mättnaden från den tyska marknaden och det är därför viktigt att skapa förutsättningar för export. Umweltcluster Bayern stödjer detta genom att närvara vid handelsmässor, delegationsresor (officiella besök både hemma och utomlands). Marknader som är av särskilt intresse, utöver de stora BRIC länderna och Nordamerika, är till exempel Mellan- och Sydamerika. Fokusområdena bestäms utifrån medlemmarnas önskemål och fokus. Det har ännu inte varit möjligt att utvärdera om programmet varit framgångsrikt men genom intervjuerna bedöms utsikterna vara positiva.

En av de största utmaningarna är att skapa kännedom kring klustren utomlands. Åtgärder som kan öka kännedomen är bl.a. uppdaterad hemsida, nyhetsbrev, närvaro vid handelsmässor, uppmärksamhet av politiker och samarbeten med liknande organisationer (till exempel European Cluster Network). Under intervjun poängterade respondenten att tålamod är av stor betydelse då resultaten kommer långsamt och initiativet har nyligen börjat bli känt.

Ekonomiska ramar

I början av initiativet finansierades lika stor del av BMWi (ministeriet för ekonomi och energi) och handelskamrarna. Men eftersom att klustret har sina egna inkomster från bl.a. medlemskapsavgifter är målet att öka självfinansieringen och därmed minska den offentliga finansieringen och kunna finansiera sig på egen hand. Detta beräknas kräva cirka 250 000 euro per år.

Effekt och utvärdering

I stora drag har klustret varit framgångsrikt och är medlem i Go-Cluster excellens (se 3.1.4)

Det är respondenternas erfarenhet att initiativets framgång till stor del kan bero på enskilda personers engagemang i processen. En karismatisk ledare av ett kluster eller tillhörande företag kan hjälpa till att skapa synlighet.

Även om fokus inte från början låg på SMF så har det visat sig vara extremt värdefullt att endast ha SMF samlade i kluster utan multinationella företag. Det är Umweltcluster Bayerns erfarenhet att när medlemmarna är av ungefär samma storlek känner de sig jämställda och på samma nivå. Om det däremot hade funnits en stor aktör skulle det finnas en risk för att de andra företagen bara skulle hänga med eller utnyttjas av de större företagen.

Värdeskapandet är huvudsakligen avsett för medlemmarna men de flesta evenemang som organiseras av klustret kan besökas av icke-medlemmar. Klustrets syfte är att göra grön teknik från Bayern till ett varumärke vilket även skulle vara fördelaktigt för icke-medlemmar.

Under de närmaste åren kommer fokus att ligga på att skapa ytterligare förutsättningar för internationalisering. Detta för att kunna locka fler medlemmar så att klustret på sikt ska vara helt självfinansierat. Det finns även en allmän uppfattning om att nätverket inte kan växa nationellt i all oändlighet och att nästa steg därför kommer att vara att expandera utomlands.

3.1.8 Go International (Bayern)

Go International lanserades 2004 och finansieringen kommer från det bayerska statsministeriet för finansfrågor. Enligt planerna löper finansieringsperioden ut i år men då det varit ett framgångsrikt initiativ kommer det att återlanseras. Finansieringen kommer fortfarande att ske genom ministeriet men från EU-medel. Nästa period gäller 2015–2020. Det kan komma ändringar till programmet främst på grund av inblandningen av EU-medel som tenderar att skapa mer byråkrati.

Processen består av tre steg:

Först kontaktar ett företag den lokala handelskammaren (IHK). Kammarkaren utvärderar om företaget är berättigad att delta. Detta baseras på kriterier såsom; om företaget är ett SMF, om det finns risk för konkurs eller om företaget redan är aktivt på den marknad som man vill exportera till (programmet är tänkt att endast stödja inträde på nya länder och marknader).



Figur 3.2 Go-International process

Källa: Go-international

Om deltagandet beviljas skickas en lämplig coach till företaget för att bedöma om det är möjligt att internationalisera (finns det tillräckligt med personal etc.). Om även detta är positivt kan företaget gå vidare till steg 2.

I steg 2 listar coachen alla relevanta åtgärder för internationalisering och som finansieras av Go International. Detta gäller till exempel; översättning av hemsida, certifiering, annonsering utomlands, handelsmässor och informationsmaterial på främmande språk (personalkostnader och resor omfattas ej).

Coacherna är experter, oftast pensionerade före detta chefer som arbetat i den utländska marknaden och inom den specifika sektorn.

I det sista steget kontrollerar Handelskammaren listan som även kontrolleras av AWZ (Bayerska centret för utrikeshandel). Därefter skickas en bekräftelse på maxfinansieringen om alla de uppräknade åtgärderna vidtas.

Vid årets slut skickar företagen in sina fakturor på vad de har betalat för åtgärderna (tillsammans med kvitton) och därefter får de 25 procent i ersättning (max 10 000 euro). Företagen kan delta i fyra år och två exportdestinationer (länder). Deltagaren och projekten kommer från olika sektorer och företag. Det finns en tendens att inrikta sig på USA, Ryssland och Kina. Men det är företagen själva som väljer länderna och Go International ska inte påverka detta beslut utan ska endast bistå med att identifiera den mest lämpliga coachen för respektive företag.

Ekonomiska ramar

Finansieringen kommer från bayerska statsministeriet för ekonomi, medier, energi och teknologi) genom Hightech-offensive initiativ. Under 2013 delades det ut 460 000 euro i finansiering och coachkostnader.

Det genomsnittliga stödet är 3 000 euro per företag men varierar mellan 100 euro och 10 000 euro (maximala summan bestäms av initiativet)

Coachningen tar 1–3 dagar och har en timkostnad på 100 euro. Företag betalar från 90 euro (1 dag) och upp till 190 euro (3 dagar), resterande betalas av Go International.

Initiativet justerar antalet förfrågningar och strategin är därför att reservera 3 000 euro för varje förfrågning med positiv utvärdering. Eftersom att endast 50–55 procent av företagen fortsätter efter den initiala coaching-förfrågan är ytterligare finansiering möjlig.

Effekt och utvärdering

Av de 200 förfrågningarna som inkommer varje år blir cirka 100 aktiva och efterfrågar finansiering efter dem fått coaching.

Initiativet bedöms som mycket lyckat och har mottagit mycket positiv feedback. Antalet ansökningar ökar och de företag som deltar i programmet deltar ofta under flera år. Initiativet upplevs inte vara så byråkratiskt men en av förutsättningarna för att lyckas är kvalitén på coachen som måste vara extremt hög.

I Bayern finns det ett exportpris för framgångsrika, nya exportörer och vanligtvis brukar några av pristagarna komma från Go-International. Om man jämför initiativet mot andra initiativ i AWZ är det i särklass det mest framgångsrika.

3.1.9 Servicestelle Umwelttechnologieexport- und CDM-Vorhaben

Syftet med initiativet är att hjälpa företag med information och lösa problem på utländska marknader. Initiativet skapades ursprungligen för att stödja företag som ville arbeta med klimatprojekt genom Clean Development Mechanism (CDM), men då CDM-marknaden inte är särskilt aktiv längre hjälper man nu till med problem på exportmarknader, rent allmänt, och inom miljöteknikområdet.

Servicestelle hjälper företagen med de problem som de möter på marknader där de redan är etablerade. De hjälper däremot inte företag med att få tillgång till nya marknader.

Ett problem kan exempelvis vara att få tillgång till uppförande eller produktion som är nödvändig för företaget att komma framåt på marknaden. Servicestelle kan också bistå med att ordna ett möte, i det berörda landet, mellan det tyska företaget och de berörda myndigheterna. På så vis kan problem lösas genom dialog mellan de berörda parterna. Men Servicestelle går inte in och löser problem direkt åt företagen.

Företag kan kontakta Servicestelle med deras enskilda fall men bara om de har provat andra möjligheter på egen hand. Om fallet anses vara riktigt så använder Servicestelle sig av sitt politiska nätverk och kontakter och där de inte har tillräckliga nätverk använder de sig av tyska ambassader i respektive land.

Miljöteknik definieras brett (bedöms från fall till fall) och de arbetar med alla utvecklingsländer och tillväxtländer (inte OECD); framför allt Indien, Kina och Brasilien.

Servicestelle är baserat i BMUB i Berlin och reser ut vid behov. Det är ett litet men väl fungerat initiativ som användarna är glada för.

3.1.10 Cluster Umwelttechnologien. NRW

Miljöteknikgruppen Umwelttechnologien.NRW arbetar under Nordrhein-Westfalens ministerium för klimat-skydd, miljö, jordbruk, naturskydd och konsumentskydd (MKULNV NRW). Gruppens huvudmål är att förbättra Nordrhein-Westfalens framträdande roll i GreenTech-industrin genom att förbättra konkurrens-kraften av sin rörelse, skapa högkvalitativa och innovativa jobb samt stärka sin position på den internationella marknaden. Programmet har funnits sedan 2009 då Nordrhein-Westfalen (NRW) påbörjade ett allmänt gruppinitiativ och där GreenTech var en del av initiativet.

Gruppen erbjuder expertis inom en rad områden; marknadsföring och marknad (genom en konsultfirma), tekniska aspekter (en grupp med ingenjörer), experter inom innovation samt experter inom kommunikation som har uppdraget att ”översätta” de tekniska termerna så att de blir lättare att kommunicera.

I och med den höga tekniska kunskapen inom gruppen så har man möjlighet att inrikta sig på väldigt specifika ämnen och påbörja specifika projekt.

Gruppens fokusområden är:

Tabell 3.8 Fokusområde

Vatten och avfallsvatten

Avfallshantering

Ren luft

Jordsanering

Mät- och kontrollteknik

Miljövänliga produkter

Resurseffektivitet

Källa: <http://www.umweltcluster-nrw.de>:

Gruppens huvudsakliga syfte är att:

- Öka innovationen
- Skapa en identitet – göra företagen nöjda med NRW
- Främja internationalisering

Gruppens arbete är generellt sett väldigt ämnesorienterat och marknadsfokus är mycket viktigt för urvalet av frågor. Oftast är dessa väldigt smala och specifika (till exempel möjligheter att förbättra en viss sorts återvinning på sjukhus). De senaste två åren har resursmanagement och resurssparande blivit ett huvudämne. Ett ämnesval kan komma från tre källor: departementet, företag eller, om en fråga ser lovande ut, från gruppledningen själv.

Enligt lag är gruppen inte berättigad att ta betalt (i och med att den inte är en juridisk person utan ett projekt finansierat av departementet). Vår respondent tolkar detta som att det kan minska det övergripande värdet av programmet, då tjänsterna skulle kunna uppfattas som mindre värda. Dessutom har gruppen inga medlemmar och måste därmed kontinuerligt ta kontakt med företag. Detta har skett med framgång då de har lyckats kontakta lokala och regionala grupper samt nätverk. På så vis har man inte behövt ha kontakt med varje enskilt företag (det finns många småföretag).

Internationalisering

På grund av budgetrestriktioner finns det inte möjlighet att spendera mycket på aktiviteter för internationalisering. Därmed är det mer fokus på samarbeten och arbete med instanser som redan finns på plats i NRW (mestadels offentliga såsom olika handelskammare eller NRW-international).

Gruppen har byggt upp nära kontakter med andra grupper på ett internationellt plan och vår respondent pekar på personliga kontakter som en nyckelfaktor. Trots ett nära samarbete är detta främst ämnesspecifikt och inte generellt. Vi de tillfällen då ett ämne är relevanta för båda parter, så jobbar de tillsammans för att hitta lösningar och föra samman företag för att utbyta lösningar och skapa konkreta beställningar. Nära samarbeten fungerar enbart då grupperna är intresserade av samma frågor och står inför liknande utmaningar.

Ekonomiska ramar

Budgeten låg på 1,5 miljoner euro för de första tre åren (500 000 euro per år) och blev sedan förlängt med samma budgetstorlek per år. Projektet är till 50 procent EU-finansierat och till 50 procent finansierat av departementet. Dess framtid är osäker efter projektets slut 2015.

Effekt och utvärdering

Under de två första åren gjorde gruppen stora satsningar och var aggressiva på marknaden – något som de nu kan dra nytta av- då de lyckades bygga upp en identitet och skapa ett varumärke för grönt företagande i NRW. Det finns ett stort intresse i deras event - mestadels workshops för väldigt specifika frågor – och gruppen är känd bland företag som ett sätt att komma i kontakt med forskningsnätverk och nätverk fokuserade på innovation inom GreenTech-området.

3.2 Sammanfattning

Gemensamt för de tyska initiativen är att många av dem har funnits under en mycket lång tid. Detta kan tolkas som ett tecken på att de fungerat bra och att politikerna inte ser något behov till att förändra initiativen. Sannolikheten att företagen känner till möjligheterna inom ett program är högre ju längre programmet funnits.

Alla program verkar vara framgångsrika och har en tvåstegs process där det initiala stödet används för att komma igång (med en coach, konsult eller med hjälp av någon annan). Detta är, nästan, en gratis screeningmetod som säkerställer att företagen inte slösar alltför många timmar på att skriva ansökningar.

Den optimala nivån av stöd jämfört med självfinansiering tycks skilja sig åt mellan projekten men generellt verkar initiativen fungera bra även där stödet är mindre. Intervjuerna avslöjade viss kritik mot den stora massfinansieringen, genom stora nationella initiativen, där det antas vara ganska lätt för företagen att få stöd på grund av att ansökan inte kontrolleras tillräckligt väl. Det betonades också att det är nödvändigt för företag att känna sig som ”den utvalda” annars kan insatsen uppfattas mer som bistånd än stöd.

Trots den prioritet som getts till grön teknik så finns det inte tillräckligt med fokus på ekonomiska resultat. Genom intervjuerna framkom att företag tenderar att inte använda sig av resultaten från innovationsprocessen för att kommersialisera produkten/tjänsten.

Det har poängterats att ytterligare fokus måste riktas mot uppföljning och utvärdering för att säkerställa att insatsen faktiskt gör skillnad. Om det är relativt lätt att få stöd och det inte finns någon uppföljning så finns det en god chans att projektet hamnar i byrålådan. Detta skulle kunna åtgärdas redan i ansökningsfasen, genom att sökande får redovisa hur de ska få produkten till marknaden eller hur de ska använda kunskaperna som de har fått.

En generell utmaning är att se till att de företag som initiativen vill attrahera också är medvetna om initiativet. Det faktum att många initiativ har funnits länge ökar definitivt chanserna att känna till initiativen.

Kluster är ett mycket viktigt verktyg i Tyskland där varje delstat har sina kluster. Klustren är välfungerade och de nationella initiativen tittar vidare på hur dessa kan utvecklas. Internationaliseringen är viktig och fokus i flera initiativ ligger på hur de kan komma utanför den nationella gränsen. Däremot är de inte begränsade till specifika marknader utan är snarare öppna för de marknader som företagen anser intressanta. Detta skiljer sig från

initiativen i Danmark där det ofta är ett politiskt beslut som ligger till grund för vilka områden som ska prioriteras.

När det gäller internationaliseringen så har de tyska initiativen oftast sin utgångspunkt i de länder och marknader som de enskilda företagen efterfrågat. Detta innebär att en internationaliseringsinsats också är knuten till särskilda företag.

4 Danmark

4.1 Insatser och fokusområden

4.1.1 Introduktion

I Danmark finns det en rad initiativ och åtgärder som är utformade för att stödja en grön strukturomvandling av näringslivet. Det finns stora skillnader vad gäller fokus och de ekonomiska ramarna för dessa initiativ och program. Det finns således både stora test- och demonstrationsprogram som omfattas av 100 miljoner danska kronor årligen. Sedan finns det relationsbaserade entreprenör- och nätverksinitiativ som har en betydligt mindre omfattning.

Det är alltså stora skillnader på de enskilda initiativen men det finns också underliggande gemensamma nämnare.

I de danska initiativen finns det ofta pengar som är avsatta för att utvärdera initiativets effekt. Men utvärderingen är oftast inte möjlig omedelbart efter att initiativet är avslutat eftersom det tar lång tid att identifiera en effekt. Det är även svårt att isolera effekten av insatsen.

Det finns ett mycket stort fokus på grön omställning i Danmark och stort sett alla politiska partier är eniga om prioriteringarna. Detta har bidragit till att det finns många och omfattande initiativ.

Det finns en etablerad gemensam plattform för alla företagspolitiska initiativ ”Vækstguiden.dk”. Vækstguiden.dk är en hemsida som ger överblick över de offentliga stödsystem som hjälper till att skapa tillväxt i danska företag, oavsett om de är nationella, regionala eller kommunala insatser (se aktörerna bakom guiden Tabell 4.1). På Vækstguiden kan företag och privatpersoner hitta information om ekonomiska bidrag, lån, rådgivning och samarbete.

Genom att söka på Vækstguiden.dk kan man kartlägga de offentliga stödsystemen. Vækstguiden visar bland annat att det finns 18 åtgärder som har ett grönt fokus medan 13 åtgärder har ett fokus på energi. Det finns därmed ett brett politiskt fokus på det gröna området och på den gröna strukturomvandlingen i Danmark.

Tabell 4.1 Aktörerna bakom Vækstguiden.dk

Aktörerna bakom vækstguiden
Beskæftigelsesministeriet (Arbetsmarknadsministeriet)
Erhvervs- og Vækstministeriet (Närings- och tillväxtministeriet)
Klima-, Energi- og Bygningsministeriet (Ministeriet för klimat, energi och anläggning)
Kulturministeriet (Kulturministeriet)
Miljøministeriet (Miljöministeriet)
Ministeriet for Børn og Undervisning (Ministeriet för barn och undervisning)
Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelser (Ministeriet för Forskning, Innovation och högre utbildning)
Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri (Ministeriet för livsmedel, lantbruk och fiske)
Skatteministeriet (Skatteministeriet)
Transportministeriet (Transportministriet)
Udenrigsministeriet (Utrikesministeriet)
Danske Regioner
EU

Källa: Vækstguiden.dk

4.1.2 Segmentering/metod

I följande avsnitt presenteras utvalda centrala initiativ och fokusområden i den danska satsningen. Det är främst fokus på nationella initiativ då dessa storleksmässigt har störst vikt och därmed förväntas ha störst effekt. I nedanstående Tabell 4.2 framgår de initiativ som presenteras i följande avsnitt.

Initiativen är indelade på nationellt eller regionalt fokus. Det kan däremot vara svårt att avgränsa de enskilda initiativen då de kan vara regionalt förankrade men ha en nationell inriktning. Detta är till exempel fallet med de gröna entreprenörskapshusen (Tabell 4.2).

Tabell 4.2 Utvalda initiativ

Geografisk fokus	Initiativ
Nationell	Markedsmodningsfonden (Marknadsmodningsfonden)
	Grøn Omstillingsfond (Grön omställningsfond)
	MUDP
	Grønne forretningsmodeller (Gröna affärsmodeller)
Regionalt	CleanTEKMidt
	Grønt Iværksætterhus (Grönt entreprenörskapshus)

Källa: Damvad

Åtgärderna är identifierade genom en kombination av desk-research, den kunskap som Damvads konsulter har från tidigare projekt och anställningar samt genom intervjuer med ansvariga tjänstemän.

4.1.3 Markedsmodningsfonden

Markedsmodningsfonden har som syfte att främja tillväxt, sysselsättning och export hos SMF inom områden där Danmark har särskilda styrkor och potential. Det kan exempelvis vara inom grön omställning, hälsa och välfärdslösningar, design och andra kreativa näringar men som inte på förhand är prioriterade. Däremot finns det ingen utpräglad inriktning av Markedsmodningsfondens aktiviteter.

Marknadsmognad förstås av Markedsmodningsfonden som aktiviteter som bidrar till att öppna marknader för företagens innovativa produkter och tjänster. Stöd till marknadsmognad kan ske både genom att stärka efterfrågan av innovativa lösningar och att stärka utbudet.

Fonden har framför allt ett fokus på SMF som är verksamma inom de åtta affärsområdena som regeringen bedömt vara särskilt starka positioner för Danmark. De åtta affärsområden visas i Tabell 4.3 och matchar de åtta tillväxtteam som fastställts i samband med regeringens tillväxtstrategi. Som redovisas i tabellen är två av åtta gröna fokusområden.

Tabell 4.3 Affärsområden i fokus

#	Fokusområde
1	Det blåa Danmark
2	Kreativa företag
3	Vatten-, biogas-, och miljölösningar
4	Hälso- och välfärdslösningar
5	Energi och klimat
6	Livsmedel
7	Turism och upplevelseekonomi)
8	Information och kommunikationsteknologi och digital tillväxt)

Källa: www.markedsmodningsfonden.dk

Markedsmodningsfonden kan ge bidrag till företag och offentliga myndigheter med mål om att stödja följande aktiviteter:

1. Företagens testning och anpassning av nya produkter (teknik) (cirka 70 procent)
2. Offentliga institutioners efterfrågan på nya innovativa lösningar.
Markedsmodningsfonden ger bidrag till att genomföra det förarbete som man som offentlig institution måste genomföra när man efterfrågar innovativa lösningar (cirka 25 procent)
3. Etablering av partnerskap mellan offentliga och privata aktörer (cirka 5 procent)

Fonden är marknadsnära, företagsanpassad och har ett kommersiellt fokus. Fonden ska således hjälpa danska företag att överkomma hinder som de upplever i marknadsmognadsfasen. Exempel på hinder som kan uppstå kan vara medfinansieringen av test och anpassning av prototyper hos potentiella kunder eller med att ge en garanti som ger köparen av en innovativ produkt en trygghet.

- Test och anpassning: Stöd till att testa om en prototyp eller ett koncept fungerar i en verklig miljö hos potentiell kund, samt anpassning av prototypen/konceptet så att lösningens kommersiella möjligheter kan stärkas.

- **Garanti:** Här kan företag med innovativa produkter få garanti genom Markedsmodningsfonden och därmed minska köparnas osäkerhet vid investering i ny teknik. Garantin täcker främst situationen där produktens innovativa egenskaper, i väsentlig grad, inte fungerar eller inte har den kvalitet som köparen kan förvänta sig utifrån den produktbeskrivningen i försäljningsavtalet (produktbeskrivningen ska beskrivas grundligt i ansökan). Köparen har däremot en självrisk på 20 procent och kan därför vid utlösning av garantin endast få 80 procent av inköpspriset återbetalat. Köparen måste lämna tillbaka produkten för att kunna lösa ut garantin.

Här ligger även ett fokus på att öka exporten då den anses vara ett uttryck för ökad tillväxt och nya arbetstillfällen. Från den offentliga sidan är man även medveten om att man måste vara försiktig så att man inte stödjer ett danskt företags försök till att stjåla marknadsandelar eller omsättning från andra danska företag.

De flesta företag som ansöker till fonden är SMF (cirka 80 procent har under 10 anställda) med en jämn geografisk spridning.

Garantiramen

Garantiramen är det samlade belopp som företagen kan utfärda garantier för vid en försäljning av en produkt. Garantiramen utgörs av Markedsmodningsfondens andel på 60 procent av försäljningspriset men både ansökare och köpare har en självrisk på 20 procent. Garantiramen utgörs således av försäljningspriset multiplicerat med antal delar av produkten som förväntas täckas av garantin. Man kan utfärda garantibevis vid försäljning av en produkt inom en två-årsperiod (inklusive produktion och eventuell installation). Produkten kommer då att täckas av garantin i högst två år efter leveransdatumet.

Ekonomiska ramar

Man har avsatt 415 miljoner danska kronor till Markedsmodningsfonden fördelat över tre år. Det är sekretariatets bedömning att man ännu inte nått en maxgräns för antalet projekt. Men man är uppmärksam på att det ska finnas en övre gräns för hur många projekt som kan stödjas då man inte vill riskera projektens kvalitet. Det är samtidigt sekretariatets bedömning att storleken på fonden är av stor betydelse för dess effekter.

Man har angivit en lägsta storlek för projektansökningar på 3 miljoner danska kronor.

Det finns en stor skillnad i hur mycket stöd som företag kan ansöka om. Detta framgår i Tabell 4.4 som visar att mindre företag kan ansöka om en procentuellt större andel bidrag (av den samlade projektbudgeten) än vad som är möjligt för de större företagen. Företag som ansöker om medel från fonden ska bidra med självfinansiering enligt gällande EU-regler.

Tabell 4.4 Bidragssatser

Sökande	Bidragssats
Små företag	Upp till 60 procent
Medelstora företag	Upp till 50 procent
Stora företag	Upp till 40 procent
Offentliga aktörer som deltar som samarbetspartners	Upp till 50 procent

Källa: www.markedsmodningsfonden.dk

Effekt och utvärdering

Givet programmets struktur och fokus förväntar man sig att se den främsta effekten hos de företag som får bidragsstöd. Man förväntar sig inte en indirekt effekt vid spridning av kunskap från fondens aktiviteter.

Det har genomförts en halvtidsutvärdering men detta var vid en tidpunkt då inget av projekten var avslutade. Utvärderingen efter halva tiden var baserad på ADAM⁴ beräkningar och visade att fonden hade en positiv effekt som var större än den allmänna effekten från arbetsmarknadspolitiken. Markedsmodningsfonden bedömer att storleken av en satsning har betydelse och man förstår även att effekten inte stiger i all oändlighet när storleken av ett program blir större: effekten är alltså avtagande ju större ett program är. Rent teoretiskt finns det således en optimal balans mellan storlek och effekt.

Från Förnyelsefonden till Markedsmodningsfonden

Marknadsfonden gick tidigare under namnet Förnyelsefonden men i samband med en omstrukturering av insatsen ändrade namnet. Denna omstrukturering var en del av en övergripande effektivisering, fokusering och förenkling av det danska innovationssystemet. Förnyelsefonden gav mellan 2010–2012 stöd till innovation och marknadsmognad inom det gröna området och välfärdsområdet samt till en omställning av näringslivet i specifika geografiska områden.

Markedsmodningsfonden bygger således vidare på erfarenheterna från Förnyelsefondens insats för marknadsmognad.

Till skillnad från Förnyelsefonden har Markedsmodningsfonden inte ett särskilt fokus på gröna områden utan fokuserar övergripande på tillväxt och arbetsmarknad där grön tillväxt inkluderas.

4.1.4 Grøn Omstillingsfond

Grøn Omstillingsfond (Fonden) stödjer projekt som syftar till att på ett effektivt sätt förbereda danska företag för framtidens resurssnåla ekonomi. Fonden ska således bidra till nya resurseffektiva miljölösningar och skapa gröna arbetstillfällen.

Initiativets fokus ligger på affärsutveckling, produktion, försäljning och marknadsföring av gröna produkter. Fonden stödjer företag, organisationer och partnerskap inom sex av de särskilda fokusområdena (se Tabell 4.5). Detta sker genom direktbidrag.

⁴ ADAM – Annual Danish Aggregate Model – detta är en stor ekonomterisk baserad jämviktsmodell. Modellen kombinerar en struktur baserad på efterfrågan med kortsiktig rigiditet i priser och löner med en långsiktig ”klassisk” lösning där pris, löner, och produktion justeras efter utbudssidan. För mer information: <http://www.dst.dk/da/TilSalg/ADAM.aspx>

Tabell 4.5 Särskilda fokusområden

#	Insatsområde
1	Produktinnovation och omkonstruktion av företagens produkter
2	Utveckling av nya affärsmodeller
3	Främja hållbara material i produktdesign
4	Hållbar omställning i mode- och textilbranschen
5	Mindre svinn av livsmedel
6	Hållbara biobaserade produkter som baseras på "non-food" biomassa.

Källa: <http://groenomstilling.erhvervsstyrelsen.dk/>

Fonden ger dessutom bidrag till kommuner och till exempel energibolag eller miljö- och vattenbolag som ansöker om medel till projekt som gäller markandsmognad och klimatanpassade lösningar. Fondens insats är därmed relativt brett sammankopplat med Markedsmodningsfonden men övergripande fokus för aktiviteterna är att stödja tillväxt och sysselsättning med fokus på miljön.

Sökande till fonden är primärt småföretag men också forskningsinstitutioner. Fonden uppmanar till samarbetet mellan aktörerna.

Fondens fokus när det gäller effekter ligger på de indirekta effekterna. Därför spelar lärandet en mycket viktig roll för fonden då man önskar sprida erfarenheter kring användandet av gröna affärsmodeller och exempel på "best practice". Grön omstillingsfond är i gång med att utarbeta en plattform för att systematiskt samla in kunskap och göra det lättare samla in och sprida best-practice. Detta arbete har precis påbörjats och man förväntas ha en lösning klar i början av 2015.

Ekonomiska ramar

Fonden inrättades i samband med budgeten för 2013 och tilldelades anslag för en ettårsperiod. Under förhandlingarna om budgeten för 2014 beslutade man att fortsätta fonden under perioden 2014–2016 med ett totalt anslag på 88 miljoner danska kronor

Under 2013 gav fonden stöd till 21 projekt på sammanlagt 44 miljoner danska kronor. Storleken på projekten varierade från 700 000 danska kronor till cirka 5,5 miljoner danska kronor. I samband med stöd till utveckling av gröna affärsmodeller ges bidrag på 250 000 danska kronor per projekt.

Effekt och utvärdering

Man har ännu inte genomfört utvärdering av fondens aktiviteter men det finns ett anbud på projekt kring etablering och utveckling av programmets insatser för lärande. Dessutom är tanken att projektens aktiviteter ska utvärderas både i halvtid och vid avslutande. Det är Näringslivsstyrelsens bedömning att fonden är relativt kostnadseffektiv. Det är däremot svårt att förstå hur man bedömt detta då man ännu inte mätt effekterna. Näringslivsstyrelsens utvärdering baseras på administrationskostnader vilket i sig inte säger så mycket om det inte påverkar kvalitén.

Under 2013 fick fonden bara anslag för ett år vilket har resulterat i att aktiviteterna för 2013 varit pilotaktiviteter. I samband med anslaget för perioden 2014–2016 föreslog man

ett fåtal justeringar av insatsen. Man ska under kommande period bli bättre på att förmedla ansökningstiderna i god tid då det var en betydande lärdom under 2013. Företag upplevde nämligen att den korta ansökningsperioden gjorde det svårt för dem att etablera bra projekt och ansökningar.

4.1.5 Miljøteknologisk Udviklings- og Demonstrationsprogram (MUDP)

MUDP-initiativet ska hjälpa danska företag att utveckla nya, billigare och mer resurseffektiva miljöteknologiska lösningar. Projektet ska utöver bidraget att förbättra miljön, också stärka konkurrenskraften för danskt näringsliv och därmed bidra till ökad export och flera gröna jobb i Danmark.

Åtgärderna ger bidrag till utveckling- test- och demonstrationsprojekt inom de åtta fokusområdena (se Tabell 4.6). Dessa är inte fokuserade på specifika sektorer.

Tabell 4.6 Fokusområden för MUDP 2014

#	Fokusområde
1	Vatten
2	Klimatanpassning
3	Cirkulär ekonomi och återvinning av avfall
4	Renare luft
5	Mindre buller
6	Färre problematiska kemikalier
7	Modernisering av industrins miljöinsats
8	Ekologiskt brygger

Källa: <http://ecoinnovation.dk/>

Det är Miljöstyrelsens MUDP-sekretariat som pekar ut de utvalda fokusområdena. Det är en gradvis utveckling vilket innebär att ett område sällan försvinner utan hamnar istället längre ner på prioriteringslistan eller att man fokuserar man på andra delar. På så vis kan man löpande reflektera förändringarna i den politiska prioriteringen.

Fokusområdena väljs ut med hänsyn till politiskt fokus (i år är det exempelvis mer fokus på avfall och inte lika stort fokus på kemikalier som för ett par år sedan). Områdena väljs även ut med hänsyn till EU/internationell reglering. Om det förväntas komma särskilda krav på regleringar/krav så kan man genom MUDPs fokusområden uppmuntra prismässigt starka produkter. Man tittar även på internationella avtal, och om det finns en möjlighet för Danmark att vara först med någon produkt. Man riktar pengar och insatsen efter löpande förändring i politisk prioritering. Bidraget används även som en guide till marknaden – man vet exempelvis att när det kommer en typ av lagstiftning, kommer det också att finnas en marknad och efterfrågan för en viss typ av produkt och därmed en framtid för en viss teknik.

Initiativet har en årlig ansökningsperiod. Det underströks av sekretariatet att det kanske skulle vara bättre om det fanns fler ansökningsperioder för företagen då detta ansågs vara mer flexibelt. Detta har däremot visat sig vara mer besvärligt att administrera. Det innebär även att man kan komma att säga nej till ett bra projekt i första ansökningsrundan men att detta projekt kanske hade gått vidare i andra omgången. Det är däremot möjligt att sätta in extra ansökningsronder ifall det är många kvalificerade ansökningar, men detta har man ännu inte gjort.

Det finns tre typer av stöd: bidrag, partnerskap och samarbete, men största delen av medlen går till bidrag.

Man kan söka stöd till flera faser för samma produkt och man ser även projekten i andra fonder. MUDP kan exempelvis först ge stöd till utveckling och senare till testning.

Projekten bedöms utifrån dess miljöpotential, affärspotential (export, sysselsättning), teknologiskt nytänkande samt om stödet ger additionalitet. Additionaliteten kan ske genom andra sätt än rent ekonomiska till exempel genom otraditionella samarbeten etc.

I dagsläget ligger det ett större fokus på att företagen måste ha ett kommersiellt fokus i deras ansökningar. Detta innebär också ett ökat fokus på exportpotential.

Ekonomiska ramar

I samband med den nationella budgeten för 2014 avsattes ca 70 miljoner danska kronor för utdelning av stöd genom MUDP för 2014.

Genom intervjuerna uppmärksammades att programmet har en bra omfattning då det finns plats för både små och större företag. Däremot underströk man vikten av att det inte ha för många småprojekt då dessa är dyra att administrera.

Nyckeltal för perioden 2008–2013 visar att det sammanlagt delades ut 262 miljoner danska kronor till 285 projekt. Det lägsta bidraget låg på 49 000 danska kronor medan det största var 6 miljoner danska kronor. Kortare projekt har oftast en projektperiod på 3 månader medan de längre projekten är upp till tre år.

Andelen procent av projekten som ges bidrag beror på det specifika projektets innehåll. För medelstora och små företag ligger det från 35 procent respektive 45 procent för test och demonstrationsprojekt och upp till 75 procent för förberedelser av teknisk utveckling. Det är endast i undantagsfall som stöd beviljas upp till 100 procent.

Effekt och utvärdering

Tanken är att det ska finnas ett värde utanför själva produktionen i företagen, detta genom exempelvis spridning av goda företagsfall. Som en del av programmet måste man göra en professionell rapportering som i någon grad bör kommuniceras ut genom till exempel professionella tidskrifter etc.

MUDP har inget mål för antalet verksamheter eller antal projekt som man ska genomföra under en viss period. Man ger däremot inte stöd till företag som hotas av konkurs.

4.1.6 Grønne forretningsmodeller (Gröna affärsmodeller)

Grønne forretningsmodeller är ett acceleratorprogram som inrättades med finansiering från bl.a. Grøn Omstillingsfond, och de danska regionerna.

”Grønne forretningsmodeller” syftar till att främja gröna affärsmodeller. Trots den ekonomiska potential som finns för nya gröna affärsmodeller så implementeras dessa inte i någon större utsträckning i danska företag. Programmet initierades för att ändra på detta.

En grön affärsmodell innebär en ny affärsmodell som har en mindre påverkan på miljön samtidigt som den är ekonomisk lönsam. Den nya gröna affärsmodellen kan stödja minskad resursanvändningen i ett eller flera av affärsleden – hos leverantörer, kunder eller i tillverkningsprocessen.

Exempel på nya gröna affärsmodeller

Funktionsförsäljning: Här säljs produktens funktion snarare än själva produkten. Företag har på så vis ett incitament till att skapa produkter av högsta möjliga kvalité och med minst möjliga förbrukning av resurser till exempel vatten, material eller energi. Som följd kan företagen öka sina intäkter via den drift och extra service som levereras till kunden.

Återlämningsavtal: Produkten säljs till kunden med ett särskilt avtal om att företaget ska ta tillbaka produkten efter att den är förbrukad. Företagen kan på så vis återanvända material eller reparera produkten och sälja den igen. På detta sätt för-längs produktens levnadstid och därmed företagens intäkter.

Vagga till Vagga (Cradle-to-Cradle): Här utvecklar och designar man produkter där alla material som ingår i produkten, antingen kan återanvändas eller biologiskt brytas ned efter förbrukning. Detta innebär att man helt kan undvika avfall då det istället kan ingå i ett nytt teknologiskt eller biologiskt kretslopp. Genom att hålla materialen i produkterna rena så säkrar man även ett högre efterföljande försäljningsvärde.

Företag kan även få ekonomisk och rådgivningsmässigt stöd till att utveckla och implementera en ny grön affärsmodell i en redan existerande affärsmodell. Rådgivning ges av konsultfirman Deloitte och externa specialister som företagen själva identifierar eller får hjälp att identifiera av Deloitte.

Programmet består av två faser:

Fas 1: Stöd till att utveckla en omfattande affärsplan som beskriver idén, framtida kassaflöden och genomgående business case för den gröna affärsmodellen.
(Period på max 6 månader)

Fas 2: Här kan företag få stöd till att testa och exekvera modellen i sin verksamhet.
(Period max 12 månader)

I första fasen lämnar företagen in business case och beskrivning av affärsplan. Baserat på dessa resultat väljer man ut de företag som får stöd till att delta i programmets andra fas. Vid val av företag i andra fasen, ställs det krav på att företagsledningen deltar i den slutliga presentationen av resultaten. Detta för att säkerställa att projektet är förankrat i verksamheten. Man kan också få hjälp till att fylla i ansökan. I Fas 1 väljer man ut ca 30 företag och 10–20 företag i Fas 2.

Företag till fas 1 väljs ut genom en öppen ansökningsrunda. Här läggs vikt på:

- Nyhetsvärde
- Miljöeffekt
- Kompetens och relevant samarbetskrets (rätt kompetens och stöd måste finnas)
- Utveckling och sysselsättningseffekter
- Additionalitet

Ekonomiska ramar

I första finansieringsrundan har alla företag mottagit 250 000 danska kronor i stöd. Första fasen pågår fram till juni 2014.

De maximala stödnivåerna är angivna i Tabell 4.7.

Tabell 4.7 Projektfaser och finansiering

Fas	Beskrivning
Fas 1.	Utveckling av övergripande affärsplanen Här erbjuds stöd, upp till 250 000 kr. (Under 2014 valdes 29 företag ut i första fasen där respektive företag gavs bidrag på 250 000kr)
Fas 2.	Testning och implementering av modellen i företaget Regionerna och kommunerna erbjuder stöd upp till 1 milj. kr. (Det ska även noteras att det endast är några av de 29 företag som erhållit stöd från första fasen som även går vidare andra fasen)

Källa: <http://groenomstilling.erhvervsstyrelsen.dk>

Det finns ingen särskild budget för programmet. Grøn Omstillingsfond finansierar Fas 1 medan den region som företaget ligger i, finansierar Fas 2.

Grøn Omstillingsfond har avsatt 10 miljoner danska kronor till fas 1. Inom denna budget har ca 2 miljoner danska kronor gått till administration samt 500 000 danska kronor till utvärdering av initiativet och processen. Utöver de 10 miljoner danska kronor vill Grøn Omstillingsfond prioritera ytterligare medel till Fas 1, under förutsättningen att det finns ett överskott av medel i bidragssystemet. Regionerna finansierar Fas 2 i programmet för de företag som är geografiskt placerade i de enskilda regionerna.

Effekt

I januari 2014 påbörjades Fas 1 av programmet och 29 företag är nu en del av programmet. Det är ett relativt nytt program och man har ännu inte några stora erfarenheter av programmet. De företag som genomgår Fas 1 får en genomarbetad affärsplan för deras gröna affärsmodell så att de kan implementera affärsmodellen med en solid grund.

4.1.7 CleanTEKMidt

CleanTEKMidt är ett utvecklings- och demonstrationsprogram i samband mellan Region Midtjyllands satsning på energi och miljöområdet. Programmet ska ge stöd till utveckling av nya produkter på energi-, miljö-, och klimatområdet. Detta ska ske i form av färdigutveckling, optimering och kommersialisering av teknik, både nationellt och internationellt. Programmet är en anpassad och vidareutvecklad version av EnergiTEKMidt, som är ett tidigare program där man uteslutande fokuserade på energirelaterade produkter. Tack vare dess framgång förlängdes programmet och fick därmed ett bredare fokus vilket innebär att fler gröna tekniker kan söka till programmet.

Programmet ska bidra till Vækstforums näringslivsstrategi där det ingår att skapa ekonomisk tillväxt i regionen och göra Region Midtjylland till en föregångsregion inom clean tech området. Detta innebär att stödet endast riktar sig till företag inom regioner.

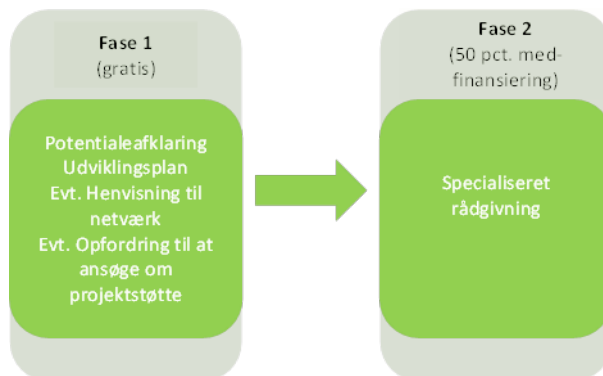
Fokus ligger på lösningar som kan klara en kommersialisering men som ännu inte finns på marknaden. Stödet riktar sig främst mot SMF men vid större demonstrationsprojekt kan större företag bli aktuella. Programmet fokuserar på en rad teknikområden (se Tabell 4.8).

Tabell 4.8 Teknikområden i fokus

Teknikområden i fokus
Förnyelsebara källor
Energieffektivisering
Energiomvandling, -lagring och -distribution
Resursförbrukning
Miljö och energi i produktens livscykel
Avloppsvattenhantering
Vattenförsörjning
Minskning och återvinning av avfall
Luftutsläpp
Buller
Anpassning till klimatförändringar
Sanering av föroreningar

Källa: <http://www.rm.dk/>

Företagen ges stöd via en gratis rådgivning kring dess potential, utarbetandet av en utvecklingsplan samt hänvisning till nätverk. Dessutom ges bidrag till specialiserad rådgivning som hjälper till att utveckla produkter och teknik för marknaden. Detta gäller även rådgivning i samband med demonstrationsprojekt såsom hjälp till att testning, mätning och dokumentation.



Figur 4.1 Projektfaser

Källa: CleanTEKMidt

Den första fasen är gratis för företagen och fungerar som en screeningprocess. Här rekommenderar man de företag, som inte bedöms uppfylla kraven för stöd, att inte skicka in ansökan om stöd till specialiserad rådgivning då detta innebär slöseri med tid för företagen. (se Figur 4.1).

Ekonomiska ramar

Programmets samlade budget är 20,5 miljoner danska kronor varav 11,7 miljoner kommer från Region Midtjylland och 8,75 miljoner kommer från EUs regionalfond. Det finns även skillnader i hur stor andel av projekten som ges stöd (se Tabell 4.9).

Tabell 4.9 Stödnivå till olika insatser

Aktivitet	Stödmöjligheter
Specialiserad rådgivning	Maximalt 50 procent och 300 000 danska kronor i form av avgift
Demonstrationsprojekt (konsult hjälp)	Maximalt 50 procent och 500 000 danska kronor (endast enskilda projekt upp 1 miljoner danska kronor)

Källa: <http://www.rm.dk/>

Effekt och utvärdering

Programmet pågår till slutet av 2014. När det gäller effekterna så syftar man även till att skapa indirekta effekter för företag utanför projektet. När programmet avslutas under senare delen av 2014 kommer 45 projekt ha ingått i initiativet.

Då CleanTEKMidt är involverat i hela ansökningsprocessen säkerställer det att projekten uppfyller de krav som angivits för att tilldelas stöd. Kravet om självfinansiering innebär även att man som företag måste vara motiverad att delta. Utvärderingen är ännu inte offentliggjord men bedöms vara positiv och inte minst när det gäller projekten. Däremot har demonstrationsprojekten visat sig vara svåra att komma igång med, men man förväntar sig att ett par demonstrationsprojekt ska genomföras under programmets löptid.

Demonstrationsprojekten syftar till att testa och pröva produkter under verkliga förhållanden. Detta involverar ofta en eller flera värdar för prövningen såväl som andra leverantörer av teknik samt konsulter och/eller forskningsinstitutioner. Operatören är ansvarig för att meddela om inrättandet av partnerskap för att kunna genomföra demonstrationsprojektet. Då det finns flera aktörer inblandade i projektet kan det ta längre tid att komma igång. En slutgiltig bedömning av ett demonstrationsprojekt har ännu inte gjorts.

4.1.8 Det Grønne Iværksætterhus

Ambitionen med det Grønne Iværksætterhus (entreprenörshuset) är att skapa en ledande utveckling och tillväxtmiljö för gröna entreprenörer i Danmark. De gröna ”entreprenörskapshusen” erbjuder fysiska anläggningarna såsom inkubation, tillgång till prototypverkstäder och test- och demonstrationsanläggningar på bland andra DTU Risø Campus samt möjlighet till rådgivning och kompetensutveckling, tillgång till kunskapscenter, mentorskap och samarbeten med redan etablerade framgångsrika företag.

Iværksætterhusets aktiviteter är i stor utsträckning relationsbaserade och syftar till att inspirera och stärka entreprenörer och företagares gröna affärsmodeller, så att dessa kan växa till hållbara och gröna kommersiella företag.

Det Grønne Iværksætterhus vill genom, tillgång till rådgivning, kompetensutveckling, fysiska anläggningar, verkstäder, events, finansiering och nätverk av mentorer, skapa Danmarks starkaste kompetenscenter inom grönt entreprenörskap. Ambitionen är att leverera skraddarsydda lösningar men man vänder sig till en bred publik av gröna

entreprenörer. Det finns alltså inte på förhand någon avgränsning förutom att projekten måste ha ett grönt fokus.

Iværksætterhuset drivs av ett konsortium som består av Scion DTU, Danmarks Tekniske Universitet, Væksthus Sjælland, Væksthus Hovedstadsregionen, Accelerace och Rethink Business. Trots denna regionala sammansättning har Iværksætterhuset ett nationellt syfte för de aktiviteter och insatser som förekommer i de regionala tillväxthusen (væksthusen).

Ekonomiska ramar

Iværksætterhuset etablerades 2013 och har beviljats anslag på 14,4 miljoner danska kronor för perioden 2015–2016 med årligt anslag på 5 miljoner danska kronor. Stödet kommer från Grøn Omstillingsfond.

På sikt är ambitionen, från husens sida, att stödet ska kunna fasas ut och att initiativet ska stå på egna ben. Detta kan ses som ett uttryck för att det finns en efterfrågan på aktiviteterna på marknaden.

Effekt och utvärdering

Då projektet fortfarande är nytt har man inte gjort någon särskild effektutvärdering. Men det finns omkring 60 entreprenörer anknutna till ett av husen varav 15 av dessa har kontor på samma adress. Iværksætterhuset bedömer att konceptet ser ut att få de gröna entreprenörerna på rätt väg mot marknaden.

4.1.9 Ny dansk exportstrategi

Den 15 maj presenterade den danska regeringen en ny exportstrategi, ”mer handel – fler jobb”. Strategin är inte medtagen i denna analys men kommer att beskrivas kort nedan.

Strategin utgår från att inte bara är utrikesministeriets utan även alla ministeriers ansvar att arbeta för att säkra framgången för danska företag på den globala marknaden. Inte minst på nya tillväxtmarknader såsom i Afrika men också på kända marknader som Tyskland, USA och Japan. Målet är att underlätta export, både för större och mindre företag.

Strategin vill skapa ett strategiskt sektoröverskridande samarbete mellan ministerierna och ett av dess initiativ är en utlysning om 15–20 tillväxtrådgivare till de mest lovande utvecklings- och tillväxtekonomierna.

Den nya planen rymmer 40 punkter där det utöver utlysning av tillväxtrådgivare också ska ingå ett ”högpotentialprogram” för att säkra danskt deltagande i internationella infrastrukturinvesteringar och ökad hjälp till export och marknadsundersökningar för mindre företag.

4.2 Sammanfattning

Genomgången av initiativen visar att de kompletterar varandra snarare än konkurrerar mot varandra. Danmark är ett relativt litet land vilket gör att det inte finns plats för flera konkurrerande initiativ. Detta är en av slutsatserna som framkom under intervjuerna, då man betonade att man endast genomför bedömning av effekten av enskilda initiativ och inte någon bedömning av initiativet gentemot övriga initiativ.

Gemensamt för initiativen är att de alla har en relativt kort tidshorisont med tilldelning av anslag som endast sträcker sig ett par år framåt. Detta kan bidra till en rad olika negativa

konsekvenser för utformningen av initiativet, att det skapar en osäkerhet för företagens budgetering och projektetablering.

En annan synpunkt som framkommit från respondenterna gäller storleken av de enskilda initiativen och programmen. Det anses vara svårt, om inte omöjligt, att bedöma den optimala ekonomiska ramen för företagsfrämjande. Det framgick särskilt att det finns en stor skillnad beroende på vilket initiativ det gäller.

Initiativ som stödjer utveckling och demonstration av fullskalig teknik kräver större ekonomiska ramar jämfört med initiativ för affärsmodeller och kunskapsspridning. I förhållande till de mer specifika initiativen verkar det som att framgång och storlek följer en normal fördelningskurva. Om de ekonomiska ramarna är för begränsade kommer inte effekten att vara mätbar. I dessa fall kan det då vara konstruktivt att öka anslagen. Dock kommer effekten att vara avtagande när anslagen överstiger en viss nivå. Det gäller således att de enskilda programmen stiger efter förverkligat det optimala förhållandet mellan storlek och effekt.

Respondenterna från de danska intervjuerna bedömer att de ovan nämnda programmen och initiativen har tillräckligt med finansiering. Respondenterna framhäver att det i dagsläget finns problem när det gäller att få medel avsatta för kvalificerade projekt. Samtidigt är man uppmärksamma på att projekten inte kan expandera i det oändliga utan att ha en avtagande effekt.

Det nämns även i intervjuerna att det är viktigt med flexibilitet i samband med genomförandet då det gör det möjligt för sekretariaten att regelbundet svara till marknadsutvecklingen.

När det gäller offentliga initiativ riktade mot internationalisering är det oftast den danska staten som pekar ut fokusländer och regioner. Detta kan dock ske efter dialog med företag och organisationer. Om ett danskt företag vill komma in på en särskilt marknad finns det möjlighet att få hjälp, men detta sker då utifrån allmänna villkor hos exempelvis det Danska Exportrådet och Exportkreditfonden. Fokus har länge tenderat att ligga på de nya tillväxtmarknaderna (BRIC och Next11). Detta har på senare tid däremot övergått till en återfokusering på de närmare volymmarknaderna (Tyskland, UK, Sverige med flera).

5 Metod

Totalt har 14 intervjuer genomförts, 9 i Tyskland och 5 i Danmark. Samtalen omfattar totalt 14 olika initiativ. Utöver detta har två intervjuer gjorts med relevanta ministerier.

Intervjuerna genomfördes med en semi-strukturerad intervjuguide. Intervjuguiden är dock anpassad så att man under intervjun kan få information om konkreta initiativ och därmed hoppa över frågor som anses vara irrelevanta. Intervjuerna har genomförts av en konsult/analytiker från Damvad.

Personliga intervjuer har genomförts i största möjliga utsträckning men det har även varit nödvändigt att hålla telefonintervjuer för att kunna säkerställa en omfattande analys. Uppföljningsintervjuer har gjorts via telefon vid behov.

6 Lista över respondenter

FIGUR 6.1
Initiativ och intervjupersoner

Namn	Titel/funktion	Organisation
Tyskland		
BMW, Dept. Innovation and ICT	Mr. Jörg Kleuver	Projektansvarig, BMWi
BMBF	Mr. Hans-Peter Hiepe	Departementschef. 114
Go-effizient (BMW-Innovationsgutscheine)	Herr Dr.-Ing. Matthias Künzel	Vice ansvarig Deutsche Materialeffizienzagentur (demea)) och ansvarig cluster service innovation program
Go-cluster (BMW-Innovationsgutscheine)	Herr Dr.-Ing. Matthias Künzel	Vice ansvarig Deutsche Materialeffizienzagentur (demea)) och ansvarig cluster service innovation program
KMU-innovativ: Ressourcen- und Energieeffizienz (Projektträger Jülich)	Tilo Rauchhaus	Ansvarig
Umweltinnovationsprogramm (KfW)*	Matthias von Zedlitz	Projektledare
Mittelstandsinitiative Energiewende	Philipp Andree Stefan Kohlwes	Projekt ledare och referensperson för module Roadshow Projektledare och projektreferens för anwenderculb Netzwerke, Hemmnis- und umsetzungsanalyse
Go international (Bayern)*	Maja Juracic	Projektledare
Servicestelle Umwelttechnologieexport- und CDM Vorhaben*	Ulrich Nicklas	
Umweltcluster Bayern*	Dr.Franz Kerler	
Cluster Umwelttechnologien. NRW*	Dr. Heinrich Herbst	Clustermanager
Danmark		
Grønne forretningsmodeller	Dorte Vigsø	Teamledare
Markedsmodningsfonden	Peter Dyhr Andreassen	Teamledare
Grøn omstillingsfond	Dorte Vigsø	Teamledare
Det grønne Iværksætterhus	Henrik Poulsen	Sekretariatschef
CleanTEK midt*	Henrik Pedersen	Chefkonsult
MUDP	Mariane Hounum	MUDP sekretariat

Note: markeratt med * : telefonintervju

Bilaga 1 Förteckning över initiativ

Namn	KMU-Innovativ (SMF Innovativ) Resurs- och Energieffektivitet
Syfte	<ul style="list-style-type: none"> • Stöd till industriell forskning och marknadsutvecklande projekt med syfte att stärka den innovativa förmågan hos SMF:s. • SMF:s uppmuntras öka investeringar i FoU. • Realisering av projekt som inte vore möjligt utan finansiering.
Finansiering	<p>Upp till 50 % medfinansiering för SMF:s (obligatoriskt med minst 50 % egenfinansiering) och upp till 100 % finansiering till universitet och forskningsinstitutioner.</p> <p>Maxfinansiering beroende på projektets storlek/kostnad och kapaciteten hos SMF. (omkostnadskatalog finns)</p>
Ägare av initiativ	BMBF – Tyska federala ministeriet för utbildning och forskning
Fokusområde och storlek	<p>Fokus:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hållbarhet och klimatskydd i industrin och ekonomin - Utökad användande av biogena material - Energieffektiva produktionsmaskiner och faciliteter (inkl. komponenter) - Hållbar vattenvård <p>Storlek: perioden 2007 – 2011</p> <ul style="list-style-type: none"> - 372 projektansökningar (genomsnitt 53/ansökningsomgång) - 41 % accepterade ansökningar per omgång - 13,5 miljoner (EURO) - 8,4 miljoner (EURO) till SMF (totalt 64 SMF:s)
Set-up	<p>Projektet genomförs av en extern agent, Projektträger Jülich, (PtJ) följt av:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2-stepsprocedur - Utvärdering 2 ggr/år - Stöd och rådgivning under ansökningsprocessen
Stöd till Cluster-utveckling	SMF:s kan ansöka om finansiering för "nätverksprojekt" som beskriver samarbete mellan SMF:s och/eller forskningsinstitut. Trots detta är stöd för Clusterutveckling inte huvudsyftet med initiativet.

Namn	BMW-Innovationsgutscheine: "Go-Efficient" (Innovationskuponger)
Syfte	<ul style="list-style-type: none"> - Öka företags medvetenhet om resurseffektivitet - motivera företag att inkorporera resurseffektivitet - främja identifiering av potentiella resursbesparingar - främja återvinningsaktiviteter
Finansiering	50 % av utgifterna för extern rådgivning täcks Maximala summor för finansiering är: € 17,000 för analysen av potentialer € 80,000 för mer djupgående extern rådgivning
Ägare av initiativ	BMW – Tyska federala ministeriet för ekonomi och energi
Fokusområde	Fokusområden: <ul style="list-style-type: none"> - resurseffektivitet - återvinningsaktiviteter - SMF:s
Set-up	<ul style="list-style-type: none"> - initiativet genomförs av Tyska Materialeffektivitetsorganet (demea)
Namn	Go-cluster
Syfte	<ul style="list-style-type: none"> - utvecklar tyska clusters till mycket effektiva internationella clusters. - regelbundna analyser av trender i internationell clusterpolicy för att kunna göra rekommendationer för nödvändig utveckling inom tysk clusterpolicy. - partiellt (finansiellt) stöd till utveckling och implementering av nya clusterservices.
Finansiering	
Ägare av initiativ	BMW – Tyska federala ministeriet för ekonomi och energi
Fokusområde	Cluster utveckling
Set-up	Selektivt medlemskap – fokus på framgångsrika och effektiva cluster
Stöd till Cluster-utveckling	Stöder även framgångsrika tyska cluster för att öka internationalitet
Namn	Go-Cluster (Finansiellt stödprogram)
Syfte	<ul style="list-style-type: none"> - utveckling och implementation av nya clusterservices - Öka innovationsförmågan och konkurrenskraften för SMF:s. - Möjliggöra för företag att delta i utvecklandet av, finansiellt sett, hög-risk projekt
Finansiering	<ul style="list-style-type: none"> - upp till € 25.000 per projekt - maximalt täcks 50 % av kostnaderna
Ägare av initiativ	BMW – Tyska federala ministeriet för ekonomi och energi
Fokusområde	Nya clusterservices
Set-up	<ul style="list-style-type: none"> - 2-stepsprocedur för ansökan (tanken bakom är konkurrens och formell ansökan) - tidsram för projektet maximalt 6 månader - lösningar finns tillgängliga för samtliga clustermedlemmar som exempel på god praxis
Stöd till Cluster-utveckling	Öka effektivitet och inverkan av cluster, förbättring av clustersystem (=mål)

Namn	Umweltinnovationsprogramm (UIP) (Miljöinnovationsprogram)
Syfte	<ul style="list-style-type: none"> - Implementering av ny teknologi som reducerar ekonomiska aktiviteter miljöpåverkan. - SMF:s prioriteras med målet att öka innovation inom SMF:s - Uppmuntran till innovativa och storskalade pilotprojekt med multiplikationseffekter.
Finansiering	<p>Antingen direkt finansiellt stöd (upp till 30 % av projektkostnaderna) eller en sänkning av låneräntan hos KfW Bankengruppe (lånet kan täcka upp till 70 % av projektkostnaderna)</p> <p>Det maximala stödet beror på projektet samt BMUB:s budget.</p> <p>Storlek: Från 1999 till 2008¹:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 136 framgångsrika projektansökningar - mellan 7 till 15 projekt per år - € 90 miljoner i totalt stöd - mer än 50% av alla projekt mottar stöd under € 500,000 - Andel SMF:s 52 %, och en ökande trend
Ägare av initiativ	BMUB – Tyska federala ministeriet för miljö, naturskydd, konstruktion och kärnteknisk säkerhet, i samband med KfW
Fokusområde	<p>Fokus områden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - resurseffektivitet - rengöring av avloppsvatten - avfallsminskning - markskydd - luftskydd - bullerminskning - klimatskydd - miljövänlig energiförsörjning och distribution
Set-up	<ul style="list-style-type: none"> - Den sökande specificerar den typ av stöd som denne föredrar. - Ansökningarna skickas till KfW - The Umweltbundesamt (Federala miljöorganet) sköter den tekniska utvärderingen av ansökningarna - KfW utvärderar den del av ansökningarna som berör administration och finansiering - Slutligt beslut fattas av BMUB.

¹ http://www.umweltinnovationsprogramm.de/sites/default/files/benutzer/9/dokumente/100506_evaluip_workshop_kfw_fuer_bmu.pdf

Namn	Mittelstandsinitiative Energiewende (SMF-initiativet Energiomställning)
Syfte	<ul style="list-style-type: none"> - stöd till främst SMF:s för att hantera de krav som är förenade med en Energiomställning - stöd till tyska SMF:s för att kunna implementera energieffektiva åtgärder och minska energikonsumtionen
Finansiering	Projektet finansieras av det Nationella Klimatinitiativet
Ägare av initiativ	<p>Ett gemensamt projekt mellan Tyska Industri- och Handelskammaren (DIHK), Centrala sammanslutningen för tyska hantverksindustrin (ZDH), Tyska federala ministeriet för ekonomi och energi (BMWi) samt Tyska federala ministeriet för miljö, naturskydd, konstruktion och kärnteknisk säkerhet (BMUB).</p> <p>Projektet finansieras av det Nationella Klimatinitiativet</p>
Fokusområde	<p>Fokus</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMF:s - Energieffektivitet - Energisparande
Set-up	<p>Stödåtgärder:</p> <ul style="list-style-type: none"> - servicepunkt för företag (service via telefon eller e-mail) - information avseende finansiella stödprogram - tillhandahållande av lokala kontaktpartners - internethemsida som fungerar som en central plattform (samlar information) - analyserar olika företagsnätverk och utvecklar praxis - exempel på god praxis

Namn	Umweltcluster Bayern (Miljöteknologiskt kluster Bayern)
Syfte	Främjande av innovation och internationalisering av den miljöteknologiska industrin
Finansiering	Ej upplyst
Ägare av initiativ	"Miljöteknologiskt kluster Bayern" är den registrerade föreningen "Trägerverein Umwelttechnologie-Cluster Bayern e.V.", och grundades av samtliga Industri- och Handelskammare i Bayern, Hantverkskammaren i München och Oberbayern samt i Niederbayern-Oberpfalz.
Fokusområde	Fokus: <ul style="list-style-type: none"> - Avfallshantering - Alternativ energiproduktion - Kontrollåtgärder för luftföroreningar - Resurseffektivitet och massflödesledning - Behandling av vatten och avloppsvatten Storlek: <ul style="list-style-type: none"> - ca. 110 medlemsföretag - ca. 70 stödmedlemmar (inklusive forskningsinstitut) - partners (inklusive ministerium i Bayern och SP Sveriges Tekniska Forskningsinstitut) - länkar till olika miljöorganisationer
Set-up	- 5 kontor i Bayern - huvudkontor i Augsburg - företagsmedlemskap - även stödmedlemmar och partners - Administrativa organ inom klustret är: den verkställande kommittén talesmannen för klustret klustrets ledningsgrupp generalförsamlingen den rådgivande kommittén bestående av representanter från näringsliv, akademi, politik samt administration
Stöd till Cluster-utveckling	Det huvudsakliga målet bakom initiativet är att öka/förbättra utvecklingen av kluster

Namn	Go International (Bayern)
Syfte	- assistera SMF:s, som inte har bedrivit export till ett specifikt land, till att öppna upp denna marknad för deras produkt - stöd genom expertis från en coach (nödvändiga steg för internationalisering) samt finansiellt stöd
Finansiering	- 2013: € 460,000 total (finansiering samt kostnader för coaching) - genomsnitt är € 3,000 per företag men det varierar mellan € 100 och 10,000. - upp till 25 % av kostnaderna finansieras (maximalt belopp € 10,000 per år)
Ägare av initiativ	Bayerns ministerium för ekonomiska frågor, drivs i samband med Centrat för utrikeshandel (AWZ) med assistans från Industri- och Handelskamrar.
Fokusområde	Fokus: - fokus är inte på en specifik sektor – projekten är väldigt varierande - SMF:s - låg erfarenhet inom export - initiativtagaren har ingen preferens vad gäller målgrupp utan detta avgörs av deltagarna. Storlek: - ca 200 förfrågningar per år, ca 50-55 % blir aktiva efter coaching - antal förfrågningar ökar
Set-up	3-stegskoncept 1. Utvärdering av företagets "internationaliseringsförmåga" 2. Internationaliseringsplan 3. Finansiering för realiserade aktiviteter från planen - låg byråkrati (företagen skickar enbart in fakturorna) - företagen kan medverka i programmet under 4 år, med maximalt 2 länder som mål för export
Effekter på miljö/näringsliv	- positiv feedback - Bayerska exportpriser vinnas ofta av företag som började exportera genom detta program

Namn	Servicestelle Umwelttechnologieexport- und CDM-Vorhaben (Servicecenter för miljöteknologiexport och CDM-projekt)
Syfte	Assistera företag med information och lösa problem på utländska marknader, inom miljöteknikområdet
Finansiering	Ej angivet
Ägare av initiativ	BMUB - Tyska federala ministeriet för miljö, naturskydd, konstruktion och kärnteknisk säkerhet
Fokusområde	Inga specifika marknader, utan snarare de där företagen redan är verksamma
Set-up	Företag kan kontakta Servicecenter med deras enskilda fall men enbart om de har provat andra möjligheter på egen hand. Om fallet anses vara tillräckligt allvarligt så använder Servicecenter sig av sitt politiska nätverk och kontakter, där deras egna nätverk inte är tillräckliga använder de sig av tyska ambassader i respektive land.

DANMARK

Namn	Markedsmodningsfonden (Marknadsmodningsfonden)
Syfte	Fonden syftar till att främja tillväxt, sysselsättning och export, i synnerhet i SMF:s inom områden där Danmark har komparativa fördelar och potential. Det kan exempelvis beröra grön övergång, hälso- och välfärdslösningar, design och andra kreativa näringar mm.
Finansiering	135 miljoner DKK under perioden 2013-2015
Ägare av initiativ	Erhvervsstyrelsen (Danska Näringsmyndigheten)
Fokusområde	SMF Danska styrk positioner
Set-up	Fonden ska hjälpa danska företag att överkomma de barriärer som de upplever finns i marknadsmodningsfasen genom exempelvis medfinansiering av anpassning av företagets innovativa prototyper hos potentiella kunder eller genom garantier som ger köparen av en ny innovativ produkt trygghet

Namn	Miljöteknologisk Udviklings- og Demonstrationsprogram (MUDP) (Miljöteknologiska Utvecklings- og Demonstrationsprogram) (Under 2013 började systemet kallas för Program för Grön Teknologi)
Syfte	Syftet är att assistera danska företag med utveckling av nya miljöteknologiska lösningar, som förutom att kunna leverera bättre och billigare miljölösningar, även har potential till att bidra till ökad export och fler gröna industrijobb i Danmark
Finansiering	70 miljoner DKK (2014 års runda) – ändras hvert år
Ägare av initiativ	Miljøministeriet (Miljøstyrelsen og Naturstyrelsen) (Miljödepartementet med Miljøstyrelsen och Naturvårdsverket)
Fokusområde	Fokus (2014): <ul style="list-style-type: none"> - Vatten - Klimatanpassning - Omloppsekonomi och effektiv avfallsåtervinning - Renare luft - Bullerminskning - Färre problematiska kemikalier - Modernisering av industrins miljöinsats - Ekologiskt byggande <p>Ansökningar till projektgenomförande i båda Danmark och utomlands (fokus på bl.a. Ryssland, Indien och Kina) kan ske inom samtliga fokusområden</p>
Set-up	En ansökningsomgång per år där man erbjuder grundlig vägledning i utformandet av ansökan.

Namn	Grøn Omstillingsfond (Grøn Omställningsfond)
Syfte	Syftet med Grøn Omställningsfond är att stötta en ökad resurseffektivitet, fler miljövänliga lösningar och att skapa nya gröna arbetsplatser som syftar till att förbereda danska företag på framtida resursknapp ekonomi. Fonden bidrar till att danska företag kan leverera resurseffektiva gröna lösningar och skapa nya gröna arbetsplatser vilket gagnar produktivitet och konkurrenskraft i Danmark.
Finansiering	2013: 40 miljoner kronor DKK Sammanlagt över 2014-2016: 88 miljoner kronor DKK Under 2014 har fonden tagit emot 38 ansökningar med ett ansökt belopp på 66,4 milj. DKK.
Ägare av initiativ	Erhvervsstyrelsen (Danska Näringsmyndigheten)
Fokusområde	Fonden riktar sig mot företag, organisationer och föreningar som önskar söka stöd till projekt inom följande område: <ul style="list-style-type: none"> • Utveckling av nya affärsmodeller • Produktinnovation och re-design av företagets produkter • Främjande av hållbara material i produktdesign • Hållbar omställning inom mode- och textilbranschen • En minskning av matavfall
Set-up	Ansökningar tas emot en gång per år. Ansökningarna bedöms av en rådgivande kommitté som lämnar en rekommendation till Erhvervsstyrelsen som i sin tur tilldelar projekten bidrag.

Namn	Grønne forretningsmodeller (Gröna affärsmodeller)
Syfte	Programmet ska främja utvecklingen av nya gröna affärsmodeller i danska företag, som skapar tillväxt och sysselsättning i företagen och samtidigt minskar deras resursanvändning och miljömässig påverkan
Finansiering	2013: 15 miljoner DKK Grön omställningsfond stöttar företag i första fasen av acceleratorprogrammet med upp till 250,000 DKK för att utveckla deras övergripande affärsmodell. Regionerna och regionkommunen stöttar i den första fasen med upp till 1 milj DKK.
Ägare av initiativ	Erhvervsstyrelsen (Danska Näringsmyndigheten)
Fokusområde	Alla typer av gröna affärsmodeller och grön tillpassning
Set-up	<ul style="list-style-type: none"> • Fas 1: I denna fas kan företaget få stöd vid utvecklandet av en övergripande affärsmodell som beskriver idé och framtida intäkter samt ett genomräknat business case för den gröna affärsmodellen • Fas 2: Företaget får stöd för att testa och exekvera modellen inom verksamheten

Namn	CleanTEKmidt
Syfte	Syftet med programmet är att stötta utvecklingen av nya produkter inom energi, miljö och klimat, som kan marknadsföras på den snabbt växande globala marknaden. Programmet ska därmed medverka till näringslivsmässig tillväxt i Region Mellanjylland.
Finansiering	Programmet genomförs under perioden mid-2011 till slutet av 2013 och stötts av Region Mellanjylland med 11,75 miljoner DKK och EU:s Regionalfond med 8,75 miljoner DKK.
Ägare av initiativ	Region Midtjylland (Region Mellanjylland)
Fokusområde	<p>Programmet omfattar följande teknologiområden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Förnybar energi • Energieffektivisering • Energikonvertering, lagring och distribution • Resursförbrukning • Miljö och energi i produktens livscykel • Avloppshantering • Vattenförsörjning • Minskning och återvinning av avfall • Luftföroreningar • Buller • Åtgärder mot föroreningar • Klimatanpassning
Set-up	Konsulter från Växthus Mellanjylland bidrar med gratis assistans vid förtydligande av potentialer, utarbetandet av en utvecklingsplan samt hänvisar till företagsnätverk. Specialiserad rådgivning ges med maximalt 50 % upp till 300.000 DKK i form av avgifter. Vid större demonstrationsprojekt med ett nätverk av företag, kunskapsinstitutioner m.fl. involverade kan det finansiella stödet ligga på upp till 1 miljon DKK per projekt.

Namn	Det Grønne Iværksætterhus (Det Gröna Entreprenörskapet)
Syfte	Det Gröna Entreprenörskapets ambition är att skapa en ledande utvecklings- och tillväxtmiljö för gröna entreprenörer i Danmark.
Finansiering	Etablerades 2013 med 14,4 miljoner DKK För 2015-2016 har det avsatts ett årligt belopp på 5 miljoner DKK
Ägare av initiativ	Initiativet drivs av ett konsortium som består av Scion DTU, Danmarks Tekniske Universitet, Væksthus Sjælland, Væksthus Hovedstadsregionen, Accelerace och Rethink Business. Marknasmognadsfonden är en av bidragsgivarna.
Fokusområde	Det Gröna Entreprenörskapet vänder sig till en bred grupp av gröna entreprenörer och begränsas endast av att det ska vara grönt fokus i projekten.
Set-up	Det Gröna Entreprenörskapet erbjuder fysiska faciliteter såsom inkubationsverksamheter, tillgång till prototypverkstäder och test- och demonstrationsfaciliteter på bl.a. DTU Risø Campus, möjlighet till rådgivning och kompetensutveckling, tillgång till kunskapsresurser, mentorer och samarbeten med etablerade och framgångsrika företag

Bilaga 2 Intervjuguide

Syftet

Syftet är att få klarhet i hur de enskilda insatserna har fungerat, inklusive vad det har funnits för utmaningar och styrkor med de enskilda systemen. Ytterligare önskas få klarlagt vad som ligger till grund för de prioriteringar inom de miljöteknikinsatser som har utförts. Dessutom kommer det ges insikt i erfarenheterna och tillfredsställelsen av stödsystemen.

De ingående betraktelser och insikter från nyckelpersoner och centrala aktörer används till att fördjupa och kvalificera desk researchen.

Intervjuerna genomförs som semistrukturerade intervjuer. Intervjuguiden säkrar att det blir möjligt att jämföra de utförda intervjuerna sinsemellan, men det är samtidigt också möjligt för intervjun att ta utgångspunkt i förloppet av samtalen med den enskilda respondenten. Det er således enbart ett utsnitt av vad intervjuerna kan tänkas innehålla.

Intervjuperson (organisation, namn, titel, arbetsområde, kontaktuppgifter m.m.):
Sammanfattning (ca 5 rader om huvudpunkterna):

1.1 Insatsens karakteristika - bakgrund

1. Vad är bakgrunden till initiativet?
2. Är initiativet en del av en större strategisk plan?
3. Vad är budgetramen? Var kommer finansieringen ifrån?
4. Finns det ett krav om medfinansiering från ansökarna?
5. Hur länge har det varit igång?
6. Har ni fler initiativ inom samma område?(teknologi/fokus)
7. Har ni haft erfarenhet med andra, liknande initiativ? –Var de mer eller mindre framgångsrika än detta? –Eller har de ett annat fokus?
8. Fokuserar ni på några särskilda strategiska marknader (länder, branscher) när det gäller internationaliseringsinsatser för miljöteknikföretag? (vilka?, varför?)

1.2 Värdering av initiativ

9. Vad karakteriserar den typiske ansökaren till initiativet?
10. Vad karakteriserar det typiska projektet?
11. Vad är din uppfattning om initiativets framgång? Varför?
12. Vilken påverkan har finansieringens storlek/andel på initiativets framgång/ icke-framgång?
13. Tror du att storleken av initiativet påverkar om det blir en framgång?
14. Är initiativet utvärderat? (och finns utvärderingen att få tillgång till?)
15. Vad var de viktigaste slutsatserna? –blev målen och framgångskriterierna ändrade på vägen?

1.3 Särskilt fokus

16. Finns det ett specifikt fokus för initiativet?
17. Skulle det vara önskvärt att främja ett särskilt område/teknologi?
18. Skulle det vara önskvärt att öka stödet till en särskild slags verksamhet?

1.4 Värde av initiativet

19. Vad tror du är värdet av initiativet för fokusområdet?
20. Vilka aktörer skapar initiativet värde för?
21. Skapas värde för andra än de som är direkt involverade? –Delas best practice med andra verksamheter? Uppmuntras dessa att ta del av dem?

1.5 Avslutande kommentarer

22. Är det något viktigt i fråga om initiativet som du gärna vill framföra eller som du inte tycker vi har behandlat?
23. Finns det några andra initiativ som du vill nämna och som du tror är av intresse för oss?
24. Något annat?

Tillväxtanalys, myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, är en gränsöverskridande organisation med 60 anställda. Huvudkontoret ligger i Östersund och vi har verksamhet i Stockholm, Brasilia, New Delhi, Peking, Tokyo och Washington D.C.

Tillväxtanalys ansvarar för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser och därigenom medverkar vi till:

- stärkt svensk konkurrenskraft och skapande av förutsättningar för fler jobb i fler och växande företag
- utvecklingskraft i alla delar av landet med stärkt lokal och regional konkurrenskraft, hållbar tillväxt och hållbar regional utveckling

Utgångspunkten är att forma en politik där tillväxt och hållbar utveckling går hand i hand. Huvuduppdraget preciseras i instruktionen och i regleringsbrevet. Där framgår bland annat att myndigheten ska:

- arbeta med omvärldsbevakning och policyspaning och sprida kunskap om trender och tillväxtpolitik
- genomföra analyser och utvärderingar som bidrar till att riva tillväxthinder
- göra systemutvärderingar som underlättar prioritering och effektivisering av tillväxtpolitikens inriktning och utformning
- svara för produktion, utveckling och spridning av officiell statistik, fakta från databaser och tillgänglighetsanalyser

Om PM-serien: Exempel på publikationer i serien är metodresonemang, delrapporter och underlagsrapporter.

Övriga serier:

Rapportserien – Tillväxtanalys huvudsakliga kanal för publikationer.

Statistikserien – löpande statistikproduktion.

Svar Direkt – uppdrag som ska redovisas med kort varsel.