

Små og mellemstore virksomheders behov for erhvervsservice

Oktober 2003

SMV'ers behov for erhvervsservice

Undersøgelsen er gennemført af
PLS Rambøll Management i 2003

Resultater - notat

1.	Indledning.....	2
2.	Overordnede krav til erhvervsservicesystemet	3
3.	"Huller" i nuværende udbud	4
4.	Særlige behov hos forskellige grupper	5
4.1	Iværksættere	5
4.2	Servicevirksomheder	5
4.3	Fremstillingsvirksomheder	6
4.4	Underleverandører	6
5.	De vigtigste behov – samlet set	6
6.	Bruttoliste.....	10
6.1	Strategi & forretning	10
6.2	Organisation & ledelse	11
6.3	Produktion & styring	11
6.4	Samarbejde	12
6.5	IT	12
6.6	Produkt- & serviceudvikling	12
6.7	Internationalisering.....	13
6.8	Analyse.....	13
6.9	Andet	13
7.	Kilder	15
7.1	Skriftlige kilder	15
7.2	Fokusgrupper	15
7.3	Telefoninterview	16

1. Indledning

I dette notat opsummerer vi kort resultaterne af vores undersøgelse af små og mellemstore virksomheders (SMV) behov for erhvervsservice. Notatet er baseret på en gennemgang af eksisterende rapporter og undersøgelser på området, 30 telefoninterview med brancheorganisationer, private og offentlige rådgivere samt fokusgrupper og telefoninterview med små og mellemstore virksomheder i kategorierne fremstilling, service og generationsskifte.

Notatet fremhæver vejledningsområder, der er særligt vigtige for henholdsvis iværksættere, servicevirksomheder, fremstillingsvirksomheder og underleverandører. Notatet fremhæver også de rådgivningsområder, der samlet set synes vigtigst. Generelt vil det fremtidige erhvervsservicesystem dog skulle være i stand til at dække alle de kompetencer, der fremgår af bruttolisten sidst i notatet – i større eller mindre grad. Bruttolisten vil kunne bruges som en vejledende tjekliste, når erhvervscentrene skal undersøge, om deres kompetencer og netværk dækker tilstrækkeligt.

Nogle behov er udtalte hos virksomhederne selv. Det er typisk de nære ting om administration, indberetninger, skatteregler, arbejdsmiljø og daglig ledelse eller udvikling.

Andre behov er dem, virksomhederne måske ikke selv ved, at de har. Det kan handle om optimering af IT-systemer, effektivisering, omstrukturering, forretningsudvikling, internationalisering mv.

Det er typisk for de små og mellemstore virksomheder, at de ikke har ret mange ressourcer til udvikling af virksomheden – hverken økonomisk eller tidsmæssigt.

2. Overordnede krav til erhvervsservicesystemet

Erhvervsservicesystemet skal have tre overordnede kompetencer:

- Diagnosticering
- Netværk
- Markedsføring

Diagnosticering

Erhvervsservicen skal repræsentere en bred viden, der gør den i stand til at definere virksomhedens problemer og udviklingspotentialer.

Netværk

Erhvervsservicen skal repræsentere et bredt netværk, der sætter den i stand til at henvise til den rigtige rådgivning. Netværket skal være professionelt, og en vigtig opgave for erhvervsservicen vil være at vedligeholde og udbygge netværket, så det hele tiden modsvarer de behov, virksomhederne har for problemløsning og forretningsudvikling.

Markedsføring

Erhvervsservicen skal evne at synliggøre sig selv og sine muligheder for virksomhederne, men synliggørelse gør det ikke alene. Der skal være tale om en mere offensiv markedsføring, der lægger vægt på de fordele, systemet kan give virksomhederne. Frem for at fremhæve enkelte ydelser bør markedsføringen slå på de generelle styrker ved systemet. I den sammenhæng er budskaber som ”én indgang til det hele” eller ”uvildig og fortrolig vejledning” vigtige.

Alle tre overordnede krav er blevet bekræftet gennem denne undersøgelse – og særligt evnen til markedsføring af rådgivningsudbudet. Især interview og fokusgrupper med virksomhederne har vist dette behov. Virksomhederne kender kun i begrænset omfang til rådgivningsmuligheder fra det offentlige system.

Helt overordnet efterspørger virksomhederne mere overblik. De har generelt på fornemmelsen, at der findes en masse muligheder for udvikling, sparring og rådgivning,

men de ved ikke, hvor mulighederne er og får derfor ikke ageret på det. Der er meget der taler for én samlet indgang, der giver adgang til alle nødvendige kompetencer. I den sammenhæng er det endvidere væsentligt, at erhvervsservicen omfatter henvisning til og vejledning i anvendelse af de mange relevante offentlige hjemmesider og portaler på internettet, hvor en stor mængde information og nyttige værktøjer er let tilgængelige for virksomhederne. Dette inkluderer bl.a. virksomhedsguiden.dk, smv-portalen.dk, startguiden.dk og finansieringsguiden.dk.

Virksomhederne er generelt tilbageholdende med at give sig i kast med den dybere rådgivning, fordi det kan kræve store ressourcer, før rådgiveren beviser eller har viden nok til at kunne hjælpe dem.

Tillid, fortrolighed og uvildig rådgivning er også nøgleord for virksomhederne. Særligt for de innovative eller vidensbaserede virksomheder er det vigtigt.

3. ”Huller” i nuværende udbud

Et af formålene med undersøgelsen har været at identificere ”huller” i det nuværende udbud af erhvervsservice. Projektet har ikke identificeret egentlige mangler. Der findes rådgivning, der imødekommer alle de behov, som bruttolisten indeholder.

Huller opstår snarere, fordi SMV’erne ikke har kendskab til de tilbud, der rent faktisk findes – både i form af offentlige instanser, kontaktpunkter og net-baserede informationstjenester. Huller kan også opstå, fordi virksomhederne måske ikke er villige eller i stand til at betale for den rådgivning, de har brug for.

Geografisk kan der være deciderede huller, fordi de tyndere befolkede lokalområder ikke har det samme udbud af forretningsservice som i byerne.

4. Særlige behov hos forskellige grupper

Undersøgelsen har koncentreret sig om danne et samlet overblik over behovet for erhvervsservice, men har samtidig identificeret en række særlige behov hos forskellige undergrupper af små og mellemstore virksomheder.

4.1 Iværksættere

Grundlæggende er der to forskellige typer iværksættere, som har meget forskellige behov: De selvstændige, som ønsker at få foden under eget bord, og de vækstorienterede, der ønsker at vokse og ekspandere med deres virksomhed.

De selvstændige, ikke-vækstorienterede iværksættere har primært brug for overordnet hjælp til regler og procedurer.

De vækstorienterede iværksættere har de samme behov, men har derudover behov for vejledning om forretningsudvikling, kapitalfremskaffelse mv.

De to grupper er meget forskellige. Derfor er etableringsrådgivning heller ikke en entydig størrelse.

4.2 Servicevirksomheder

De særlige behov for servicevirksomheder bunder typisk i, at de ikke har et fysisk produkt eller produktionsapparat. Det giver eksempelvis problemer i forbindelse med finansiering, fordi det er sværere at stille sikkerhed i virksomheden. De videnbaserede servicevirksomheder har i det hele taget behov for at få beskrevet og værdiansat deres kompetencer og koncepter gennem eksempelvis videnregnskaber og lignende.

Kompetenceudvikling for medarbejderne er meget vigtigt for servicevirksomhederne, fordi medarbejderne er deres vigtigste ressource.

4.3 Fremstillingsvirksomheder

Det er et markant træk for fremstillingsvirksomhederne, at de i meget ringe grad efterspørger erhvervsservice. De fleste klarer sig med revisoren og brancheforeningen.

De særlige behov for fremstillingsvirksomheder har primært at gøre med produkt og produktionsproces. Produktudvikling kan være en dyr og besværlig proces. Her har virksomhederne eksempelvis behov for teknisk eksperthjælp i forhold til materialer, teknologier osv. Derudover har de brug for hjælp til at få finansieret deres produktudvikling.

Endelig er arbejdsmiljø og procesoptimering særlige behovsområder for produktionsvirksomhederne.

4.4 Underleverandører

Underleverandører er oftest fremstillingsvirksomheder og har derfor naturligvis de samme behov som disse. Derudover har underleverandører nogle vilkår, der gør det interessant at fremhæve dem som en særlig gruppe.

Først og fremmest oplever underleverandørerne, at kravene til dem skærpes. De store virksomheder skærer ned på antallet af underleverandører. Det stiller krav til de små og specialiserede underleverandører om enten at komme i gang med produktudvikling eller om at indgå i strategiske partnerskaber eller fusioner med andre underleverandører.

Dertil kommer, at kravene til certificering og kvalitetsstyring samtidig bliver skærpet. Disse to konkrete områder er det helt afgørende, at underleverandørerne kan håndtere.

5. De vigtigste behov – samlet set

Undersøgelsen har peget på nogle behov, som især efterspørges. Erhvervsservicen skal kunne dække bredt i forhold til alle de områder, der er i bruttolisten. Men i forhold til

dem, der er fremhævet her, vil det være særlig vigtigt at være dækket ind kompetencemæssigt. Udvælgelsen bygger på en kvalitativ vurdering på baggrund af kilderne.

Jura, bogføring og administrative byrder – når vi spørger virksomhederne selv, er bogføring og indberetninger mv. samt administration i det hele taget de største problemer. Det er det dagligdags ”bøvl” der i første omgang er behov for hjælp til. De mest benyttede rådgivere er ikke overraskende revisorer efterfulgt af advokater. Undersøgelsen viser, at det er vigtigt, at erhvervsservicen er opdateret på problemstillinger i forbindelse med administrative byrder og er i stand til at henvise til den rette professionelle rådgivning eller information.

Etablering – er bredt set måske det vigtigste område overhovedet. De færreste iværksættere kommer i gang uden rådgivning og vejledning. Hvad angår den basale iværksættervejledning for ikke-vækstorienterede virksomheder drejer det sig for erhvervsservicesystemet om at effektivisere og standardisere rådgivningen. I forhold til det eksisterende iværksættersystem er der behov for yderligere fokus på de vækstorienterede iværksættere. Her er der behov for en professionalisering af netværket, der sikrer, at iværksætteren modtager den mest kvalificerede rådgivning.

Finansiering af vækst og udvikling – er en af de centrale barrierer for både iværksættere og etablerede SMVer. For iværksætterne handler det om overhovedet at kunne komme i gang. For de etablerede virksomheder handler det om at få finansieret vækst, produktudvikling, internationalisering mv. Behovet for erhvervsservice i denne sammenhæng handler om overblik over og adgang til finansieringsmuligheder – eksempelvis støtteordninger eller venturekapital.

Generationsskifte – i bred forstand – er stort set blevet nævnt i alle interview som et vigtigt emne for SMV’er. Området omfatter både sælgere og købere af virksomheder, der har forskellige behov. For sælgernes vedkommende relaterer behovene sig til hele processen, herunder:

- Værdiansættelse af virksomheden
- At finde frem til en køber
- Love, regler, selskabsformer, skat, pension etc.

- Ledelsesmæssig overdragelse – både i forhold til personale og i forhold til overdragelse af den implicite viden om alle aspekter af virksomheden, som ejerlederen har opbygget
- Øvrige personlige forhold og familiemæssige aspekter

Undersøgelsen har også peget på, at det ikke kun er virksomhedsejerne, der har behov for rådgivning. Køberne kan i mange tilfælde betragtes som iværksættere og har brug for rådgivning inden for særligt finansiering, men også salg, ledelse osv.

En særlig pointe i denne sammenhæng er, at iværksætterrådgivning kan kombineres med rådgivning i generationsskifte. For mange iværksættere kunne det være attraktivt at overtage en eksisterende virksomhed med erfarne ansatte og en kundekreds frem for at starte fra bunden.

Salg og markedsføring – I mange SMV'er er salg og markedsføring en opgave for ejerlederen/lederne. Der er sjældent ansat en egentlig marketing-ansvarlig. Behovet er at få professionaliseret indsatsen, hvad enten det sker internt i virksomheden via kompetenceudvikling, eller eksternt via for eksempel outsourcing eller samarbejde i salgsnetværk. Virksomheder opfatter generelt ikke salg og markedsføring som to forskellige ting, men i forhold til rådgivningssystemet er der behov for at skelne.

Forretningsplan – er særlig vigtig i forhold til iværksættere, hvor forretningsplanen i mange tilfælde skal laves fra bunden og som minimum skal kvalitetssikres i forhold til, hvor realistisk den er i sin beskrivelse af potentielle markeder og budgetforventninger. Der er her behov for at skelne mellem de iværksættere, der har et reelt behov for assistance til udarbejdelse af forretningsplanen helt fra bunden, og de iværksættere, der har bedre forudsætninger for selv at formulere planen og måske har behov for mere kvalificeret sparring fra en specialiseret rådgiver. Også i forhold til de etablerede virksomheder er vejledning i forbindelse med forretningsplanen et behov. Her handler det især om justering og turn-around.

Personlige ledelseskompetencer – lederne i de små og mellemstore virksomheder er ofte ledere i kraft af deres faglige kunnen. Ledelsesmæssige kompetencer er således noget, de skal tilegne sig løbende som behovet opstår. For de innovative iværks-

ætttere er ledelse og administration måske ekstra vigtigt, fordi de i meget høj grad er fag-personer, og fordi deres virksomheder ofte har et vækstpotentiale, som stiller særlige krav om ledelse.

IT, som understøtter forretning og systemer – særligt rådgiverne har peget på, at virksomhederne har behov for bedre viden om, hvordan IT kan understøtte og udvikle deres forretning. Det gælder både effektivisering og systematisering af produktion, administration mv. og eksempelvis e-handel, Customer Relationship Management, Supply Chain Management og elektronisk kommunikation med kunder, samarbejdspartnere og leverandører. Dette er typisk et område, hvor virksomhederne kan have et udviklingspotentiale, som de ikke selv oplever og derfor ikke søger hjælp til.

Internationalisering – er et område, der sjældent kan klares helt uden vejledning. Behovet går primært på information om regler i forhold til told mv. og på kendskab til de enkelte markeder. Derudover har virksomhederne behov for at få formidlet kontakter til konsulater, ambassader, agenturer mv. i de respektive lande.

Diagnosticering eller henvisning?

Blandt de områder, som erhvervsservicesystemet hidtil har beskæftiget sig med, er der ikke i undersøgelsen identificeret områder, som decideret ikke er relevante.

Derimod sker der generelt en glidning fra diagnosticering over mod *netværk* som den relevante erhvervsserviceydelse til virksomhederne. I en række tilfælde vil det således ikke være nødvendigt eller realistisk, at erhvervsservicesystemet besidder kompetencen til at stille en egentlig diagnose. Det drejer sig om områder, hvor andre rådgivere bedre kan stille en hurtig diagnose på basis af deres specialiserede viden, og hvor erhvervsservicesystemets rolle derfor begrænses til en umiddelbar henvisning til andre rådgivere i netværket. Det er blandt andet spørgsmål omkring produktion og styring, produkt- og serviceudvikling og internationalisering (jf. bruttolisten herunder).

Virksomheden skal hurtigt videre til den organisation eller rådgiver, der kan stille den specialiserede diagnose. Selv om behovet for rådgivning på disse områder er der, skal erhvervsservicesystemet ikke bruge ressourcer på at diagnosticere - her er det udelukkende netværkskompetencen, der skal i brug.

6. *Bruttoliste*

Rådgivningsbehovene er herunder opdelt i en række hovedområder, som igen er inddeelt i underområder. En første udgave af listen blev udarbejdet på baggrund af de skriftlige kilder og derefter gradvist suppleret og justeret gennem interview og fokusgrupper. For hvert hovedområde nævnes de væsentligste ydelser/rådgivningsbehov relateret til det pågældende område, og der knyttes nogle kommentarer til behovene.

6.1 Strategi & forretning

- Etablering
- Forretningsplan
- Markedsføring
- Salg
- Finansiering
- Generationsskifte

Etablering af virksomhed er måske det væsentligste rådgivningsområde overhovedet. Det er især rådgiverne, der sætter ord på behovet for rådgivning omkring forretningsplanen, men mange af virksomhederne giver også mere eller mindre direkte udtryk for, at det at få formuleret sin forretningsidé og få identificeret kunder og markeder, lagt et realistisk budget osv. er af afgørende betydning. Markedsføring og salg er mindre fremtrædende blandt rådgiverne, men virksomhedsinterviewene viser tydeligt, at det er et af de områder, hvor der er et stort behov for professionalisering og kompetenceudvikling. Finansieringsproblemer i forbindelse med både etablering, udvikling/udvidelse, generationsskifte etc. nævnes af både rådgivere og virksomheder. Rådgivningsbehovet i denne sammenhæng er først og fremmest et overblik over, hvad der findes af muligheder – alt fra offentlige støtteordninger til venturekapital. Generationsskifteproblematikken fremhæves bredt blandt rådgiverne som et centralt område i vækst og er også velbeskrevet i diverse rapporter og projekter gennemført af f.eks. brancheorganisationer.

6.2 Organisation & ledelse

- Personlige ledelseskompetencer
- Organisationstilpasning
- Bestyrelse
- Rekruttering
- Kompetenceudvikling for medarbejdere
- Teambuilding

Fremstillingsvirksomhederne efterspørger generelt ikke denne type rådgivning, men servicevirksomhederne, hvor medarbejderne er det væsentligste aktiv, er mere positivt indstillet. Flere brancheforeninger/rådgivere fremhæver især vidensvirksomhedernes behov for kompetenceudvikling. Derudover er der ifølge rådgiverne absolut behov for denne type ydelser, ikke mindst hvad angår udvikling af ledelseskompetencer og etablering af bestyrelser. Disse behov er imidlertid ikke erkendte, og der ligger en stor formidlingsopgave, eventuelt opsøgende arbejde, i forhold til at gøre virksomhederne bevidste om muligheder og problemer.

6.3 Produktion & styring

- Procesoptimering / effektivisering
- Sourcing
- Økonomistyring
- Kvalitetsstyring
- Miljø- og arbejdsmiljøledelse
- Underleverandørforhold

Disse områder vedrører kernen i virksomhedernes dagligdag, og de er derfor typisk mere indstillede på at søge rådgivning. I det omfang der overhovedet efterspørges rådgivning blandt de interviewede virksomheder, nævnes denne type ydelser ofte. Mange af de mere teknisk orienterede rådgivere har ikke overraskende dette som et vigtigt område. Sourcing – både nationalt og internationalt – opfattes af rådgiverne som et område, der i stigende grad bliver aktuelt også for de mindre virksomheder.

6.4 Samarbejde

- Netværk
- Strategiske partnerskaber
- Mentorere

Samarbejde og netværk er ikke højt på listen blandt virksomhederne, selv om en del har deltaget/deltager i forskellige typer af netværk, især i forbindelse med opstart. En del rådgivere fremhæver især netværk og strategiske partnerskaber (også med udenlandske partnere) som væsentlige og peger på behovet for at gøre virksomhederne opmærksomme på muligheder og fordele.

6.5 IT

- IT-indkøb
- Optimering af systemer
- E-handel

Virksomhederne køber den hjælp, de føler, de har brug for, f.eks. til etablering af hjemmeside. Ingen af de deltagende virksomheder havde særlige ambitioner om e-handel. Rådgivere og brancheorganisationer peger derimod på et stort uudnyttet potentiale i forhold til optimering af systemer og e-handel.

6.6 Produkt- & serviceudvikling

- Innovation
- Kommercialisering af forskning
- Konzeptudvikling
- Produktudvikling
- Produkttilpasning
- Design
- Patentering og varemærkebeskyttelse
- Certificering / mærkning

En del virksomheder udtrykte behov for hjælp til koncept- og produktudvikling, men de færreste ved, hvor de kan få rådgivning. Der er mange rådgivere, der arbejder med dette område, især i forhold til innovative iværksættere samt patentering og varemærkebeskyttelse. Flere fremhæver, at rettighedsområdet er i vækst på grund af de aktuelle ændringer i EU-reglerne.

6.7 Internationalisering

- Eksport
- Franchise- og licenstagernesamarbejde
- Etablering i udlandet
- Sprog og kulturforståelse
- Internationalt markedskendskab
- Kontaktformidling (konsulater, agenturer mv.)
- Partnersøgning
- Toldregler

Rådgivning om eksport, især markedsmuligheder, er interessant for nogle virksomheder. Rådgiverne fremhæver området som væsentligt og i vækst pga den stigende globalisering, som gør virksomhederne mere åbne overfor at prøve nye markeder.

6.8 Analyse

- Benchmarking
- Markedsanalyse
- Tekniske analyser
- Analyse af interne kompetencer

Flere brancheforeninger/rådgivere fremhæver benchmarking som væsentligt. Det efterspørges ikke "uhjulpet" af virksomhederne, men de vil gerne benchmarkes, når de bliver opmærksomme på muligheden. Fra virksomhedernes side er det først og fremmest markedsanalyser til en overkommelig pris, der efterspørges.

6.9 Andet

- Adgang til forskning

- Samfundskrav: etik/miljø mv.
- Jura, regler og procedurer

Jura, regler og procedurer er et område, der fylder relativt meget for virksomhederne og virker uoverskueligt for mange. Adgangen til forskning er især væsentligt for de innovative iværksættere, og fremhæves også i forundersøgelsen vedrørende kompetencemiljø for underleverandører.

7. Kilder

7.1 Væsentligste skriftlige kilder

Rapporter fra PLS RAMBØLL Management:

- SME-commerce for DG Enterprise
- Data fra e-business Denmark 2002
- Brugerundersøgelse af GTS
- Evaluering af TIC, Iværksætterkontaktpunkter og centerkontraktordningen
- Kvalitativ undersøgelse af TIC Københavns Amt
- Forundersøgelser - Center for Eksportkompetencer
- Forundersøgelse - Kompetencemiljø for underleverandører
- Foranalyser for SMV-portalen
- Undersøgelse af organiseringen af erhvervsservice i Århus Amt

Andre rapporter:

- Ejerlederen: Firmaet, Familien, Formuen - fra Grant Thornton
- Samarbejde i små og mellemstore virksomheder, Håndværksrådet, januar 2001
- SMV'er i fokus 2002 - fra Observatoriet for de Europæiske SMV'er
- Poul Rind Christensen: Underleverandørers vækst gennem globalisering – et diskussionsoplæg, januar 2003
- Nyt fra Patent- og Varemærkestyrelsen nr. 2/2001
- Oxford Research og Erhvervs- og Boligstyrelsen: Etik i erhvervslivet, 2002
- Hovedstadens Vestegn – Identifikation og udpegning af de væsentligste erhvervspolitiske behov – Teknologisk Institut, juni 2001
- Detailhandelens Brancher: Generationsskifteanalyse, 2001
- Let dit generationsskifte, Håndværksrådet, 2001

7.2 Fokusgrupper

Projektet har inkluderet to fokusgrupper. Den ene med servicevirksomheder. Den anden med virksomheder, der var i overvejelser om generationsskifte. Der skulle også

have været afholdt en gruppe med fremstillingsvirksomheder, men denne blev aflyst pga. manglende interesse og erstattet med telefoninterview.

7.3 Telefoninterview

Virksomheder

Der er gennemført telefoninterview med 8 fremstillingsvirksomheder samt 4 supplerende interview med virksomheder i overvejelser om generationsskifte.

Brancheorganisationer

- Dansk Industri, Lone Saabye, MMV-chef
- HTS, Klavs Steensen, virksomhedskonsulent
- Håndværksrådet, Ane Buch, vicedirektør
- Dansk Handel & Service, Niels Hovmand, udviklingskonsulent
- Dansk Byggeri, Lars Høier, politisk sekretariat

Nationale organisationer

- Vækstfonden, Johanne Brændgaard, investment analyst
- Teknologisk Institut, Jane Wickmann, direktør
- Euro Center, Anette Borchsenius, Centerchef
- Dansk Standard, Mogens Andersen, Kundechef
- Patent- og Varemærkestyrelsen, Rikke Præstmark, Informationskonsulent
- Forsknings- og Udviklingspark Vest A/S, Per Rask Jensen
- ToldSkat Fyn, Peter Jørgensen
- ToldSkat Østjylland, Fritz Løgitmark, informationen
- FORCE Technology, Jens Rodsted, markedschef
- Symbion, Peter Haahr, analytiker

Regionale rådgivere

- EUC Silkeborg, Thor Hansen, Erhvervsvejleder
- Erhvervscenter for Vækst og Udvikling – TIC København, Anne Møller Andersen, direktør
- Fyns Erhvervscenter – TIC, Vagn Toft, afdelingschef

- Erhvervenes hus i Viborg, Knud Erik Larsen, erhvervschef

Private rådgivere

- RevisorTeamNord, Annette Frederiksen, medindehaver
- Lund Thomsen & Partnere, Jesper Christensen, revisor
- Westergaard & Alstrøm Advokatfirma, Troels Wenzel Østergaard, fuldmægtig
- Spar Nord Bank Aalborg city, Henrik Schou, filialdirektør
- Patrade, Leif Nielsen, partner
- Been Business Development, Mogens Been, direktør
- Bona Via Aps, Thorsten Gregersen, indehaver
- Keystones Consulting Group, Kenneth Larsen, medindehaver
- Jonathan A/S, Winston Paakjær Pedersen, konsulent
- Rådgivningscentret, Peter Pedersen, konsulent/indehaver

Øvrige kontakter

- Direktør Jens Birkeholm, Dansk Textil Union
- Virksomhedsrådgiver Hans Jørgen Vedel, TIC Vestsjælland