

SYDDANMARK

NU

**Kreative
erhverv**

TÆNK DESIGN OG STYRK INDTJENINGEN

Flere syddanske
virksomheder skal få
øjnene op for design

Høje forventninger til
eksport i designorien-
terede virksomheder


Region Syddanmark



Mange flere skal få øjnene op for design

De fleste virksomheder i Region Syddanmark bruger stadig mest design, når det handler om branding og reklame. Men der ligger store potentialer i at bruge design til organisations- og forretningsudvikling.

Vi skal have mange flere til at tage design med ind i udviklingen af deres virksomheder. Derfor prioriterer regionen design som en del af strategien for regionens erhvervsudvikling, siger Carl Holst (V), regionsrådsformand og formand for Syddansk Vækstforum.

Og han står på fast grund med opfordringen, for en analyse fra

regionen viser, at virksomheder, der anvender design, ser langt lysere på fremtiden end virksomheder, som ikke gør det.

– Analysen viser, at vi valgte rigtigt, da vi i regionen i 2010 besluttede os for at satse på design, konstaterer Carl Holst.

Næring til små og mellemstore

I regionens designindsats bliver der arbejdet målrettet på at skabe vækst og bedre konkurrenceevne i små og mellemstore virksomheder på tværs af brancher. Og potentialet er stort, da regionen netop er præget af den type virksomheder.

– Her er det en styrke for regionen, at vi har stærke vidensinstitutioner og virksomheder, som allerede i dag i høj grad anvender design strategisk, for de kan være med til at stimulere udbredel-

sen af design som vækstfaktor i andre virksomheder, siger Carl Holst.

Det skal vi nå

På den korte bane har Syddansk Vækstforum bl.a. sat som mål, at der om to år er 10 procent flere virksomheder, som bruger design i forretnings- og strategisk udviklingen, og at omsætningen inden for kreative erhverv er steget med 10 procent. Det kræver bl.a., at udviklingen af den spirende klynge for design og kreative erhverv styrkes, herunder samarbejdet mellem aktørerne.

Et af redskaberne på den længere bane er, at der udvikles en klyngeorganisation på området, som kan videreudvikles til et nationalt innovationsnetværk og opnå EU-Kommissionens guld-klyngecertifikat. [Se](#)

Hvad er design?

Design er form og formgivning, æstetik og funktionalitet. Men selve processen, der ligger bag et produkt eller en service, er også design eller designtænkning.

(Kilde: D2I)

»Analysen viser, at vi valgte rigtigt, da vi i regionen i 2010 besluttede os for at satse på design.«

Carl Holst (V), regionsrådsformand og formand for Syddansk Vækstforum

Man kan designe en bedre bundlinje

Ny analyse af de kreative erhverv viser, at design forbedrer chancen for at udvikle profitable produkter og services i de syddanske virksomheder.

Der er en grund til, at Apples iPhone er blevet en verdensomspændende succes, mens det danske elbils-projekt Better Place Danmark i første omgang er faldet til jorden. En stor del af forklaringen er design. Design handler om produktets udseende, men det handler mindst lige så meget om brugervenlighed, følelser, funktionalitet, og enkelthed.

For næsten fem år siden valgte Region Syddanmark at udpege oplevelseserhverv - herunder design - som et af Syddanmarks fremtidige vækst- og satsningsområder. Nu foreligger der en samlet analyse af de kreative erhverv baseret på besvarelser fra 900 syddanske direktører i regionens Vækstbarometer og data fra Danmarks Statistik.

Design kan få det uventede til at ske. Når man fx kobler smeden, der får en god ide, med en designer, som har forstand på brugervenlighed, enkelhed og udtryk, kan det unikke manifestere sig. Og produktet kan blive salgbart for en større kreds og dermed skabe vækst og arbejdspladser til regionen, forklarer chefanalytiker Kresten Nordestgaard Laursen fra Strategi & Analyse i Region Syddanmark og tilføjer:

Når vi har undersøgt de kreative erhverv, er det bl.a. for at se, om det er lykkedes at få flere syddanske virksomheder til at tænke design og innovation ind som en helt naturlig del i udviklingen af nye produkter og services og af virksomhedens organisation og forretning.

Analysen viser, at design og

kreativitet i dag er en naturlig del af udviklingsfasen hos dobbelt så mange virksomheder som i 2010. Og ikke kun i de kreative fag.

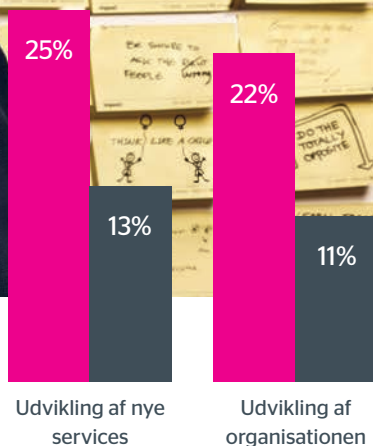
Man skal se design som en slags metode eller værktøj, der kan bruges til at gøre produkter bedre. Men man kan også bruge kreative medarbejdere og design til at gøre markedsføringen af ens produkter bedre og til at optimere processer, siger Kresten Nordestgaard Laursen.

Mode, møbler og computere

Analysen viser desuden, at virksomheder i de kreative brancher har et markant højere uddannelsesniveau end andre virksomheder. De er også mere innovative og skaber flere nye virksomheder og produkter.

Der er en klar tendens til, at de virksomheder, der arbejder med kreativitet og design, har større forventninger til vækst, omsætning og eksport end andre virksomheder, fortæller senioranalytiker Flemming Torp, der står bag den del af undersøgelsen, hvor de 900 syddanske direktører er blevet spurgt til deres fremtidsforventninger.

De tre største kreative brancher er mode, møbler og indholdsproduktion og computere. Det gælder både i Danmark og i Region Syddanmark, og det er klart de brancher, der trækker læsset med hensyn til omsætning og eksport. De kreative fremstillingserhverv ligger typisk udenfor København og de andre større byer og er således med til at skabe vækst i alle dele af landet. »



■ 2013
■ 2010

På blot tre år er næsten dobbelt så mange syddanske virksomheder begyndt at tænke design tidligt ind i arbejdet med at udvikle nye produkter og services. Samtidig har mere end hver femte virksomhed i Syddanmark benyttet sig af kreativ arbejdskraft til at udvikle organisationen.

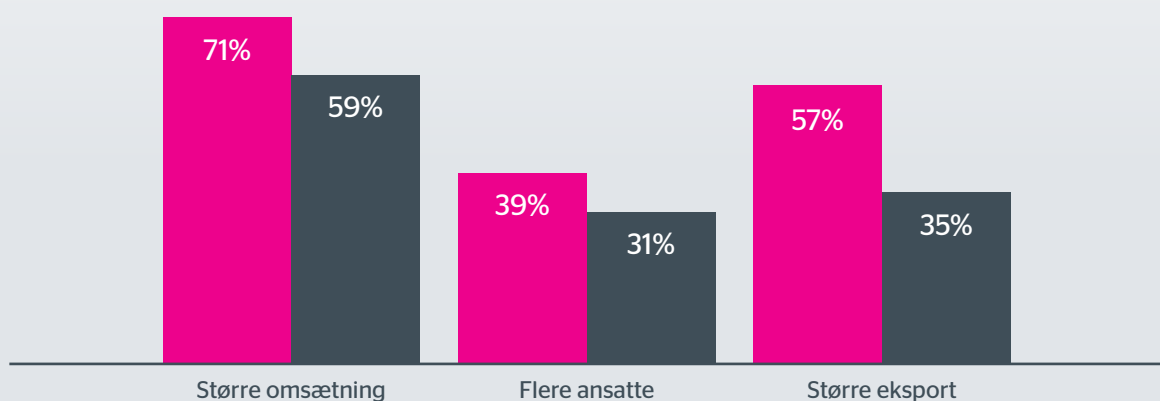
Kilde: Kreative erhverv - og design, Region Syddanmark

DESIGN

Højere forventninger til vækst, job og eksport

Virksomheder, der anvender design, har væsentligt større tro på fremgang i omsætning og eksport i 2014 end virksomheder, der ikke anvender design.

Forventninger til fremtiden



Virksomheder der **anvender** design



Virksomheder der **ikke** anvender design

2 af 3 virksomheder anvender design

Andelen af syddanske virksomheder, der anvender design, er på tre år steget fra 54 pct. til 68 pct.



N I T A L

Det bruger virksomhederne design til



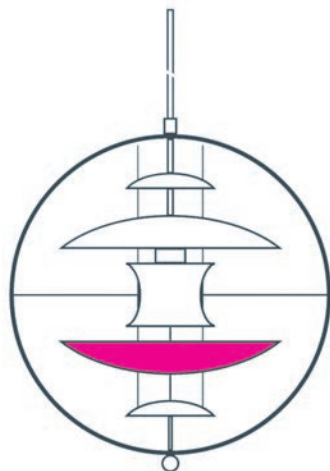
Branding 54%



Innovation 44%



Dekoration 16%



107.973 ansatte

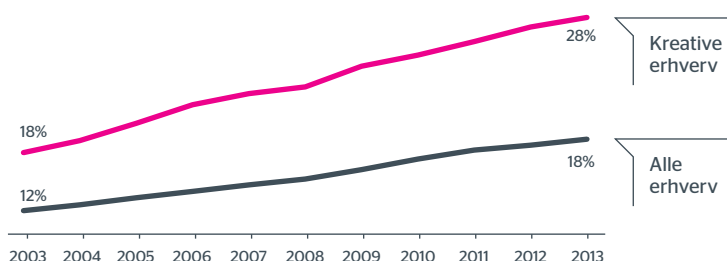
Design og kreative erhverv beskæftiger næsten 108.000 danskere på landsplan - heraf 16.283 i Syddanmark. Og de fleste job ligger uden for de store byer.

De
11
kreative
erhverv:

- Arkitektur
- Design
- Bøger og presse
- Kunst og kunsthåndværk
- Radio og tv
- Film og video
- Indholdsproduktion og computere
- Musik
- Reklame
- Mode
- Møbler og interiør

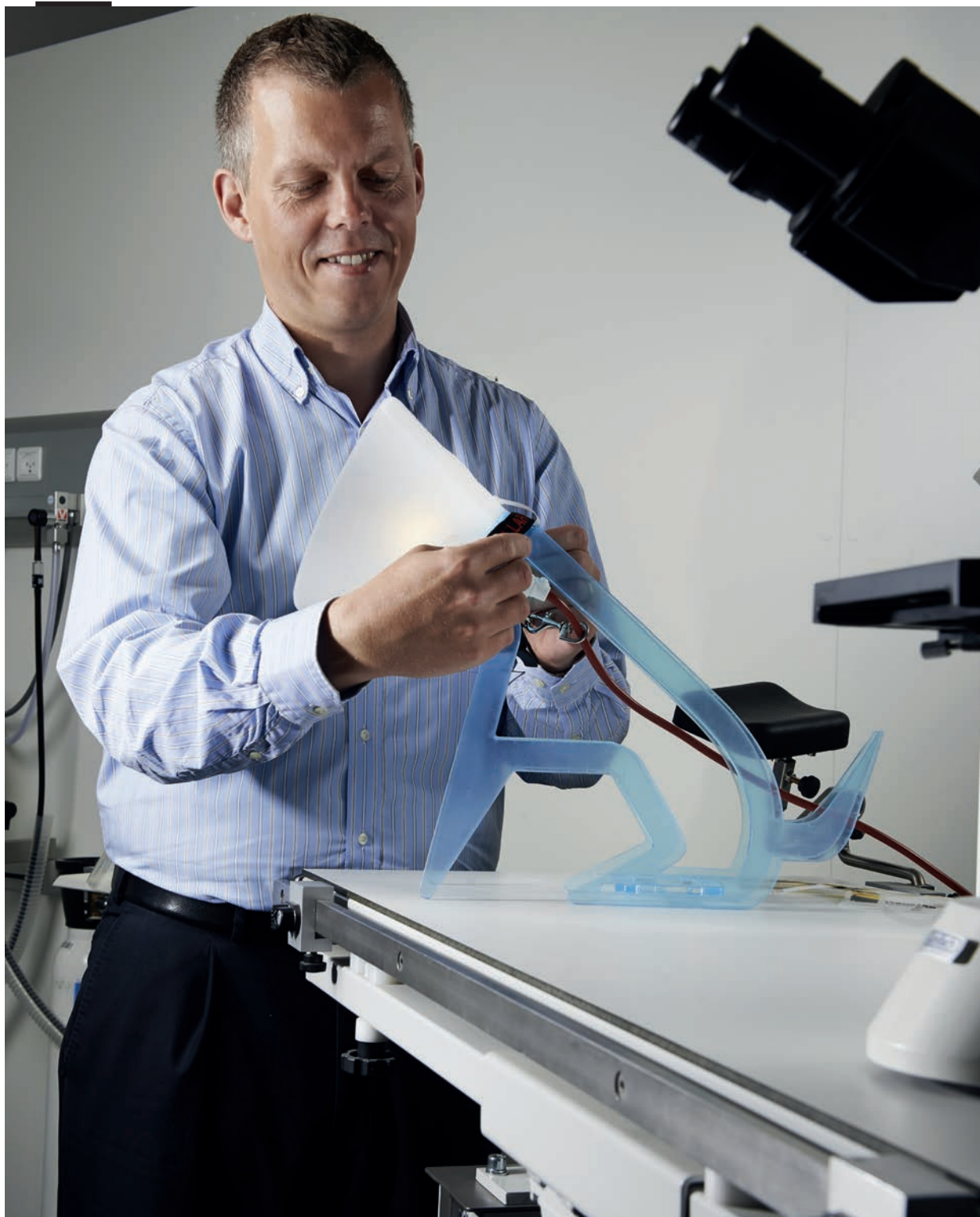
Højt uddannelsesniveau i de kreative fag

28 pct. har en lang eller mellemlang videregående uddannelse i de kreative erhverv mod 18 pct. i alt i alle brancher.



200.000.000.000 kr.

Med fremstillings- og handelsvirksomheder inden for møbler, mode, bøger, presse og computere i spidsen, omsætter de kreative fag i Danmark årligt for 200 mia. kr.



Design er ikke en separat proces

Den syddanske virksomhed KRUUSE er i øjeblikket ved at omstille sig til at høste fordelene af et øget fokus på design.

KRUUSE A/S har i 118 år produceret produkter til dyr. Tidligere har den familieejede virksomhed kun i begrænset omfang tænkt design ind i produktudviklingsfasen. Produktudvikling var noget, der kom udefra, og KRUUSE tog det ind, som man umiddelbart syntes så spændende ud.

I dag er virksomheden ved at omstille sig til et øget fokus på egenudvikling, og i den proces spiller design en stor rolle, fortæller kommerciel direktør i KRUUSE A/S, Martin Lassen:

- Vi forsøger nu at gå væk fra at være afhængige af andre. Så i stedet for at kigge på, hvad vi får af tilbud, vil vi

»Det med at sætte sig ned og sige “nu er vi en designvirksomhed, og nu laver vi en proces, der hedder designprocessen”, det tror jeg ikke på.«

Martin Lassen, kommerciel direktør i KRUUSE A/S

kigge mere på, hvad markedet har behov for. Og det er jo klart, at når vi tager den drejning, så bliver vi også nødt til at forholde os anderledes til innovation og design, siger han.

Startskuddet til det øgede designfokus var et ønske om at skabe nye behov, diktere markedet og åbne nye markeder, da KRUUSE ikke længere blot agerer som grossistvirksomhed. Og det er umådeligt svært, hvis man ikke designer produkter ud fra brugernes behov:

– Jeg tror, man har en forholdsvis kort fremtid, hvis man ikke hele tiden arbejder med og forstår kundernes behov, og udvælger eller udvikler sine produkter ud fra det, frem for at gå og vente på, hvem der banker på døren, hvad man ser på en conference, eller hvad der lige er tilgængeligt, siger Martin Lassen.

Strategisk fundament

Netop det strategiske arbejde med design er vigtigt at få på plads. Det nytter ikke noget at holde design som en separat proces – det skal være en integreret del af produktudviklingen, mener Martin Lassen:

– Jeg mener, at design er nødt til at bygge på et strategisk fundament. Det med at sætte sig ned og sige “nu er vi en designvirksomhed, og nu laver vi en proces, der hedder designprocessen”, det tror jeg ikke på. Vi har en klar prioritering af produktkategorier, og det er klart, at vores egne KRUUSE-produkter er vores førsteprioritet, siger han og tilføjer:

– Vi vælger vores udviklingsprojekter ud fra vores mange produkt- og markedsinformationer og en analyse af potentialet. Jeg tror, at den proces er nødvendig for, at man for alvor kan komme frem til at arbejde seriøst med produktudvikling, innovation og design. Ellers bliver valgene simpelthen for tilfældige. »

Syddanske virksomheder designer fremtiden

Design er et strategisk våben til at overleve og gøre sig vedkommende på hastigt foranderlige markeder.

Siden 1858 har dåseåbneren med sit funktionelle og enkle design været en fast del i de danske køkkenskuffer.

Men ikke alle produkter er lige så tidløse og formfuldendte, og de er derfor underlagt konkurrencens uskrevne lov om at forny, forbedre og forfine sig.

– Det stiller krav til virksomhederne om, at de udvikler og designer deres produkter og services, så forbrugeren nemt kan betjene produktet. Design skal være unikt, enkelt og bæredygtigt. Ellers løber konkurrenten med kunden, forklarer Poul Rind Christensen, der er professor på Institut for Entreprenørskab og Relations Ledelse på Syddansk Universitet.

Mere end produktet

Design er mere end et produkts indhold og sminkede ydre. Det drejer sig i lige så høj grad om, at virksomhederne styrker deres positioner og produktporteføljer, når de formgiver service, designer deres markedsføring og kommunikation, så kunden ifølge Poul Rind Christensen får “hele pakken”.

Han nævner to virksomheder med base i Kolding, der succesfuldt har formået at udvikle sig med øget fokus på design: Georg Jensen Damask og Beierholm Væverier A/S.

I klassisk forstand to industrivirksomheder, som tidligere selv stod for produktionen af tekstiler, og hvor danske hænder vaskede, farvede og vævede garn. Produktion og hænder er flyttet ud, tilbage er en kerne, hvor design spiller en strategisk rolle for samarbejdet med såvel kunder som leverandører.

De to virksomheder kendetegner ifølge Poul Rind Christensen, som tidligere har været forskningsleder på Designskolen i Kolding, en tendens i de syddanske erhverv, hvor virksomhederne i stigende grad inddrager kreative kompetencer. Det viser en vej mod fortsat vækst og nye muligheder.

– De klassiske fremstillingerhverv er i opbrud. Små og mellemstore fremstillingsvirksomheder udvikler sig til at blive kreative virksomheder med solide og unikke produkter og services – hvor design er omdrejningspunktet. Det er en vigtig konkurrenceparameter, både fordi virksomhed og produkt skal skille sig ud fra mængden, og fordi design kan styrke innovationsarbejdet i virksomhederne. »

Vi designer fremtiden



Regionsrådet har gennem Syddansk Vækstforum støttet designsatsningen med 37,8 mio. kr., og derudover har også EU Strukturfondsmidler, LEGO, DONG Energy, Design City Kolding, Designskolen Kolding og Syddansk Universitet være med til at finansiere og initiere satsningen.

Blandt de hidtidige tilbud til virksomhederne er ordningen "Lån en designer". Den tilbyder virksomheder økonomisk hjælp til indkøb af designydelser i forbindelse med konkrete udviklingsprojekter. Ordningen er målrettet virksomheder med ingen eller begrænset erfaring med køb af designydelser. Med en designkupon kan virksomheder få 50 procent i tilskud til køb af forskellige designydelser, eksempelvis produkt- og servicedesign, kommunikations- eller forretningsdesign.

Tilskuddet kan maksimalt udgøre 100.000 kr. pr. projekt.



Virksomheder kan søge om støtte til projekter, der medvirker til at skabe vækst og udvikling inden for design og kreative erhverv. Projektet skal falde inden for Syddansk Vækstforums strategi og handlingsplan.

Ansøgningsskemaet findes på www.regionsyddanmark.dk/vaekstforum eller på www.regionalt.dk.



Har du spørgsmål til analysen af de kreative erhverv eller til regionens målinger af 900 direktørers forventninger til fremtiden i Region Syddanmarks Vækstbarometer, er du velkommen til at kontakte chefanalytiker Kresten Nordestgaard Laursen på mail: kresten.n.laursen@rsyd.dk og telefon: 7663 1209 eller senioranalytiker Flemming Torp på mail: flemming.torp@rsyd.dk og telefon: 7663 2013. Har du spørgsmål til Syddansk Vækstforums designsatsning, kan du kontakte udviklingskonsulent Helene Mikkelsen på telefon: 2482 1049 eller mail: helene.mikkelsen@rsyd.dk.



Læs eller download den samlede analyse af de kreative erhverv på regionsyddanmark.dk/detgodeliv. For mere information om den syddanske satsning på design og de kreative erhverv, se D2i.dk og vaekstforum.regionsyddanmark.dk.



Bliv klogere på fakta om regionen, kommunerne og erhvervslivet i Syddanmark på: detgodeliv.regionsyddanmark.dk. Her finder du publikationer om alt fra vækst, eksport og nøgletal til uddannelsesniveau og datamaterialer om de enkelte kommuner.



Næste udgave af Syddanmark NU udgives i slutningen af august 2014.



Region
Syddanmark

Udgivelse
Region Syddanmark
Damhaven 12
7100 Vejle

Redaktion
Søren Braun (ansvarshavende)
Thomas Laursen (redaktør)
Peter Feldberg
Rune Stig Mortensen

Design & produktion
Medlegruppen as

Foto
Hyldegard Fotografi

Oplag
8.400 stk.

ISSN 1903-7473
ISSN 1903-8445 (Online version)