

Slutrapport, DEM-projekt

Når et projekt med medfinansiering fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses Decentrale Erhvervsfremmemidler (DEM) afsluttes, er det vigtigt at få beskrevet projektets vigtigste resultater og samlet op på de gode – og eventuelt mindre gode – erfaringer, der er indhøstet undervejs. Erfaringerne skal bruges til læring og input til at skabe endnu bedre og mere effektfulde projekter i fremtiden.

Projektets resultater og erfaringer skal beskrives af den kontraktansvarlige partner i den såkaldte **slutrapport**, der skal afleveres til Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse samtidig med det afsluttende regnskab for projektet.

NB: Hvis projektet slutevalueres af Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses evaluator, vil denne evalueringsrapport erstatte slutrapporten. Den kontraktansvarlige partner kan i så fald vælge at udarbejde sin egen slutrapport, men det er ikke noget krav.

Hvis projektet derimod ikke slutevalueres af Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses evaluator, skal den kontraktansvarlige partner sørge for at få udarbejdet slutrapporten.

Slutrapporten skal udfyldes i den nedenstående skabelon for at sikre sammenlignelighed på tværs af projekter.

Slutrapporten vil blive offentliggjort på [Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses hjemmeside](#).

Slutrapporten skal derfor skrives, så den kan læses og forstås af personer uden forudgående kendskab til projektet. Skriv gerne i et kort, klart og aktivt sprog. Og brug gerne underoverskrifter og punktopstillinger, som gør teksten overskuelig og læsevenlig.

Hvis projektet er evalueret af en ekstern evaluator, som projektet selv har udvalgt, kan resultaterne fra denne evaluering med fordel indarbejdes i slutrapporten.

Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, juni 2021

Skabelon for slutrapport (max 10 sider)

Stamdata om projektet

Ud for "journalnummer" skrives projektets journalnummer hos Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

De samlede projektudgifter og medfinansieringen skal matche det endelige projektregnskab. Hvis den kontraktansvarlige partner er i tvivl om medfinansieringen, bedes man kontakte Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Alle beløb bedes oplyst i hele kr.

Projekttitle: Købmandskab 2.0 - Fra husekræmmeren til big business

Journalnummer: DEM-20-0161

Projektperiode: 01-09-2020 - 31-12-2023

Samlede projektudgifter (kr.): 2.000.640

Medfinansiering fra DEM-midler (kr.): 1.000.320

1. Projektets formål og vigtigste partnere

Her beskrives kortfattet projektets formål, inkl. målgruppe. Herudover beskrives hvilke partnere (erhvervsfremmeaktører, uddannelses- og videninstitutioner, virksomheder mv.), der har bidraget til at gennemføre projektet, og hvilke roller partnerne hver især har udfyldt i projektet.

Projektets formål har været at sikre, at det købmandskabs-DNA, som har kendetegnet områdets virksomheder, bliver både anerkendt, videreført og fornyet. Vi har tilført de lokale virksomheder kompetencer og ny viden, der kan understøtte dem på aktuelle og fremtidige forretningsdagsordener og udfordringer. Projektet har taget udgangspunkt i virksomhedernes behov og er forankret lokalt, men med et visionært og globalt udsyn.

Målgruppen i projektet har været virksomheder i Herning & Ikast-Brande kommuner.

Købmandskab DNA'et har været det gennemgående tema i dialog, handlinger og udbud. Vi har taget udgangspunkt i en identifikation i en række brancher, hvor egnens virksomheder er dominerende og hvor købmands-DNA'et har været tydelig og dominerende i generationer.

Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brande (Projektholder) har først og fremmest været projektleder, og har sikret fremdriften i projektet og haft en faciliterende rolle ift. afviklingen af de forskellige aktiviteter. Derudover har vi gennemført det indledende feasibility study og afviklet individuelle virksomhedsscreeninger med afsæt i købmandskabs DNA'et og fokus på kompetenceudvikling. Vi har haft en ledende rolle i planlægningen og gennemførelsen af de udbudte kompetenceudviklingsnetværk.

Erhvervshus Midtjylland har sikret det regionale og nationale udsyn i projektet med nærhed, deltagelse og videndeling ind mod partnergruppen, Erhvervsrådet og de deltagende virksomheder. Herning og Ikast-Brande Kommuner har fulgt projektet tæt og deltaget i løbende statusmøder samt temadag.

VIA University College har undervist på og faciliteret en stor del af de udbudte kompetenceudviklingsforløb, og de har deltaget aktivt i idégenerering og udvikling.

Lifestyle & designcluster har været med til at undervise på og facilitere de første af de udbudte kompetenceudviklingsforløb og har i særlig grad bidraget med at fremme innovation og bæredygtighed.

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

Her beskrives kort de vigtigste aktiviteter, som har været gennemført i projektet, de skabte output samt resultater/effekter. Med hensyn til resultater/effekter beskrives både de allerede skabte resultater/effekter og de resultater/effekter, som forventes at indtræffe, efter projektet er afsluttet.

Beskrivelsen af projektets aktiviteter, output og resultater/effekter skal tage udgangspunkt i den endelige ansøgning og det output- og effektskema, som den kontraktansvarlige partner afleverer til Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse i forbindelse med projektets afslutning. Det er ikke nødvendigt at omtale alle indikatorer. Dog skal antal deltagende virksomheder/personer samt resultat-/effektindikatorer altid omtales. Vigtige resultater, som ikke er målt med indikatorer, bør også omtales.

Aktiviteter:

Den indledende undersøgelse:

Der er gennemført et Feasibility Study med undersøgelse og interview af udvalgte generations-virksomheder for at opnå forståelse af DNA, udviklingshistorik, udsagn og sparring mellem generationer målt op imod nuværende markedstendenser.

Den indledende undersøgelse blev gennemført af en akademisk medarbejder, der blev understøttet af to grupper af universitetsstuderende fra hhv. AAU og SDU. Undersøgelsen havde til formål at finde ind til kernen af det handels-DNA, der har bragt de midtjyske virksomheder til den styrkeposition, de har i dag. Herefter begyndte vi sammen med projekt- og viden partnere at kortlægge de kompetencer, der kunne bringe virksomhederne til det næste niveau i transformationen fra Købmandskab 1.0 til 2.0. Dette blev udført i respekt for de allerede etablerede styrkepositioner opbygget gennem generationer. Der blev i reference og relation til ovenstående gennemført interviews i generationsejede virksomheder.

Udsagn fra interviews:

"Ordentlighed og ærlighed. Det ligger meget dybt i os. Vi kan ikke finde ud af andet. Der er ikke noget alternativ.", Morten Dilling Bertelsen, direktør for DILLING (4. generation)

"Det, jeg har taget med som godt købmandskab er at have modet til at finde den bedste kvalitet til den bedste pris. Det er egentlig bare købmandskabet. Så er der jo mange facetter omkring det at være innovativ på.", Jens Thygesen, CEO & Partner - Thygesen Textile Group A/S (2. generation)

Virksomhedsbesøg/screeninger:

Efter den indledende undersøgelse gennemførtes en screening med identifikation af relevante virksomheder. Dette med udgangspunkt i indhentede resultater, netværk- og viden søgning. De visiterede virksomheder blev screenet og vejledt med afsæt i viden og nysgerrighed i købmandskabs-DNA'et og med et struktureret fokus på de senere udbudte kompetenceudviklingsforløb.

Vi har via de mange virksomhedsdialoger i Købmandskab 2.0 også identificeret en række behov hos virksomhederne, som kunne håndteres af andre eksisterende indsatser i erhvervsfremmesystemet. Dem har vi hjulpet videre til de rette aktører, så de kunne blive stærkere på deres kompetenceudviklingsrejse fra Købmandskab 1.0 til 2.0.

Der er ved vores dialog med de lokale virksomheder skabt synergier og netværk, der i mange tilfælde vil fortsætte langt udover projektperioden.

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

Kompetenceudviklingsnetværk:

Vi har i et år inde i projektperioden opsamlet, vurderet og visiteret behov og udviklingspotentialer i et fælles forum bestående af projektpartnere og med indlæg og inspiration fra virksomheder.

Dette i regi af et fælles temaarrangement.

Herefter udviklede vi kompetenceudviklingsnetværk for udviklingsmotiverede virksomheder på tværs af brancher og organisationsstrukturer.

Kompetenceudviklingsnetværkene blev udviklet i flere faser. I første omgang særligt understøttet af VIA University College, Lifestyle & designcluster samt Erhvervshus Midtjylland.

Aktiviteterne, som blev identificeret som drivere i forhold til Købmandskab 2.0, har været temaer indenfor bæredygtighed, globalisering, digitalisering, generations- og ejerskifte samt AI/kunstig intelligens i et forretningsmæssigt perspektiv.

Her har det været muligt at koble det stærke købmandskabs-DNA, som virksomhederne i høj grad har kunnet identificere sig med, mod nye udviklingsinitiativer.

Processen har naturligt været præget af elementer fra den aktuelle verdenssituation med post-corona relaterede temaer samt krig i Europa, inflations- og energikrise mv.

Sammenlagt har 88 virksomheder deltaget i de kollektive kompetenceudviklingsforløb, som dækker over 5 forskellige tidligere temaer afviklet med 18 udbudsdatoer. Forløbene var med forskellig varighed. Et ekstra forløb blev udbudt med AI/kunstig intelligens i et forretningsmæssigt perspektiv.

Der er undervejs i projektet opstået nye behov, tendenser og strømninger, som har krævet, at vi har tilpasset de additionelle kompetenceudviklingsnetværk. Vi har således forholdt os til og screenet virksomhedernes behov både forud og undervejs for at optimere kompetenceudviklingsforløbene. Vi har været agile ift. at kunne tilpasse, justere og tilføje nye tiltag indenfor projektets rammer og vilkår.

Generelt har projektperioden været kendetegnet ved tæt dialog og samarbejde med udvalgte og relevante viden partnere, som har bidraget direkte og indirekte til kompetenceudviklingsforløbene i den sidste del af projektperioden.

Output/Resultater/effekter:

Vi har oplevet stort engagement fra virksomhederne ind i projektet og har en forventning om, at de deltagende virksomhederne nu er bedre rustet til at agere i en foranderlige verden. De har samlet set bevaret arbejdspladser i en krisetid med stigende omkostninger, større konkurrence og stigende myndighedskrav.

Vi har set og oplever aktuelt en tendens i at nye jobs og funktioner skabes. Virksomhederne ansætter i stigende grad medarbejdere med nye kompetencer, der matcher fremtidens nye markedsdagsordner. Dette særligt med udgangspunkt i udfordringer og muligheder.

Projektet har bidraget med ny inspiration til den unikke erhvervssammensætning, der er i Herning og Ikast-Brande suppleret af, at der, hvor det har været relevant, er henvist virksomheder til enten specialiserede erhvervsfremmeordninger eller til private konsulenter. Karakteren af aktiviteterne i projektet har dog gjort det svært præcist at dokumentere antallet af nye funktioner og antallet af nye jobs, der er skabt i de deltagende virksomheder, som direkte følge af deltagelse i aktiviteten i projektet. Vi har derfor indsamlet virksomhedsreferencer med udsagn og registerdata, som indikator.

Vi havde et defineret projektmål om fastholdelse af 100 arbejdspladser, hvilket vi betragter som indfriet.

2. Projektets vigtigste resultater/effekter

Der er i projektperioden kommet ca. 390 jobs flere end ved projektets start hos de virksomheder, som har deltaget i kompetenceudviklingsforløb.

Der har desuden været opstillet projektmål om oprettelse af 50 nye funktioner samt en omsætningsstigning på 10% for de deltagende virksomheder. Begge disse måltal anser vi som indfriet med baggrund i den store tilgang af medarbejdere, som forventeligt opfylder begge måltal. Derudover forventer vi, at de nye kompetencer i virksomhederne kan være med til at skabe vækst ift. nye markedsmuligheder. Virksomhederne står generelt med den nye viden og de kompetencer, de har fået fra Købmandskab 2.0 stærkere end før. De er først og fremmest nu i højere grad klar til eventuel ny disruption og nye udviklingsmuligheder understøttet af den lokale transformation fra Købmandskab 1.0 til 2.0.

Vi forventer, at der ved evaluering af projektet efter 1 år er bevaret yderligere 100 jobs og efter 3 år yderligere 50 jobs. Forventningen er baseret på at dette allerede nu er opnået, så usikkerheden består i om disse jobs fastholdes eller om tallene bliver højere end forventet. Det med bemærkning om, at disse effekter kan være svære at dokumentere præcist, og resultatet vil også være forårsaget af flere variable end blot dette projekt. Vi har forsøgt at vise nogle effekter ved at sammenholde medarbejderantal fra projektstart til nu i de virksomheder, der har deltaget i projektet. Overordnet output er, at projektet har været med til at bevare og skabe arbejdspladser og sikre virksomhedernes overlevelse med muligheder for vækst. Købmandskabs-DNA'et videreføres og ses som et pejlemærke i fremadrettede initiativer fra Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brande.

Virksomhedsreference fra en lokal virksomhed, som har deltaget i Købmandskab 2.0, der synliggør udviklingen i området: (Yderligere referencer findes i bilaget)

Slikbilen

Konceptet er ganske enkelt: Kunderne bestiller slik på virksomhedens hjemmeside, og så bliver varerne afleveret ved hoveddøren. Virksomheden styres af de fire søskende Lasse, Daniel, Michelle og Mikkel Salling Petersen. Med i ejerkredsen er også de tre Herning- erhvervsfolk Henrik Kastbjerg, Stig Bundgaard og Poul Sand; sidstnævnte er bestyrelsesformand i selskabet.

Medarbejderstaben er i perioden 2021 – 2023 fordoblet til at tælle 10 medarbejdere omregnet til årsværk.

Vi har i perioden 2020-2023 skabt mange nye funktioner i virksomheden

- Food-truck
- Samarbejde med Viaplay
- Aftale med Salling Group om levering af frysetørret slik
- 200 kvadratmeter butik – indvies i 2024
- Nye stillinger indenfor markedsføring, administration og produktion.

Vi har i perioden 2021 – 2023 øget vores omsætning i perioden med omkring 50%.

Mikkel Salling
Direktør/Med ejer
Slikbilen

3. Erfaringer og læring

Her beskrives de vigtigste erfaringer og læring, som den kontraktansvarlige partner og de øvrige partnere bag projektet har gjort sig, og som man bør holde sig for øje, hvis man skal gennemføre lignende projekter i fremtiden. De mindre gode erfaringer kan være mindst lige så vigtige at få beskrevet som de gode.

Fokus skal være på, om projektets effektkæde (årsags-virkningssammenhænge) hang sammen som ventet, dvs. førte de gennemførte aktiviteter til de forventede output og effekter? Hvis de gennemførte aktiviteter ikke førte til de forventede output og effekter, skyldtes det så, at en eller flere af de kritiske forudsætninger bag projektets effektkæde ikke holdt stik, eller var der tale om uforudsete udefrakommende faktorer (fx en økonomisk lavkonjunktur)?

Var nogle aktiviteter særligt succesfulde? Var der aktiviteter, som man ville udelade, tilføje eller gribe anderledes an, hvis man skulle gentage projektet?

Hvis projektet er evalueret, eller der er foretaget anden form for videnopsamling, kan dette med fordel indarbejdes i slutrapporten.

Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brandø:

Vores erfaringer er inddelt i 3 faser:

Fase 1: Feasibility Study (forundersøgelse)

Den indledende undersøgelse havde til formål at søge og finde ind til kernen af det handels DNA, der har bragt de midtjyske virksomheder til den styrkeposition, de har i dag. Sammen med relevante viden partnere kort-lagde vi de kompetencer, der kunne bringe virksomhederne til næste niveau på en måde, hvor der blev bygget videre på etablerede styrkepositioner.

I den indledende undersøgelse opnåede vi viden om det oprindelige købmandskabs særkende, virksomhedernes aktuelle behov og tendenser/nye markedsmuligheder, som det resterende projekt er bygget på.

Det har været udfordrende at finde de rigtige partnere, der kunne indgå i denne proces.

Fase 2: Individuelle virksomhedsbesøg

Det har igennem hele forløbet været særdeles positivt at møde virksomhederne med købmandskab på agendaen og projekttitlen "Købmandskab 2.0". Virksomhederne har fundet den relevant og har ved samtale, dialog og sparring responderet meget positivt herpå.

Det har været kendetegnet for projektperioden at en stor del af virksomhederne, som vi har besøgt og som har deltaget i de udbudte kompetenceudviklingsnetværk, har været påvirket af energi- og inflationskrisen og enkelte virksomheder har været direkte påvirket af krigen i Ukraine. Vi har også oplevet, at Corona relaterede eftervirkninger stadig har præget billedet hos mange virksomheder.

Vi har via Købmandskab 2.0 forsøgt at afhjælpe anførte udfordringer via henvisninger til netværk, der kan skabe nye relationer samt at inspirere til nye forretningsområder- og modeller.

Vi har ved dialogen med virksomhederne ved de gennemførte møder kunnet tage aktuelle udfordringer op til videre behandling og drøftelse. Vi har med succes brugt et kendt og anerkendt dialogværktøj "VækstHjulet" i en ny og mere formaliseret proces i mange af de opfølgende møder med virksomhederne.

Vores erfaringer og refleksioner fra virksomhedsbesøgene har været udelukkende positive. Dog er der en læring i, at det i mange tilfælde kunne have givet endnu bedre respons fra virksomhederne hvis øvrige projektpartnere havde deltaget mere aktivt i denne fase af projektet end det var tilfældet. Formål med dette kunne have været bedre "ejerskab" for projektet" samt en mere direkte overgang til kompetenceudviklings-netværk samt endnu større fokus på transformationen fra Købmandskab 1.0 til 2.0 i udviklingen af anførte aktiviteter.

3. Erfaringer og læring

Fase 3: Kompetenceudviklingsnetværk

Det overordnede tema og mål for udvikling af kompetenceudviklingsnetværk i Købmandskab 2.0 har været, at det skal være additionelt til de udbud som allerede findes og repræsenteres af det lokale, regionale og nationale erhvervsfremmesystem. Vi har haft målsætning om at optimere virksomhedernes "næse for forretning", hvad er det rigtige tilbud i dag/fremtiden? Tænke fem år frem i tiden, fremme den lokale forankring. Kort sagt alt det man i området har været så dygtige til historisk betragtet og som har defineret "godt købmandskab".

Den konkrete udvikling af de nye udbud i regi af projektet udmærker sig ved, at de er historisk funderet og udviklet ud fra virksomhedernes aktuelle og fremadrettede behov. Vi udviklede herfra i tæt og konstruktiv dialog med projektpartnere sådan, at den indhentede viden og dataopsamling blev drøftet, behandlet og omsat til konkrete initiativer af partnere sammensat i en ny og anderledes kontekst.

Praktisk har processen henimod udviklingen af de anførte aktiviteter, der skulle sikre den nødvendige kompetenceudvikling af de deltagende virksomheder, været præget af løbende dialog ift. temadag, statusmøder, kontinuerligt tilknyttede kontakt- og referencepersoner mv.

Der har været en læring i, hvordan udbuddet blev sammensat og præsenteret. Vi startede med at udbyde tre "pakker" med tre kompetenceudviklingsdage i hver. Dette viste sig at være noget problematisk ift. rekruttering af deltagere. Udbud af en-dages varighed viste sig at være meget mere relevant og ikke mindst nemmere at forholde sig til for virksomhederne.

Et tema som vi har været en del udfordret på, har været AI-kunstig intelligens. Det var her så godt som umuligt at finde referencevirksomheder, der var i gang med emnet i en forretningsmæssig kontekst – simpelthen fordi temaet var så nyt. Omvendt var vi med til at sætte "turbo" på et højaktuelt emne, hvilket søgningen til de udbudte kursusdage også viste.

Oplevelse og observation fra Købmandskab 2.0:

"Første og fremmeste oplevede jeg et meget tæt og ærligt samarbejde, hvor Erhvervsrådet Herning-Ikast/Brande og VIA University College i samspil forsøgte at skabe de bedste rammer for forløbene til virksomhederne. Det drejer sig både om temaer, form, kommunikation og løbende evaluering undervejs.

Til selve forløbene mødte jeg mange meget forskellige virksomheder med fokus på alt fra akustikpaneler til lingeri. Deltagerne dykkede meget engagerede ned i temaerne og brugte både hinandens erfaringer samt viden fra underviserne ind i hver deres forretning og problemstillinger. Undervisningen fungerede bedst på de undervisningsgange, hvor der var minimum otte deltagere, da dynamikken mellem både underviser og virksomhederne imellem gav et større output. Rammerne i Innovatorium fungerede rigtig godt som anker og gav god mulighed for uformelt netværk i pauser og til frokosten – samt en god mulighed for at være tæt på Erhvervsrådets medarbejdere og skabe en god tilknytning hertil."

Med venlig hilsen / Best regards

Anneke Elizabeth Jørgensen

Netværksfacilitator

Erhvervskontakt, entreprenørskab, STV

Campus Aarhus N

VIA University College

Hedeager 2

8200 Aarhus N

3. Erfaringer og læring

Projektets definerede og overordnede målsætning om at skulle bevare jobs, afhjælpe virksomheder der har været i risiko for at blive disrupted sammenholdt med at skulle understøtte potentiale for vækst og skabelse af nye jobs, har mødt udfordringer undervejs af forskellig karakter som tidligere anført ift. energi- og inflationskrise mv. Som projektholder har dette givet nogen planlægningsmæssige udfordringer, men områdets virksomheder har udvist en imponerende vilje til at omstille sig. Dette har konkret betydet, at vi har fået den nødvendige opbakning til projektet og virksomhederne har været både deltagende og motiverede i omstillingen af købmandskabs-DNA'et. Mange af virksomhederne har været ekstrem innovative og omstillingsparate, hvilket de mange nye oprettede stillinger i projektperioden beviser. Projektet har sikret det bedst mulige outcome af transformationen og været med til at sætte en agenda for dette, som i Erhvervsrådets videre arbejde med de lokale virksomheder, vil være genkendeligt mange år frem i tiden.

Købmandskab 2.0 har med den nye viden om, hvad der skal til for at fastholde købmandsskabs-DNA'et i området været med til sikre, at Herning og Ikast-Brande fortsat kan være et dynamisk og udviklende erhvervsområde for virksomheder, medarbejdere og det øvrige samfund.

Vi vil gerne understrege, at projektets afsnit omhandlende den direkte og individuelle virksomhedskontakt har været værdiskabende for alle implicerede. Der er skabt synergier og potentielle muligheder for samarbejde virksomheder imellem. Nye udviklingsprojekter har set dagens lys. Vi er som lokal erhvervsfremmeaktør kommet tættere på virksomhederne, hvilket vi oplever ved at de er mere vidensøgende og så har vi rekordhøj tilslutning til kurser, aktiviteter og events. Der er via Købmandskab 2.0 skabt relationer og bånd, der peger fremad og transformationen fra købmandskab 1.0 til 2.0 er godt på vej.

Måltallene for projektet er indfriet i forhold til aktiviteterne og er mere end indfriet mht. vækst og jobskabelse i en for mange svær og udfordrende periode.



4. Forankring/videreførelse efter projektperioden

Her beskrives, hvordan projektets resultater videreføres og videreudvikles, når tilskuddet udløber, og hvilke konkrete tiltag der er gjort for at forankre projektets erfaringer og resultater.

Vi har intention og målsætning om, at vi vil arbejde videre med de relevante resultater fra det indledende feasibility study.

Vores brede viden fra virksomhedsscreeninger og de 5 kompetenceudviklingsnetværk vil kunne ses forankret i nye initiativer fremadrettet. Købmandskab i version 2.0 vil fremadrettet være på dagsorden hos Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brande. Dette med viden om metodik, indhold, målgrupper og selvfølgelig temaer.

Vi arbejder på at forsætte netværksgrupperne i det regi, der giver mening. Der er nye datoer for "Forum for yngre ledere" i 2024. De øvrige kompetenceudviklingsnetværk vil kunne ses i andre initiativer fremadrettet.

Det kan være i netværket for ejer- og generationsskifte og i et ledernetværk. Vi vil fortsætte med at drive netværk med udgangspunkt i temaer og erfaringer fra kompetenceudviklingsforløb fra Købmandskab 2.0.

Vi har som tidligere anført også tanker om et helt nyt initiativ med meget inspiration fra projektet Købmandskab 2.0 - "Tæt på arrangement som eksklusive virksomhedsbesøg – det gode købmandskab".

Dette med udgangspunkt i gode, men ikke nødvendigvis kendte historier om og fra egnens dygtige købmænd.

Vi stiller os til rådighed for, at andre efterfølgende vil kunne anvende de udviklede forløb, sprede og dele den opsamlede viden med andre erhvervsfremmeaktører, virksomheder og organisationer.

Dette kan i særdeleshed gøres i samarbejde med Erhvervshus Midtjylland ift. videndeling med de øvrige erhvervskontorer.

4. Forankring/videreførsel efter projektperioden

Den/de tegningsberettigede for den kontraktansvarlige partner¹:

For- og efternavn	Dato og underskrift
Rasmus Norup, Erhvervsdirektør	
Lars Breinholdt Andersen, Bestyrelsesformand	

¹ Hvis du har en bemyndigelse fra den tegningsberettigede til at underskrive perioderegnskaber, kan du også underskrive slutrapporten.