



**Deloitte.**



**advice/**



**INDUSTRIENS  
FOND** FREMMER DANSK  
KONKURRENCEEVNE  
The Danish Industry Foundation

# Programanalyse 2020

## SDG Business Booster

Business Booster spor: **SDG Growth Path**

# Analysens formål og baggrund



Erhvervshus Hovedstaden gennemfører selvstændigt analyser og effektmålinger for at undersøge udbytte og effekt af Erhvervshusets udviklingsprogrammer, og sikre løbende læring og erfaring til programudviklingen.

Formålet med denne analyse er at undersøge virksomhedernes udbytte af SDG Business Booster, og blandt andet at afdække værdien af programmets fokus på Verdensmålene (jf. figuren til højre).

Analysen hviler på en online spørgeskemaundersøgelse med deltagere i det spor i SDG Business Booster som hedder "SDG Growth Path", og som har deltaget i programmet på forskellige tidspunkter i løbet af 2020.

Ni virksomheder var målet for antal deltagere og ni har således gennemført Growth Path-sporet i projektet. Alle ni har svaret denne spørgeskemaundersøgelse, hvilket giver en flot svarprocent på 100%.



# Tydeligt udbytte af programmet for virksomhederne



Deltagerne i programmet udtrykker at have opnået et stærkt udbytte ved deres deltagelse i SDG Business Booster – SDG Lab.

Et udbytte som gavner virksomhederne i flere aspekter.

Det er vigtigt, at erhvervsfremmeindsatsen bidrager med udvikling, strategi og forbedret innovation i virksomhederne.

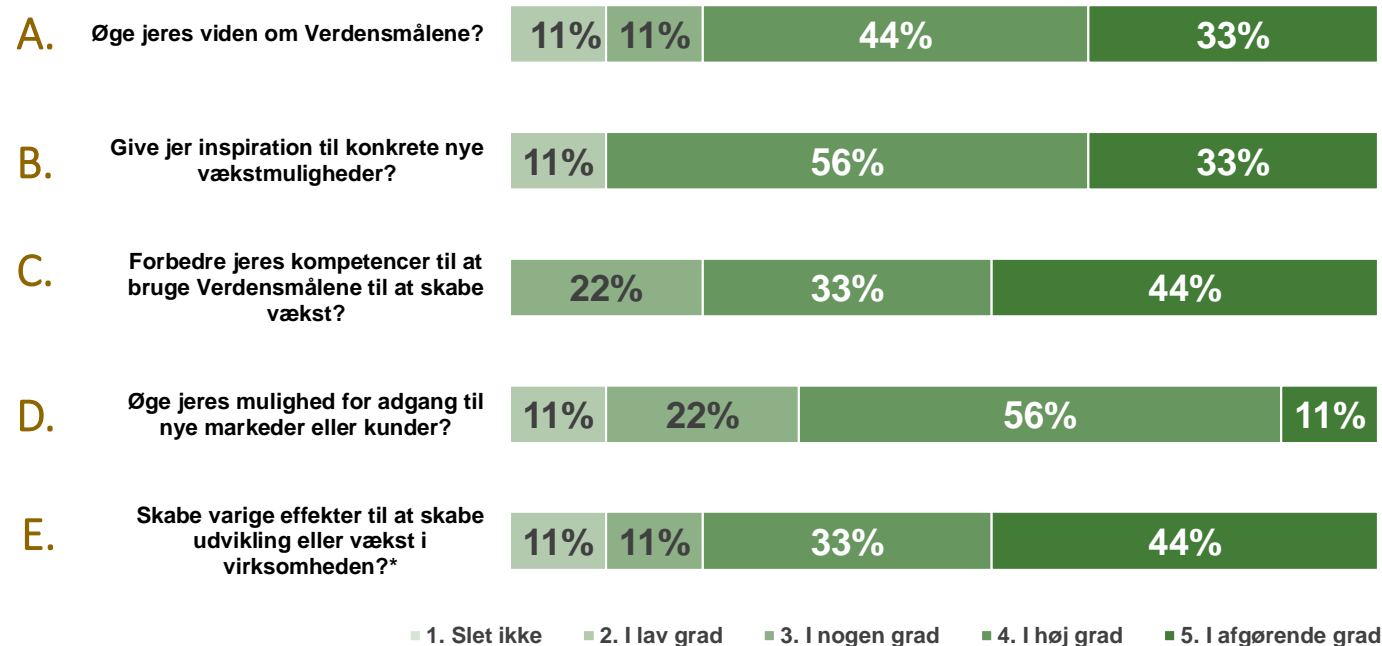
Således er deres udbytte i nogen, høj eller i afgørende grad på:

- A. Øget viden om Verdensmålene: **89%**
- B. Inspiration til nye vækstmuligheder: **89%**
- C. Forberede kompetencer: **100%**
- D. Øget mulighed for nye markeder: **89%**
- E. Varige effekter: **89%**

Målsætning for programmet er på mål C 90% hhv. 85% på mål D og E. Programmet har dermed nået disse mål.

## UDBYTTE AF SDG BUSINESS BOOSTER

*I hvilken grad har deltagelsen bidraget til...*



Antal svar: 9

\* Denne er formuleret som "fremtid" i hvilken grad man forventer varige effekt fremover.

# SDG bidrager til virksomhedernes kommende vækst



Virksomhederne angiver, at deltagelsen i SDG Business Booster – SDG Growth Path i nogen henholdsvis høj grad har effekt på deres fremtidige vækst på et eller flere nøgletal (antal ansatte, omsætning og eller eksport).

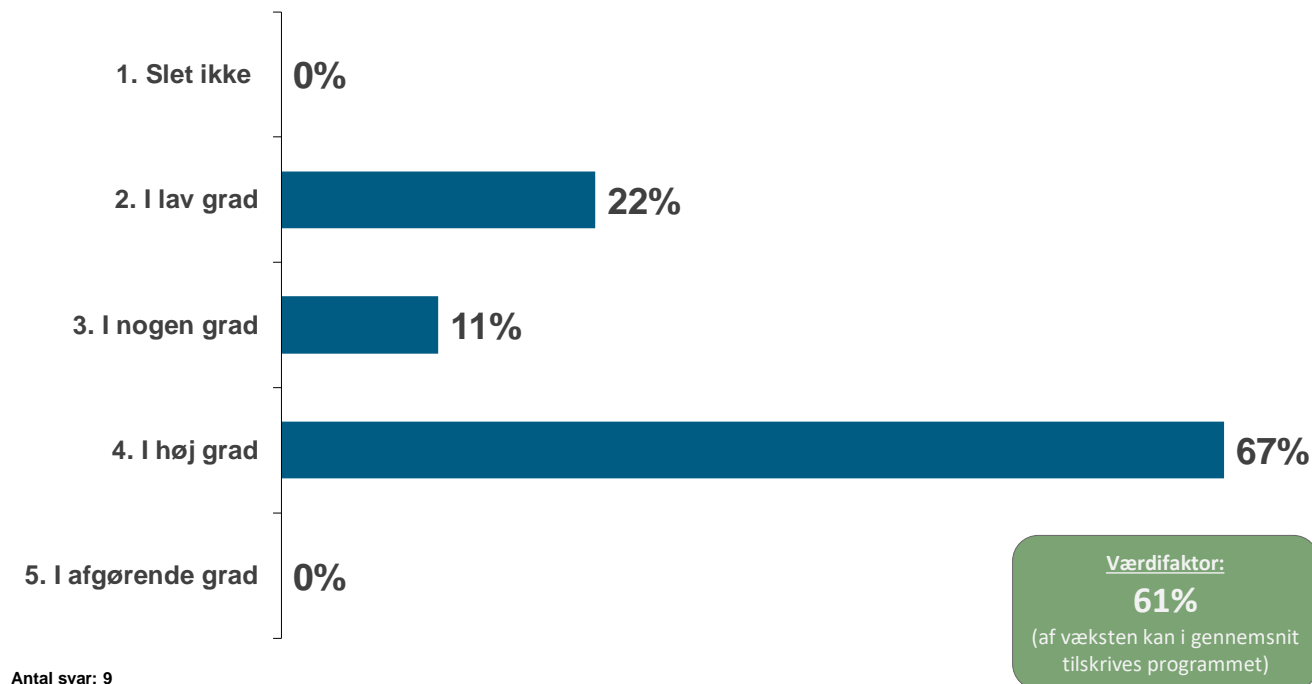
Det drejer sig om **8 ud af 10 (78%)**.

Virksomhederne angiver videre, at dele af deres kommende vækst kan tilskrives deres deltagelse i SDG Business Booster – SDG Lab . Den andel er 61%.

Andelen kaldes i analysen for en værdifaktor og er den "rensede" (isolerede) andel, programmet kan tilskrives virksomhedernes kommende vækst for.

## VÆRDIFAKTOR

*I hvilken grad forventer du, at jeres virksomheds deltagelse i SDG Business Booster - Growth Path, samlet set, vil kunne tilskrives virksomhedens kommende vækst de næste tre år?*



# SDG bidrager til virksomhedernes kommende vækst



Virksomhederne har angivet deres forventninger til vækst samlet set for de kommende år<sup>1</sup>. De fleste virksomheder angiver positive forventninger, som totalt set i gennemsnit er stigninger på:

- Omsætning: 124%
- Antal ansatte: 91%
- Eksportandel: 87%

Vækstforventningerne er efterfølgende rensat og justeret ned til den andel virksomhederne vurderer kan tilskrives programmet (jf. værdifaktoren forrige side).

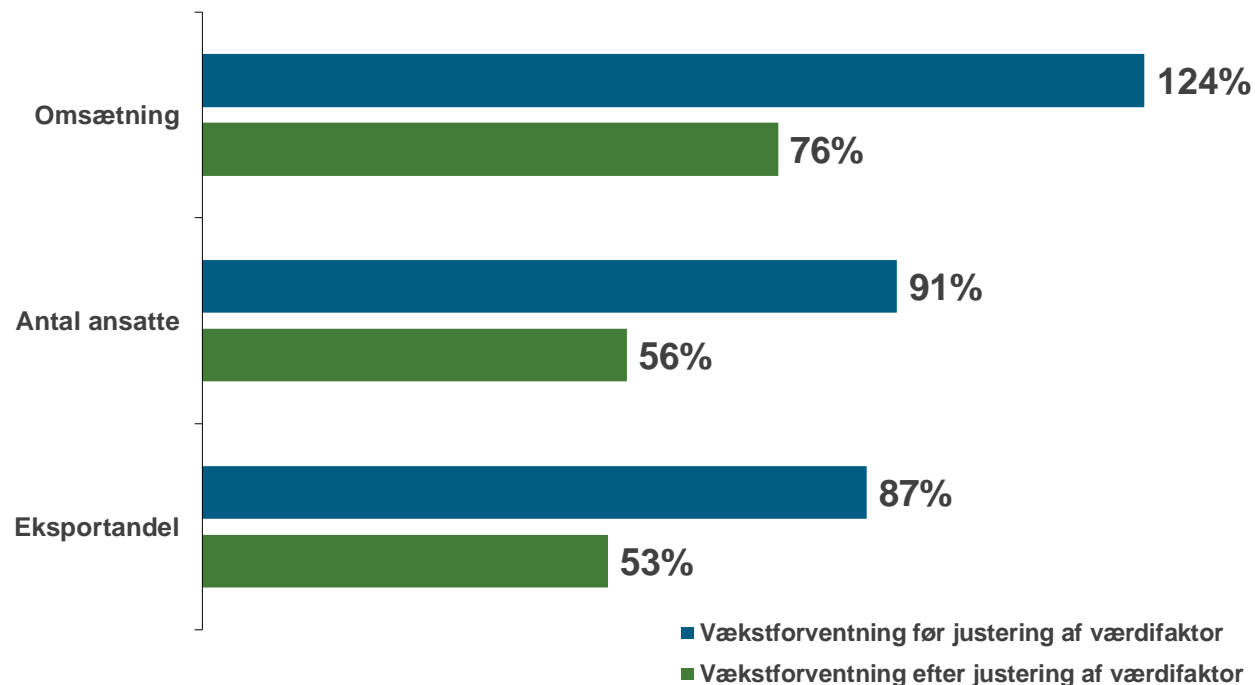
Det giver en mindre, men mere valid registrering af virksomhedernes vækstforventninger baseret på programmets bidrag:

- Omsætning: 76%
- Antal ansatte: 56%
- Eksportandel: 53%

<sup>1</sup> Udover nedjustering (værdifaktoren), så renses data også for outliers på vækstforventningerne (to deltagere med 'ekstreme' forventninger er fjernet i de viste resultater).

## VÆKSTFORVENTNINGER

Som markedssituationen og udviklingen er i dag i jeres virksomhed, hvilken vækst forventer du så i alt i virksomheden inden for de næste tre år på følgende områder (i pct.)?



Antal svar: 9


# Effektprognose viser tydelige forventninger til vækst



Effektprognosen er en beregning af virksomhedernes **forventede fremtidig effekt** ved at have deltaget i SDG Business Booster – SDG Growth Path tre år efter hver deltager har afsluttet i forløbet.

Den er baseret på deltagernes egne bedste vurdering på deres forventning til effekten (jf. side 5), som – sammenholdt med deres realiserede nøgletal da de startede i forløbet – viser den *mervækst* virksomhederne forventer at opnå udelukkende ved at have deltaget i programmet.

Virksomhederne forventer derudover en vækst, som ikke direkte har noget med SDG Business Booster – SDG Growth Path at gøre. Effektprognosen er derfor renset for den andel som ligger udover og prognosen viser således alene den isolerede mervækst programmet forventer at bidrage med<sup>1</sup>.

<b>Effektprognose</b> SDG Business Booster – SDG Growth Path	 <b>Meromsætning</b>	 <b>Merekspor</b> (andel af omsætning)
Mål for virksomhedernes effekt efter tre år pr. gennemført virksomhed i SDG Growth Path.	<b>5 mio. kr.</b>	<b>2,5 mio. kr.</b>
Virksomhedernes egne forventninger til deres gennemsnitlige mervækst samlet set for en treårig periode. <b>Opgjort pr. virksomhed.</b>	<b>17,7 mio. kr.</b>	<b>5,6 mio. kr.</b>

<sup>1</sup> Effektprognosen er konservativt beregnet og justeret ned i flere beregningsfaser. Først er **outliers** fjernet (deltagere med nøgletal eller vækstforventninger, der er 'ekstreme' er fjernet ved statistisk beregning for at undgå forvrængning). Dernæst er den **procentandel** virksomhederne selv vurderer de alligevel ville have vækset fratrukket (selektionsbias). Tallene er til sidst 'trukket ned' til det nederste spænd i det **statistiske usikkerhedsniveau**. Beregningen er foretaget ved spørgeskemasvar fra 9 deltagere i slutmålingen. Merekspor er kun opregnet til 8 virksomheder, da en enkelt ikke forventer nogen vækst i eksporten.

# Høj tilfredshed med indholdet i programmet



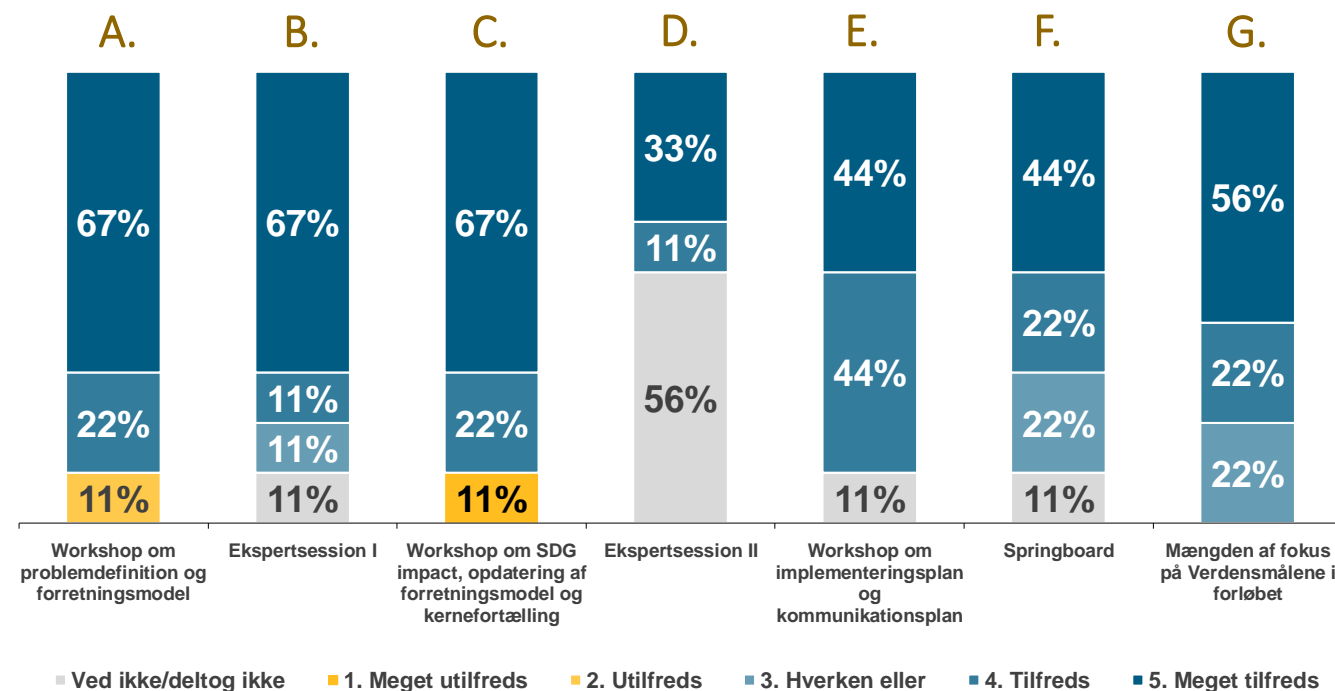
Virksomhederne udtrykker også stor tilfredshed med deres oplevelser og erfaringer med **aktiviteterne og indholdet** i SDG Business Booster – SDG Lab.

Således er deres tilfredshed i høj eller i meget høj grad på følgende områder:

- A. Problemdefinition og forretningsmodel: **89%**
- B. Ekspertsession 1: **78%**
- C. SDG Impact, opd. forretningsmodel: **89%**
- D. Ekspertsession 2: **44%**
- E. Implementerings/kommunikationsplan: **88%**
- F. Springboard: **66%**
- C. Fokus på Verdensmålene: **78%**

## TILFREDSHED MED INDHOLDET

Hvor tilfreds eller utilfreds er du med dine oplevelser og erfaringer med deltagelsen i SDG Business Booster?



Antal svar: 9

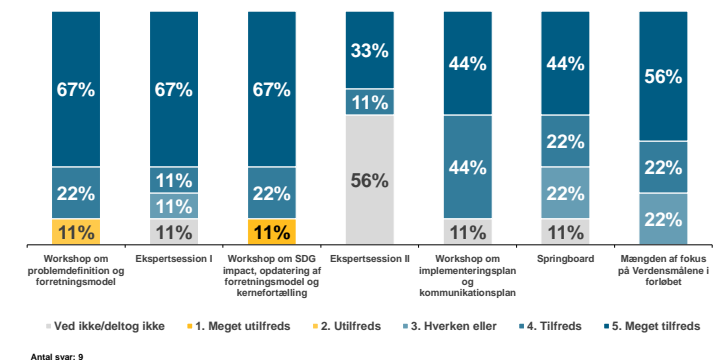
# Kommentarer til indholdet i programmet



- Fantastisk forløb. Det har været en gave at blive ledt på vej af dygtige og engagerede konsulenter. Vores virksomhed har fået værdifuld indsigt og gode redskaber til den videre rejse. Nu bliver kunsten for os at holde fokus og få implementeret alle de gode tiltag. Stor tak til SDG Business Booster programmet.
- Den første workshop var ustruktureret og det var uklart, hvad formålet egentligt var. Tilsvarende var samarbejdet med ADVICE heller ikke optimalt. Vores casehandler, NN (*medarbejder fra virksomheden, red.*), er ekstremt kompetent, men vi sad med følelsen af, at vi IKKE var prioriterede kunder, men blot noget, der skulle overstås.
- Forløbet har været virkelig godt i forhold til at afklare områder som vi ikke selv overvejer i tilstrækkelig grad. Der er en rigtig god balance med teori og praksis. Vi var meget glade for det store fokus på, at værktøjerne skulle kunne bruges i vores hverdag.
- Vi er blevet super overraskede over de store kompetencer, der er blevet leveret på allerhøjeste C-Level. Dette i en sådan grad, at vi alle i direktionen har deltaget – uagtet, at dette ikke var planen fra start.
- Synes at Advice slap lidt let igennem arbejdet. Deloitte har gjort en helhjertet indsats.
- 4 x *Har ingen yderligere kommentar*

## TILFREDSHED MED INDHOLDET

Hvor tilfreds eller utilfreds er du med dine oplevelser og erfaringer med deltagelsen i SDG Business Booster?





# Høj tilfredshed med aktørerne i programmet



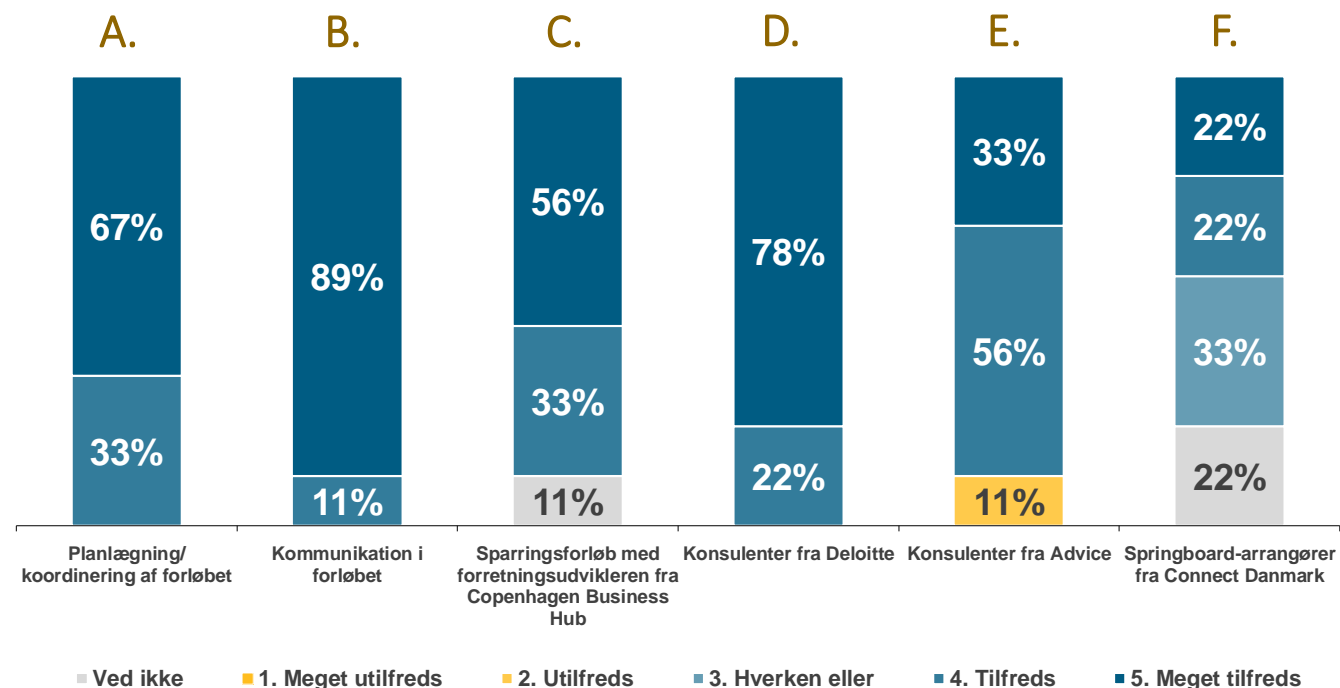
Virksomhederne udtrykker tillige stor tilfredshed med deres oplevelser og erfaringer med **aktørerne** i SDG Business Booster – SDG Lab.

Således er deres tilfredshed i høj eller i meget høj grad på følgende områder:

- A. Planlægning og koordinering: **100%**
- B. Kommunikation: **100%**
- C. Sparring med forretningsudviklerne: **89%**
- D. Deloitte konsulenter: **100%**
- E. Advice konsulenter: **89%**
- F. Connect Danmark: **44%**

## TILFREDSHED MED AKTØRERNE

Hvor tilfreds eller utilfreds er du med dine oplevelser og erfaringer med aktørerne i SDG Business Booster?



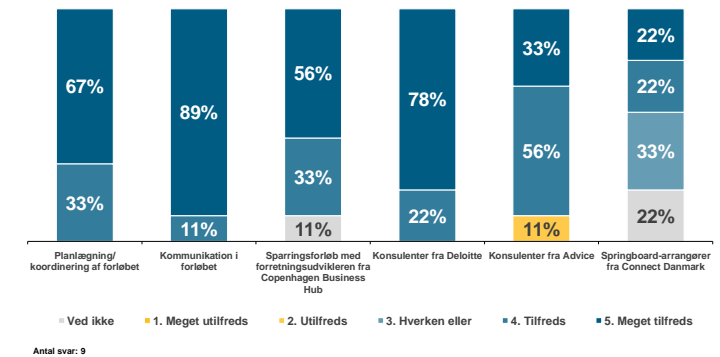
Antal svar: 9

# Kommentarer om aktørerne i programmet



- Alle de involverede personer har vist stort engagement og haft stor lyst til at hjælpe os videre. God forståelse for vores virksomhed og de muligheder og begrænsninger vi har.
- NN fra Deloitte (*konsulent fra Deloitte, red.*) og NN fra CPH Business Hub (*forretningsudvikler fra Copenhagen Business Hub, red.*) har været helt fantastiske og de primære årsager til, at vi følte, at vi fik noget rigtig godt ud af forløbet. NN fra NKP har tilsvarende været en rigtig god sparringspartner.
- NN, NN og NN (*tre personer fra hhv. Deloitte og Copenhagen Business Hub, red.*) har været helt fantastiske og inspirerende at arbejde sammen med!
- Vi var ikke helt så imponerede af Advice og deres tilgang til kommunikationen af vores løsninger. Vi følte, at det blev lidt for overordnet og en smule underprioriteret fra deres side. Så hellere arbejde med nogen, som har tiden til at lave et bedre stykke arbejde.
- Alle involverede har deltaget som om at vi og vores virksomhed, er det vigtigste i verden og er kommet med MANGE fantastiske ideer.
- 4 x *Har ingen yderligere kommentar.*

**TILFREDSHED MED AKTØRERNE**  
Hvor tilfreds eller utilfreds er du med dine oplevelser og erfaringer med aktørerne i SDG Business Booster?



# God anbefalingsvillighed med høj NPS score



En række deltagere omtaler SDG Business Booster – SDG Growth Path med meget positive og i rosede vendinger (jf. næste sides kommentarer).

Det giver sig også udslag i en stor villighed til anbefale et program som SDG Business Booster (SDG Lab) til andre virksomheder.

Dermed er **NPS scoren på 67** meget høj for programmet.

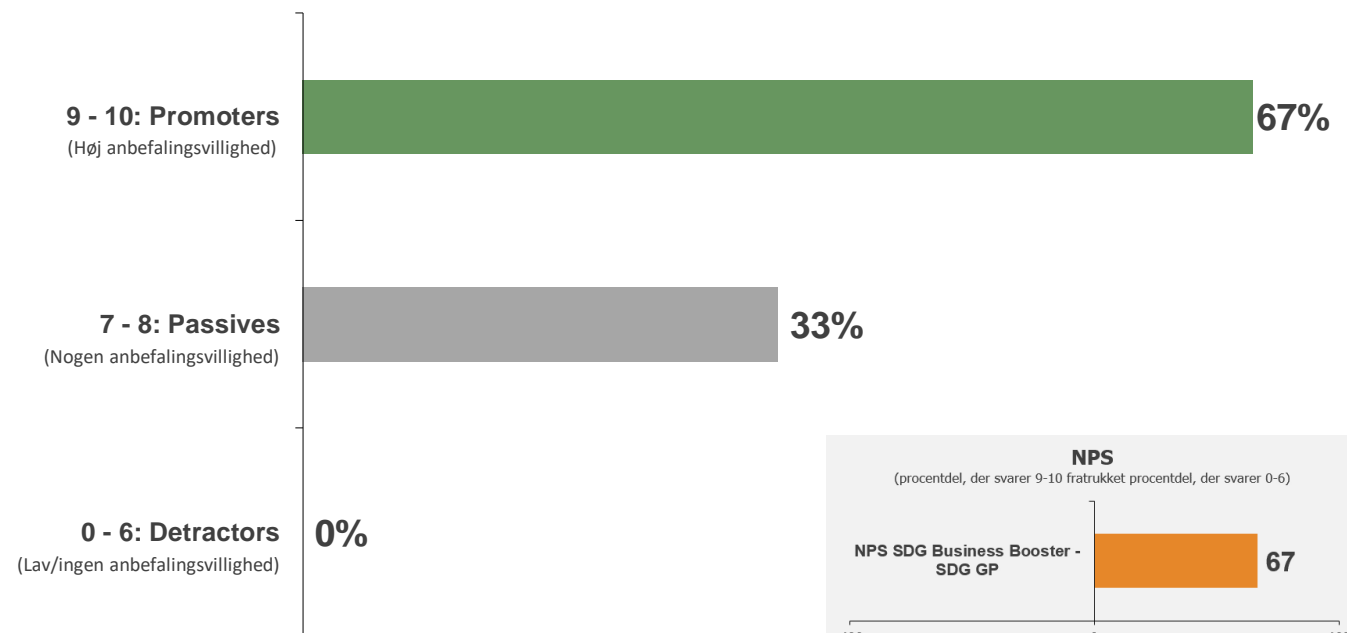
67% af deltagerne er såkaldte *promoters* og angiver høj anbefalingsvillighed. De er det man kan kalde "grønne kunder/virksomheder". Her er det i meget høj grad sandsynligt, at de omtaler SDG Business Booster til andre og at de gør det med positive vendinger.

En tredjedel er med 33% *passives* dvs. mere neutrale.

Modsat er der ingen såkaldte *detractors*, som er personer, som angiver lav eller ingen anbefalingsvillighed. Det er flot og ses sjældent i NPS-målinger.

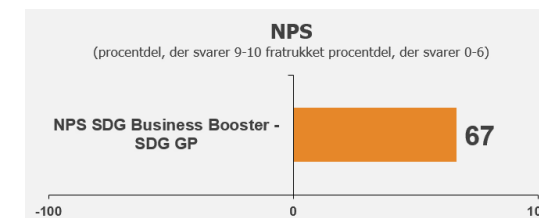
## ANBEFALINGSVILLIGHED (NPS)

Med dit kendskab til SDG Business Booster - SDG Growth Path, hvad er sandsynligheden så for, at du vil anbefale andre virksomhedsejere eller personer i dit professionelle netværk at deltage i et lignende program?  
(Score fra 0 - 10)



Antal svar: 9

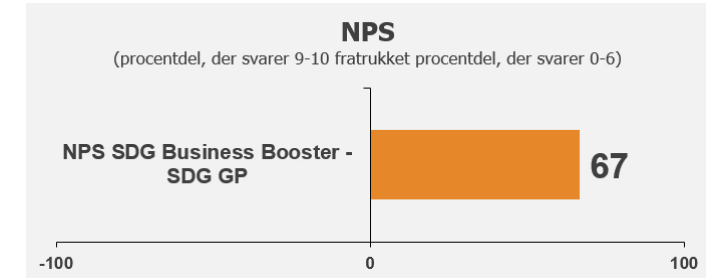
Anm.: NPS score angives ikke som en procentsats, men som en numerisk score mellem -100 og +100. Andelen af Detractors fratrækkes - "røde kunder" (lav anbefaling; score 0-6) andelen af Promoters - "grønne kunder" (høj anbefaling; score 9-10).



# Kommentarer om NPS score og generelt om deltagelsen



- Det eneste forbedringspunkt kunne være, at man fastholdt en form for opfølgning på længere sigt. F.eks et år frem. Det vil lægge et mildt pres på os som virksomhed for at sikre fremdrift. Den svære periode kommer nu, hvor der skal handles samtidig med at vi har den daglige drift.
- At arbejde med verdensmålene i en SMV bliver hurtigt meget abstrakt og koblet fra vores hverdag. Dette forløb har været helt afgørende for, at vi har koblet Verdensmålene med vores strategi og drift. Dette fokus har skabt en stor bevægelse indenfor firmaet og givet os et andet fokus, end før vi begyndte på projektet. Vi er overbeviste om, at vi ikke havde rykket os nær så meget på området, uden at have deltaget i forløbet.
- Det er som med hjertestarteren. Man kan kun gøre en fejl og det er ikke at benytte Jer!
- Der kræves en stor indsats som virksomhed. Jeg var ikke bevidst om, hvor meget det krævede at deltage i et Springboard før i sidste øjeblik. Vi valgte ikke at deltage foreløbig, da vi var under tidspres pga. udsatte sessioner (corona). Vi havde nok forventet at skulle bruge lidt mere tid på at drøfte Verdensmålene.
- 4 x *Har ingen yderligere kommentar.*



# Hvordan forestiller virksomhederne at arbejde videre med Verdensmålene/bæredygtigheds-agendaen internt efter forløbet?



- Vi er i gang med at lave kommunikationsplan for eksterne tiltag (markedsføring). Vi starter studieprojekt op med henblik på at få klarlagt vort eget CO2 footprint. Vi skal have udbredt viden internt i virksomheden. Vi har via Regeringens klimapartnerskaber skabt kontakter, som vi kan udvikle.
- SDG'erne er i vores DNA, så vi arbejder ufortrødent videre. I forhold til omverden vil vi have et skarpere fokus på udvalgte SDG'er!
- Da vores produkt har et vigtigt bæredygtigheds-element, er Verdensmålene en vigtig del af vores kommunikation.
- Kommunike mere ud til kunderne, til medarbejdere og til partnere.
- Bæredygtighed og Verdensmålene er blevet en integreret del af vores strategi og indgår nu i alle overvejelser om nye produkter, markeder og leverandører. Vi har allerede udviklet nye forretningsområder baseret på bæredygtighed og vores allervigtigste strategiske indsats i de kommende år hviler på at skåne miljøet for unødigt belastning fra vores produkter og løsninger.
- Vi har endnu ikke overblik over hvordan vi implementerer bæredygtighedselementer internt i virksomheden.
- Vi har arbejdet seriøst med dette i en årrække, nu bliver det en del af vores kernefortælling, salg og marketing. På et tidspunkt må også vores kunder få interesse for området.
- Vi har endnu ikke overblik over hvordan vi implementerer bæredygtighedselementer internt i virksomheden.
- Vi har iværksat en række initiativer med konkrete opgaver og ansvarlige.



Antal, der har plan for videre arbejde med Verdensmålene.	Antal, der <b>IKKE</b> har plan for videre arbejde med Verdensmålene.
7 af 9	2 af 9

## Undersøgelsen er udarbejdet af:

### Erhvervshus Hovedstaden

Fruebjergvej 3  
2100 København Ø  
Tlf. 30 10 80 80

### For yderligere information kontakt:

Anders Møller  
Analysekonsulent  
+ 45 30 10 81 06  
[amol@ehhs.dk](mailto:amol@ehhs.dk)

